

ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN MASYARAKAT TIDAK MENGGUNAKAN PRODUK BANK SYARIAH (Studi Kasus: Bank Muamalat Kcp Jayapura-Timika)

Indriany Elim¹, Tuti Fitriani²

Email: alistipistipis@gmail.com

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Jambatan Bulan

Email :stie@stiejb.ac.id

Abstract

The purpose of this study is to determine the decision of the public not to use Islamic bank products. The method used is the associative method. The types of data used were qualitative and quantitative, and the respondent data used was 200 respondents. The analytical tool used in this study is multiple linear regression. The results of the data analysis showed that product knowledge did not have a significant effect on people's decisions not to use Islamic bank products, while the location and network of offices influenced people's decisions not to use Islamic bank products. Kata Kunci : Bank Syariah, Pengetahuan Produk, Lokasi dan Jaringan Kantor, Keputusan Masyarakat.

PENDAHULUAN

Latar Belakang Masalah

Dalam perekonomian, lembaga keuangan bank turut serta membantu masyarakat dengan memberikan layanan di bidang jasa keuangan. Kegiatan utama dari bank adalah memberikan jasa penyimpanan dana berupa tabungan, deposito maupun giro. Dengan tahap selanjutnya dana akan disalurkan kembali pada masyarakat yang butuh untuk pinjaman atau biasa disebut kredit. Bukan hanya itu bank juga menyediakan jasa-jasa keuangan lainnya seperti, transfer,

pembayaran listrik, pembelian pulsa dan lain-lain.

Berdasarkan fungsinya, bank terbagi menjadi tiga, yakni Bank Sentral, Bank Umum serta Bank Perkreditan Rakyat. Bank Sentral merupakan lembaga keuangan dalam hal ini bertanggung jawab atas kebijakan moneter suatu negara dan bertugas mengatur dan menjaga kestabilan nilai rupiah. Dalam Undang Undang tahun 1998 No 10 terkait Bank Umum menyatakan bahwa bank yang melakukan kegiatan usaha dengan cara konvensional atau biasa disebut prinsip syariah

adapun Bank Pengkreditan Rakyat (BPR) merupakan bank dengan kegiatan usaha secara konvensional atau berdasarkan prinsip syariah dalam hal ini tidak memberi jasa lalu lintas pembayarannya Bank yang menggunakan prinsip syariah dalam melakukan kegiatan usahanya dikenal sebagai Bank Syariah. Berdasarkan keputusan MUI No.1 Tahun 2004, yang menjelaskan bahwa praktek bunga sama dengan riba sehingga hukumnya haram. Hal ini membuat masyarakat yang beragama muslim membutuhkan alternatif lembaga perbankan lain yang memberikan layanan penyimpanan dana maupun penyaluran dana kepada masyarakat yang membutuhkan tanpa adanya unsur riba atau bunga. Hal ini membuat bank bank syariah sangat dianjurkan bagi kaum muslim.

Dalam melakukan kegiatan usaha lembaga keuangan memakai prinsip syariah yang lazim dikenal dengan Bank Syariah. Adanya Undang Undang Perbankan pada Tahun 1992 No 72 direvisi melalui Undang Undang Tahun 1998 No 10 sangat kokoh akan adanya perbankan syariah yang menegaskan akan fungsi dan keberadaan bank syariah di Indonesia.

Sampai sekarang, bank syariah sudah tersebar di berbagai provinsi di Indonesia dengan jumlah yang masih sedikit dibandingkan dengan bank konvensional. Hal ini juga terjadi diprovinsi Papua khususnya di

Kabupaten Mimika. Saat ini hanya terdapat satu bank syariah yang beroperasi di kota Timika adalah Bank Muamalat, sedangkan bank lain didominasi oleh bank konvensional.

Seiring berkembangnya jaman dan semakin majunya teknologi memberikan dampak pada perbedaan pola hidup masyarakat. Perbedaan pola hidup masyarakat akan mempengaruhi jenis produk yang akan dipilih untuk menunjang gaya hidupnya. Kemudian sangat rendahnya lokasi dan jaringan kantor bank syariah khususnya di Kabupaten Mimika, hal ini berbeda dengan dengan bank BRI yang jaringan kantornya ada di setiap Jalan yang mudah untuk di akses.

Terkait hasil dari observasi, serta wawancara yang diarahkan dari peneliti untuk nasabah yang berkunjung ke bank syariah diketahui bahwa masyarakat belum terlalu tahu akan terkait bank Muamalat. Sebagaimana masyarakat berpikir bahwa bank syariah hanya untuk pembiayaan talangan haji, sehingga membuat masyarakat belum begitu mengenal akan produk bank syariah. Selain pembiayaan talangan haji, bank syariah juga menyediakan berbagai produk perbankan lainnya seperti tabungan, deposito, giro, gadai dan pembiayaan.

Pengetahuan produk yang baik oleh pelanggan membuat konsumen lebih kritis sebelum membuat keputusan pembelian. Menurut Sumarwan (2011:169), pengetahuan produk konsumen

adalah sekumpulan dari berbagai-macam informasi tentang produk tersebut. pengetahuan produk tersebut mencakup kategori produk, terminologi produk, atribut atau ciri produk, serta kepercayaan tentang kategori produk secara umum dan merek secara spesifik (Engel et al , 1995: 317).

Menurut Sriwahyuni Endang (2019 : 2-3). Bagi perusahaan non bank penentuan lokasi biasanya digunakan untuk lokasi pabrik atau gudang atau cabang, sedangkan penentuan lokasi bagi industri perbankan lebih ditekankan kepada lokasi cabang. Penentuan lokasi kantor cabang bank dilakukan untuk cabang utama, cabang pembantu atau kantor kas. Penentuan lokasi kantor beserta sarana dan

prasarana pendukung menjadi sangat penting, hal ini disebabkan agar nasabah mudah menjangkau setiap lokasi bank yang ada. Demikian sarana dan prasarana harus memberikan rasa yang nyaman dan aman kepada seluruh nasabah yang berhubungan dengan bank.

Bank Muamalat sebagai salah satu bank syariah saat ini di kabupaten Mimika, dalam menjalankan aktivitasnya selalu berusaha menawarkan berbagai produk untuk menarik kepada masyarakat.

Berdasarkan observasi yang dilakukan terhadap rata-rata jumlah nasabah yang melakukan pembukaan rekening baru pada bank syariah dan bank konvensional setiap hari adalah sebagai berikut:

Tabel 1.
Rata-Rata Nasabah Per Hari Pada Bank Konvensional dan Bank Syariah di Kabupaten Mimika

No	Nama Bank	Jumlah Nasabah Baru
1	Bank Rakyat Indonesia KCP (BRI) Bank Konvensional.	10
2	Bank Mandiri Timika Hasanuddin Bank konvensional.	8
3	Bank Muamalat KCP Jayapura-Timika Bank syariah.	3

Sumber: data diolah 2022

Tabel 1 menunjukkan bahwa rata-rata jumlah nasabah baru yang menggunakan produk bank konvensional dan bank syariah jauh berbeda di setiap harinya,

dapat dilihat dari tabel diatas dengan jumlah minat yang menggunakan produk bank konvensional begitu banyak dibandingkan dengan jumlah

minat nasabah yang menggunakan produk bank syariah.

Pratiwi (2014) dalam studinya tentang faktor yang mempengaruhi petani bawang merah di daerah Nganjuk, Jawa Timur, untuk tidak memilih pembiayaan di Bank Syariah menunjukkan adanya empat faktor, yakni teman, persepsi, lokasi, dan citra dari bank terkait. Sementara Suprijati (2013) yang menyoroti tentang faktor yang turut serta mempengaruhi keputusan nasabah dalam memilih Bank Syariah menunjukkan bahwa faktor yang dipertimbangkan oleh konsumen untuk menjadi nasabah bank Syariah ada sembilan, yaitu *phisycal evidence, process, place, product, price, dan individual*.

Ketertarikan umat Islam untuk menabung di bank konvensional bukan hanya soal bank syariah, melainkan fenomena umum di Palopo. Cabang Bank Mega Palopo hanya memiliki 1000 basis nasabah, yang terutama rendah di distrik Wara Timur. Dari 30 orang di kabupaten ini, 353 nasabah menabung di bank. Jumlah penduduk yang tinggal di kabupaten ini sekitar 997 jiwa. Perbandingan jumlah nasabah antara Bank Mega dan Bank Muamalat menunjukkan bahwa minat masyarakat Kota Palopo untuk menabung di bank syariah masih rendah, padahal masyarakat Kota Palopo mayoritas beragama Islam. Hal ini mungkin dikarenakan masih banyak masyarakat Kota Palopo yang masih merasa nyaman menabung

di bank konvensional, padahal sudah ada bank yang beroperasi dengan prinsip syariah (non riba) yaitu Bank Muamalat Indonesia., Menurut Sabani Akbar (2012: 7).

Berangkat dari fenomena yang telah diuraikan diatas, maka peneliti kemudian tertarik melakukan pengkajian lebih dalam dengan judul peneliti yaitu "Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Masyarakat Tidak Menggunakan Produk Bank Syariah (Studi Kasus: Bank Muamalat KCP Jayapura-Timika). Sehingga peneliti mengangkat rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu apakah faktor pengetahuan dan faktor lokasi jaringan kantor berpengaruh terhadap keputusan masyarakat tidak menggunakan produk Bank syariah. Sedangkan tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mampu mengetahui apa sajakah faktor pengetahuan yang mempengaruhi keputusan masyarakat tidak menggunakan dalam hal ini produk Bank syariah, dan untuk dapat mengetahui apa sajakah faktor dari lokasi dan jaringan kantor yang mempengaruhi keputusan masyarakat tidak menggunakan produk Bank syariah.

TINJAUAN PUSTAKA

Pengertian Bank

Menurut Ismail (2011:23-24). Masyarakat di negara maju dan berkembang sangat membutuhkan bank sebagai tempat untuk melakukan transaksi keuangannya. Mereka menganggap bank merupakan lembaga keuangan yang aman

dalam melakukan berbagai macam aktivitas keuangan. Aktivitas keuangan yang sering dilakukan masyarakat di negara maju dan negara berkembang antara lain aktivitas penyimpanan dan penyaluran dana.

Di negara maju, bank menjadi lembaga yang sangat strategis dan memiliki peran penting dalam perkembangan perekonomian negara, di negara berkembang, kebutuhan masyarakat terhadap bank tidak hanya terbatas pada penyimpanan dana dan penyaluran dana saja, akan tetapi juga terhadap pelayanan jasa yang ditawarkan oleh bank.

Bank dapat menghimpun dana masyarakat secara langsung dari nasabah. Bank merupakan lembaga yang di percayai oleh masyarakat dari berbagai macam kalangan dalam menenmpatkan dananya secara aman. Di sisi lain, bank berperan menyalurkan dana kepada masyarakat. Bank dapat memberikan pinjaman kepada masyarakat yang membutuhkan dana. Masyarakat dapat secara langsung mendapat pinjaman dari bank, sepanjang peminjam dapat memenuhi persyaratan yang diberikan oleh bank. Pada dasarnya bank mempunyai peran dalam dua sisi, yaitu menghimpun dana secara langsung yang berasal dari masyarakat sedang kelebihan dana (surplus unit), dan menyalurkan dana secara langsung kepada masyarakat yang membutuhkan dana (defisit unit) untuk memenuhi kebutuhannya,

sehingga bank disebut dengan Financial Depository Institution.

Menurut Undang-Undang Perbankan Nomor 10 Tahun 1998 yang dimaksud dengan bank adalah badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya ke masyarakat dalam bentuk kredit dan atau bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat banyak.

Bank Syariah

Menurut Ismail (2011:25-26). Bank syariah memiliki sistem operasional yang berbeda dengan bank konvensional. Bank syariah memberikan layanan bebas bunga kepada para nasabahnya. Dalam sistem operasional bank syariah, pembayaran dan penarikan bunga dilarang dalam semua bentuk transaksi. Bank Syariah tidak mengenal sistem bunga, baik bunga yang diperoleh dari nasabah yang meminjam uang atau bunga yang dibayar kepada penyimpan dana di Bank Syariah.

Perbankan Syariah adalah segala sesuatu yang menyangkut tentang bank syariah dan unit usaha syariah, mencakup kelembagaan, kegiatan usaha serta cara dan proses dalam pelaksanaan kegiatan usahanya. Bank syariah memiliki fungsi menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk titipan dan investasi dari pihak memiliki dana. Fungsi lainnya ialah menyalurkan dana kepada pihak lain yang membutuhkan dana

dalam bentuk jual beli maupun kerja sama usaha.

Bank syariah sebagai lembaga intermediasi antara pihak investor yang menginvestasikan dananya di bank kemudian selanjutnya bank syariah menyalurkan dananya kepada pihak lain yang membutuhkan dana. Investor yang menempatkan dananya akan mendapatkan imbalan dari bank dalam bentuk bagi hasil atau bentuk lainnya yang disahkan dalam syariat islam. Bank syariah menyalurkan dananya kepada pihak yang membutuhkan pada umumnya dalam akad jual beli dan kerja sama usaha. Imbalan yang diperoleh dalam margin keuntungan bentuk bagi hasil, dan bentuk lainnya sesuai dengan syariat islam.

Bank syariah merupakan bank yang kegiatannya mengacu pada hukum islam, dan dalam kegiatannya tidak membebankan bunga maupun tidak membayar bunga kepada nasabah. Imbalan yang diterima oleh bank syariah maupun yang dibayarkan kepada nasabah tergantung dari akad dan perjanjian antara nasabah dan bank. Perjanjian (akad) yang terdapat di perbankan syariah harus tunduk pada syarat dan rukun akad sebagaimana yang diatur dalam syariah islam.

Produk - Produk Bank Syariah

Menurut Adinugraha dan Sartika (2020: 9-10). Berikut adalah daftar produk, jasa beserta skema perbankan syariah yang ada di Indonesia :

Tabel 2.
Daftar Produk Bank Muamalat di Timika

Nama Produk	
1.	Tabungan iB Muamalat
2.	Tabungan iB Muamalat Rencana
3.	Tabungan iB Muamalat Haji dan Umrah
4.	Tabungan Muamalat Mudharabah Corporate iB
5.	Giro iB Hijrah Muamalat (Personal & Perusahaan)
6.	Deposito iB Hijrah Muamalat (Personal & Perusahaan)
7.	KPR iB Muamalat
8.	Pembiayaan iB Muamalat Modal Kerja
9.	Pembiayaan iB Muamalat Multiguna
10.	Remittance iB Muamalat (International Banking)

Sumber: Otoritas Jasa Keuangan 2016

Prinsip - Prinsip Syariah

Menurut Norcholis (2021: 24-26). Dalam menyelesaikan sengketa ekonomi syariah di

Pengadilan Agama tentunya harus memperhatikan prinsip-prinsip syariah, diantaranya yaitu:

a. Tidak Mempersulit ('Adam al-Haraj)

Dalam menetapkan syariat Islam, Al-Qur'an senantiasa memperhitungkan kemampuan manusia dalam melaksanakannya. Itu diwujudkan dengan memberikan kemudahan dan kelonggaran (tasamuh wa rukhsah) kepada manusia, agar menerima ketetapan hukum dengan kesanggupan yang dimilikinya.

b. Mengurangi Beban (Taqil al-Taklif)

Prinsip kedua ini merupakan langkah preventif (penanggulungan) terhadap mukallaf dari pengurangan atau penambahan dalam kewajiban agama. Al-Quran tidak memberikan hukum kepada mukallaf agar ia menambah atau mengurangnya, meskipun hal itu mungkin dianggap wajar menurut kacamata sosial. Hal ini guna meringankan dan menjaga nilai-nilai kemaslahatan manusia pada umumnya, agar tercipta suatu pelaksanaan hukum tanpa didasari perasaan terbebani yang berujung pada kesulitan.

c. Penetapan Hukum secara Periodik

Al-Qur'an merupakan kitab suci yang dalam prosesi tarsi' (penetapan hukum) sangat memperhatikan berbagai aspek, baik natural, spiritual, kultural, maupun sosial umat. Dalam menetapkan hukum, Al-

Qur'an selalu mempertimbangkan apakah mental spiritual manusia telah siap untuk menerima ketentuan yang akan dibebankan kepadanya. Hal ini terkait erat dengan prinsip kedua, yakni tidak memberatkan umat. Karena itulah, hukum syariat dalam Al-Qur'an tidak diturunkan secara serta merta dengan format yang final, melainkan secara bertahap, dengan maksud agar umat tidak merasa terkejut dengan syariat yang tiba-tiba.

d. Sejalan dengan Kemaslahatan Universal

Manusia adalah objek dan subjek legislasi hukum Al-Qur'an. Seluruh hukum yang terdapat dalam Al-Qur'an diperuntukkan demi kepentingan dan perbaikan kehidupan umat, baik mengenai jiwa, akal, keturunan, agama, maupun pengelolaan harta benda, sehingga penerapan hukumnya Al-Qur'an senantiasa memperhitungkan lima kemaslahatan, disitulah terdapat syariat Islam. Islam bukan hanya doktrin belaka yang identik dengan pembebanan, tetapi juga ajaran yang bertujuan untuk menyejahterakan manusia. Karenanya, segala sesuatu ini merupakan fasilitas yang berguna bagi manusia dalam memenuhi kebutuhannya.

- e. Persamaan dan Keadilan (al-Musawah wa al-Adalah)

Persamaan hak di muka adalah salah satu prinsip utama syariat Islam, baik yang berkaitan dengan ibadah atau muamalah. Terkait dengan hal ini Allah.

Fasilitas Faktor Pengetahuan Mempengaruhi Keputusan Masyarakat Tidak Menggunakan Produk Bank Syariah

a) Indikator Pengetahuan

Menurut Philip Khotler (Sunardi dan Maftukha, 2016:41) Pola perilaku yang dimiliki konsumen dipengaruhi oleh pengetahuan mereka. Dengan tingkat pengetahuan yang dimilikinya konsumen dapat memproses informasi yang baru, membuat pertimbangan dan mengambil keputusan. Dalam menghadapi penawaran produk atau jasa, informasi yang dimiliki masyarakat mengenai produk atau jasa akan mempengaruhi perilaku dalam pembelian produk atau jasa yang membagi pengetahuan menjadi 4 jenis pengetahuan produk yaitu:

- a) Pengetahuan tentang karakteristik atau atribut produk Seorang konsumen atau nasabah akan melihat suatu produk berdasarkan kepada karakteristik atau ciri atau atribut produk tersebut. Bagi seorang nasabah bila ia ingin menginvestasikan uangnya

baik dalam bentuk deposito maupun tabungan maka nasabah harus mengetahui jenis investasi, lama investasi, nisbah, bonus dan sebagainya.

- b) Pengetahuan tentang manfaat produk Jenis pengetahuan produk yang kedua adalah tentang manfaat produk. Nasabah menabung atau menginvestasikan dananya di bank syariah, karena ia telah mengetahui manfaatnya seperti terhindar dari riba dan terhindar dari perbuatan dzalim.
- c) Pengetahuan tentang kepuasan Suatu produk akan memberikan kepuasan kepada konsumen jika produk tersebut telah digunakan atau dikonsumsi oleh konsumen. Agar produk tersebut bisa memberikan kepuasan yang maksimal dan kepuasan yang tinggi kepada konsumen, maka konsumen harus bisa menggunakan atau mengkonsumsi produk tersebut dengan benar.
- d) Pengetahuan tentang konsep dasar bank syariah. Sekumpulan gagasan atau ide yang sempurna dan bermakna berupa abstrak, entitas mental yang universal dimana mereka bisa ditetapkan secara mereka untuk setiap ekstensinya sehingga

konsep membawa suatu arti yang mewakili sejumlah objek yang mempunyai ciri yang sama dan membentuk suatu kesatuan pengertian tentang suatu hal atau persoalan yang dirumuskan”.

Faktor Lokasi dan Jaringan Kantor Mempengaruhi Keputusan Masyarakat Tidak Menggunakan Produk Bank Syariah

Menurut Kotler 1997 (Musnaini 2010:171) lokasi merupakan tempat penyampaian produk ke konsumen. Menurut Kasmir (2004) pertimbangan penentuan lokasi bank tidak dapat dilakukan secara sembarangan, tetapi harus mempertimbangkan berbagai faktor hal-hal yang perlu diperhatikan dalam pemilihan dan penentuan lokasi suatu bank.

Menurut Yupiter (2017:19) Pengalokasian merupakan kegiatan penempatan suatu badan usaha pada tempat yang telah ditentukan. Teori lokasi adalah suatu teori yang dikembangkan untuk melihat dan memperhitungkan pola lokasional kegiatan ekonomi termasuk industri dengan cara konsisten dan logis, dan untuk melihat dan memperhitungkan bagaimana daerah-daerah kegiatan ekonomi itu saling berhubungan. Adapun lokasi menurut Islam yaitu rumah sebagai tempat berlindung bagi manusia adalah nikmat besar dari Allah yang seharusnya direnungkan dan disyukuri

keberadaannya, sama halnya dengan tempat usaha. Rasulullah SAW bersabda: “diantara (bentuk) kebahagiaan (bagi) seorang muslim didunia adalah (jika dia memiliki), tetangga yang sholeh, tempat tinggal yang lapang dan kendaraan yang nyaman”. Memilih tempat usaha yang baik bukan hanya bertujuan untuk kenyamanan diri dan anggota perusahaan semata, tapi lebih dari itu, untuk mengusahakan lingkungan pergaulan yang baik bagi anggota usaha, maka untuk tujuan ini wajib bagi usahawan untuk berhati-hati dalam memilih tempat usaha yang ideal bagi diri sendiri dan anggota usahanya karena ini termasuk bagian dari tanggung jawabnya untuk menjaga diri dan anggota usaha dari segala keburukan.

Lokasi dan layout merupakan dua hal yang tidak terpisahkan dan harus merupakan suatu paduan yang serasi dan sepadan. Penentuan lokasi bank merupakan kebijakan yang harus diambil dengan hati-hati. Kantor bank harus dibangun ditempat yang strategis, yang dekat dengan nasabah, mudah pencapaiannya (aksesibilitas), dekat dengan penyedia tenaga kerja, dan dekat dengan Bank Indonesia.

Faktor Produk Mempengaruhi Keputusan Masyarakat Tidak Menggunakan Produk Bank Syariah

Menurut Kambali (2020:59) Produk Perbankan yang beragam,

menarik, dan inovatif. Fitur-fitur pendukung/keuntungan yang terdapat dalam produk. Oleh sebab itu faktor-faktor yang mempengaruhi pengambilan keputusan dari nasabah untuk menggunakan jasa perbankan syariah sangat penting diperhatikan oleh pihak manajemen perbankan demi kelangsungan dan tetap eksisnya lembaga tersebut. Diminati atau tidaknya suatu lembaga keuangan sangat dipengaruhi oleh faktor-faktor yang sifatnya psikologis yang menyangkut aspek-aspek perilaku, sikap dan selera. Dan bukan hanya faktor psikologis saja, ada banyak faktor yang mempengaruhi masyarakat untuk menggunakan jasa lembaga keuangan syariah. Faktor-faktor yang mempengaruhi minat masyarakat dalam menggunakan jasa layanan perbankan adalah produk, atau lokasi jaringan dan kantor.

Termasuk juga dalamnya religius stimuli yang merupakan faktor pengetahuan dan pengamalan keberagaman yang mendorong seseorang untuk melakukan suatu tindakan ekonomi. Faktor lain yang mempengaruhi seseorang berminat menjadi nasabah pada sebuah bank adalah reputasi. Suatu bank yang mempunyai reputasi yang baik akan dipercaya oleh nasabahnya. Sebuah bank dipandang mempunyai reputasi apabila bank itu diakui dan dipercaya sebagai perusahaan jasa dengan nama baiknya di mata masyarakat. Mekanisme lembaga

keuangan syariah dengan menggunakan sistem Profit sharing (bagi hasil), nampaknya menjadi salah satu sistem bagi masyarakat bisnis. Salah satu karakteristik bank syariah adalah profit sharing (bagi hasil). Jika dalam mekanisme ekonomi konvensional menggunakan instrument bunga, maka dalam mekanisme ekonomi islam dengan menggunakan instrument profit sharing (bagi hasil). Bagi hasil menurut terminologi asing dikenal dengan profit sharing. Profit sharing diartikan dengan distribusi beberapa bagian dari laba pada para pegawai dari suatu perusahaan. Serta promosi yang merupakan faktor penentu bagi minat nasabah, apakah produk yang dipasarkan dapat diterima oleh masyarakat luas atau tidak.

Keputusan Konsumen

Menurut Damiaati, (Amini, 2020:17-19) keputusan nasabah adalah suatu proses pendekatan penyelesaian masalah yang terdiri dari mencari informasi, pengenalan masalah dan beberapa penilaian serta membuat keputusan membeli yang dilalui konsumen. (Suharnan, 2005), juga menjelaskan bahwa pengertian keputusan ialah proses memilih atau menentukan berbagai kemungkinan diantara situasi-situasi yang tidak pasti. Pembuat keputusan terjadi dalam situasi yang meminta seseorang harus:

- a. Membuat prediksi atau gambaran ke depan.

- b. Memilih salah satu di antara dua pilihan atau lebih.
- c. Memilih perkiraan tentang banyaknya kejadian berdasarkan bukti-bukti terbatas. Keputusan merupakan salah satu hal yang penting dari perilaku konsumen, di samping kegiatan nasabah dalam menilai, mendapatkan serta mempergunakan jasa dan barang ekonomis.

RANCANGAN PENELITIAN

Metode Penelitian

Metode penelitian ini termasuk dalam jenis penelitian asosiatif, yaitu penelitian yang dilakukan dengan maksud untuk mengetahui hubungan di antara dua atau lebih variabel (Siregar, 2017:7). Dalam penelitian ini peneliti akan menganalisis hubungan diantara variabel-variabel yang terdiri dari variabel Pengetahuan Produk (X1) dan variabel Lokasi dan Jaringan Kantor (X2) sebagai variabel bebas atau independen dengan variabel Keputusan Masyarakat (Y) sebagai variabel terikat atau dependen. Penelitian ini dilakukan pada masyarakat yang menggunakan jasa perbankan di Kota Timika Papua. Objek dalam penelitian ini adalah faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan masyarakat tidak menggunakan produk bank syariah.

Populasi Dan Sampel

Penelitian ini membagi populasi dalam 3 bagian, yaitu:

- a. Populasi Subyek Penelitian
Populasi subjek penelitian ini adalah Bank syariah, dengan studi kasus pada Bank Muamalat Kabupaten Timika.
- b. Populasi Responden Penelitian
Populasi responden penelitian ini adalah konsumen Bank Konvensional
- c. Populasi Objek Penelitian
Objek penelitian adalah faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan masyarakat tidak menggunakan produk bank syariah.

Sampel

Sampel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu sampel populasi responden dengan teknik probability sampling dengan cara simple random sampling yaitu pengambilan sampel secara acak tanpa tingkatan dalam anggota populasi tersebut. Jumlah sampel penelitian ini ditetapkan sebanyak 200 konsumen yang sudah menjadi nasabah di Bank Konvensional yang dipilih secara acak.

Data dan Sumber Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif dan kuantitatif. Kualitatif adalah data yang diperoleh dalam bentuk pernyataan. Dan data kuantitatif data yang diperoleh dalam bentuk angka-angka. Sumber data yang akan

dikumpulkan dalam penelitian ini berasal dari sumber data primer yaitu sumber data yang dikumpulkan langsung dari lapangan dari hasil kuesioner. Sumber data primer adalah responden yang dapat dijadikan sumber informasi dalam pengolahan data untuk kepentingan tabulasi dalam penelitian.

Instrumen Pengumpulan Data

Instrumen yang digunakan dalam pengumpulan data penelitian adalah daftar kusioner yang berisi sejumlah pertanyaan kepada nasabah bank konvensional.

Instrumen Analisis Data

Alat analisis yang digunakan adalah Regresi Linear Berganda untuk menjawab pertanyaan hubungan variabel Pengetahuan produk (X₁), Lokasi dan jaringan kantor(X₂) dan Keputusan masyarakat (Y). Uji Regresi Linear Berganda merupakan uji hipotesis yang bertujuan untuk mengetahui apakah terdapat perbedaan dan pengaruh antara lebih dari dua

kelompok sampel yang dikelompokkan menurut kategori atau klasifikasi tertentu. Derajat bebas yang digunakan pada uji ini adalah $Y = b_0 + b_1X_1 + b_2X_2 + e$ Uji Regresi Linear Berganda digunakan untuk melihat ketergantungan antara variabel bebas dan variabel tergantung berskala nominal atau ordinal.

$$Y = b_0 + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

Dimana :

Y = Keputusan Pembelian

X₁ = Pengetahuan

X₂ = Lokasi dan Jaringan Kantor

b₀ = Nilai konstanta

b₁, b₂ = koefisien regresi

e = *term of error*

ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif dilakukan untuk mengetahui kemudahan dalam menyampaikan jawaban responden. Berikut adalah penjelasan tanggapan dari responden untuk setiap variabel yang digunakan, yaitu pengetahuan produk, lokasi dan jaringan kantor, dan keputusan masyarakat.

Tabel 3
Statistik Deskriptif Variabel

Descriptive Statistics					
variabel	N	Min	Max	Mean	Std. Deviation
Pengetahuan Produk	200	11,00	25,00	20,6750	2,00987
Lokasi dan Jaringan Kantor	200	6,00	20,00	15,7100	2,37785
Keputusan	200	5,00	15,00	11,9300	1,59304
Valid N (listwise)	200				

Sumber: data diolah 2022

Berdasarkan hasil pengolahan data untuk variabel Pengetahuan Produk (X1), nilai maksimalnya adalah 25,00 dan rata-rata nilai tanggapan responden adalah 20,67, sementara yang lebih besar dari nilai standar deviation 2,0. Ini bermakna bahwa data yang dikumpulkan tersebar secara homogen, yang artinya data yang dikumpulkan mempunyai selisih yang kecil dengan nilai rata-rata. Oleh karena itu angka tersebut merupakan selisih data normal yang satu dengan yang lainnya.

a. Uji Normalitas

Adapun dalam Uji Normalitas dirancang agar dapat menguji apakah data berdistribusi normal. Dalam hal ini memakai tehnik Kolmogorov Smirnov, apabila signifikan lebih kecil dari 0,05 maka artinya data yang di uji jauh berbeda dengan data normal standarnya yang artinya data tidak normal. Begitupun Sebaliknya apabila signifikansi Kolmogorov Smirnov di atas 0,05 berarti data yang diuji tidak berbeda nyata dengan data normal standar, berarti data tersebut normal.

Tabel 4
Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test			
			Unstandardized Residual
N			200
Normal Parameters a,b	Mean		,0000000
	Std. Deviation		2,09391732
Most Extreme Differences	Absolute		,091
	Positive		,091
	Negative		-,065
Test Statistic			,091
Asymp. Sig. (2-tailed)			,000 ^c
Monte Carlo Sig. (2-tailed)	Sig.		,066 ^d
	99% Confidence Interval	Lower Bound	,059
		Upper Bound	,072
a. Test distribution is Normal.			
b. Calculated from data.			
c. Lilliefors Significance Correction.			
d. Based on 10000 sampled tables with starting seed 2000000.			

Sumber: data diolah 2022

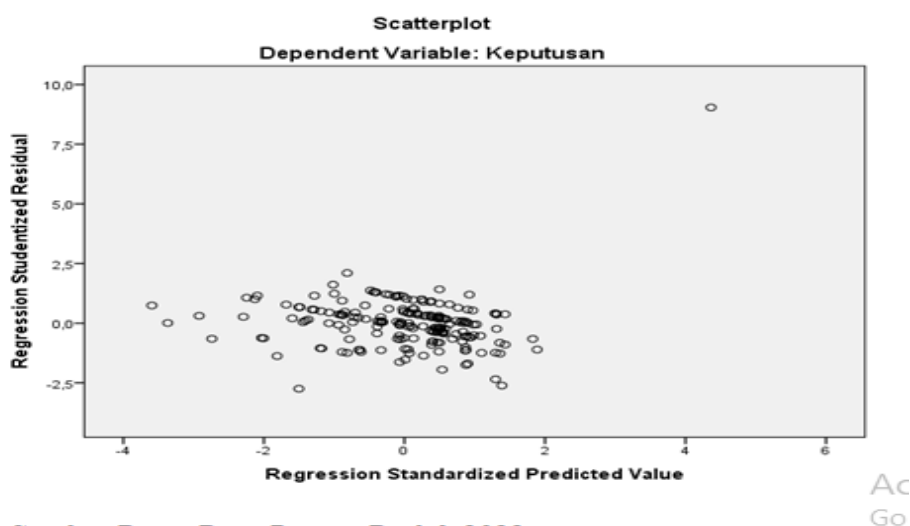
Dari hasil uji normalitas pada tabel 4 diatas, uji satu sampel *Kolmogorov-Smirnov* menghasilkan *Signifikansi asimtotik* sebesar $0,66 < 0,05$. Oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa nilai dari penelitian ini dapat dinyatakan normal.

a. Uji Heteroskedastisitas

Adapun salah satu cara untuk dapat mengetahui ketidaksamaan dari *Variance* pada residual satu pengamatan terhadap lainnya untuk hal ini disebut model regresi. Maka dari hal ini dikatakan baik jika terjadinya homoskedastisitas

Gambar 1 Hasil Uji Heteroskedastisitas

yaitu apabila *Variance* residual dari satu pengamatan ke yang lainnya. Jika asumsi heteroskedastisitas tidak terpenuhi, maka model regresi yang terbentuk dianggap tidak baik. Uji heteroskedastisitas dilakukan melalui Scatter Plot. Model regresi tidak mengandung masalah heteroskedastisitas jika titik sebaran data tidak memiliki pola, serta berada di atas dan di bawah nilai 0 pada grafiks scatter. Hasil uji heteroskedastisitas disajikan pada tabel berikut:



Sumber Data: Data Primer Diolah 2022

Seperti dilihat dari gambar 5.3 data (titik-titik) didistribusi secara merata di sekitar nilai nol, bukan mengelompokkan dalam garis atau pola tertentu. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas dalam uji regresi ini.

c. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas adapun hal ini dilakukan agar dapat mengetahui ada atau tidaknya kolerasi antara variabel independen pada model regresi. Dikatakan baik apabila model regresi tidak ada kolerasi

tidak ada yang memastikan terdapat variabel bebas. Untuk ada tidaknya gejala multikolinearitas dapat dilakukan dengan memperhatikan nilai VIF (*Variance Indlation Factor*) dan nilai *Tolerance*-nya, nilai matriks kolerasi yang dihasilkan pada saat pengolahan data.

Batas *Tolerance* adalah 0,10 dan VIF kurang dari 10. Jika nilai dari VIF kurang dari 10 dan nilai *Tolerance* lebih besar dari 0,10 tidak ada gejala multikolinearitas. Sehingga dapat disimpulkan bahwa pada regresi berganda tidak ada.

Tabel 5
Hasil Uji Multikolinearitas

Analisis Faktor faktor yang Mempengaruhi Keputusan Masyar...Indriany Elim,Tuti Fitriani

Coefficients ^a			
Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	Pengetahuan Produk	.992	1.008
	Lokasi Jaringan Kantor	.992	1.008
a. Dependent Variable: Keputusan			

Sumber: data diolah 2022

Dari tabel 5.3 dapat dilihat bahwa nilai *Variance Inflation Factor (VIF)* dibawah nilai 10 dan nilai *Tolerance* nya maka dari itu, disimpulkan penelitian ini tidak ada multikolinearitas.

Analisis Regresi Linear Berganda

Regresi linear berganda bertujuan untuk mengukur

besarnya variabel bebas terhadap variabel terikat. Untuk mengetahui pengaruh variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y) maka hasil analisis pengetahuan produk, lokasi dan jaringan kantor terhadap perilaku masyarakat yang diperoleh dengan aplikasi SPSS berikut di bawah ini:

Tabel 6
Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	3,490	1,582		2,206	,029		
	Pengetahuan Produk	,053	,067	,050	,786	,433	,988	1,013
	Lokasi dan Jaringan Kantor	,439	,060	,465	7,310	,000	,988	1,013
a. Dependent Variable: Keputusan								

Sumber: data diolah 2022

Berdasarkan dari hasil analisis regresi, maka hubungan antara variabel terkait dan bebas dapat dituliskan sebagai berikut:

$$Y = 3,490 + 0,053X_1 + 0,439X_2$$

Dari hasil yang diperoleh diatas maka dapat dijelaskan sebagai berikut:

- a) Konstanta senilai 3,490 menunjukkan bahwa tingkat keputusan masyarakat tidak menggunakan produk bank syariah senilai 3,490 poin yang dimana model tidak pengaruhi oleh pengetahuan produk dan lokasi jaringan dan kantor tetapi dipengaruhi oleh hal lain diluar dari pada model.
- b) Koefisien pengetahuan produk senilai 0,053 menunjukkan apabila pengetahuan produk naik sebesar 1 poin, maka nilai tingkat keputusan masyarakat tidak menggunakan produk

bank syariah akan mengalami kenaikan senilai 0,053.

- c) Koefisien Lokasi dan Jaringan Kantor senilai 0,439 menunjukkan bahwa apabila pengetahuan produk naik senilai 1 poin, maka nilai tingkat keputusan masyarakat tidak menggunakan produk bank syariah akan mengalami kenaikan senilai 0,439.

Uji F

Uji F digunakan untuk melihat apakah variabel independen secara bersama-sama berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen. Uji statistik secara serentak ditunjukkan oleh perbandingan nilai F hitung dengan nilai F tabel, hasil perhitungan SPSS yang diperoleh dari nilai F hitung sebagai berikut:

Tabel 7
Hasil Uji F Statistik

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	236,691	2	118,346	26,721	,000 ^b
	Residual	872,513	197	4,429		
	Total	1109,205	199			
a. Dependent Variable: Keputusan						
b. Predictors: (Constant), Lokasi dan Jaringan Kantor, Pengetahuan Produk						

Sumber: Output Spss (Pengolahan data primer 2022)

Berdasarkan hasil Uji F dengan metode SPSS 20 diatas diperoleh F_{hitung} sebesar 26,721 sedangkan F_{tabel} diperoleh dengan menggunakan tingkat significant level 5% (0,05) dengan rumus $DF_1=k-1=3-1=2$, $DF_2=n-k=200-2-198$ (n adalah jumlah responden dan k adalah jumlah variabel) maka hasil yang diperoleh F_{tabel} adalah sebesar 3,04

Terkait hasil dari uji F Tabel 5.5 diatas maka diperoleh $F_{hitung} > F_{tabel}$ yaitu $26,721 > 3,04$ sehingga H_0 ditolak H_1 diterima . artinya bahwa secara bersama-sama Pengetahuan Produk dan Lokasi Jaringan dan Kantor berpengaruh signifikan terhadap Keputusan masyarakat tidak menggunakan produk bank syariah di Kabupaten Mimika.

Uji t

Tujuan dilakukan uji t untuk mengetahui seberapa jauh pengaruh variabel independen (Pengetahuan Produk dan Lokasi dan Jaringan Kantor) secara individual dalam menerangkan variabel dependen (Keputusan Masyarakat).

Pengujian t_{hitung} menggunakan kurva uji dua pihak berikut dibawah ini:

- a) H_0 : Pengetahuan Produk dan Lokasi dan Jaringan Kantor tidak memiliki pengaruh yang signifikan berdasarkan keputusan masyarakat tidak menggunakan produk bank syariah di Kabupaten Mimika.
 - b) H_1 : Pengetahuan Produk dan Lokasi dan Jaringan Kantor memiliki pengaruh yang signifikan berdasarkan keputusan masyarakat tidak menggunakan produk bank syariah di Kabupaten Mimika.
- Untuk memperoleh nilai t_{tabel} dengan menggunakan taraf signifikansi dua pihak yakni 5% (0,05) dengan rumus $DF=n-k=200-2-198$ (di mana n adalah jumlah responden dan k adalah jumlah variabel) sehingga hasil yang didapat untuk t_{tabel} adalah 1,652

Adapun hasil analisis diatas, diperoleh nilai dari masing-masing variabel independen (bebas) dengan t_{hitung} adapun sebagai berikut:

Tabel 8
Hasil Uji t Statistik Dengan SPSS

Coefficients ^a								
Model		Unstandardize d Coefficients		Standardi zed Coefficie nts	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolera nce	VIF
1	(Constant)	3,490	1,582		2,206	,029		
	Pengetahuan Produk	,053	,067	,050	,786	,433	,988	1,013
	Lokasi dan Jaringan Kantor	,439	,060	,465	7,310	,000	,988	1,013
a. Dependent Variable: Keputusan								

Sumber : Data Primer Diolah 2022

Hipotesis Variabel:

- a) Nilai $t_{hitung} = 0,786 < t_{tabel} 1,652$ artinya H_0 diterima dan H_1 ditolak. Sehingga Pengetahuan produk tidak berpengaruh signifikan terhadap Keputusan masyarakat tidak menggunakan produk bank syariah di Kabupaten Timika.
- b) Nilai $t_{hitung} = 7,310 > t_{tabel} 1,652$ artinya H_0 ditolak dan H_1 diterima. Sehingga Lokasi dan Jaringan Kantor berpengaruh signifikan terhadap Keputusan masyarakat tidak menggunakan produk bank syariah di Kabupaten Mimika.

Koefisien Determinasi (R^2)

Pada uji regresi, besar koefisien determinasi ditunjukkan pada nilai R^2 . Apabila R^2 mendekati angka 1, maka disimpulkan bahwa adanya hubungan erat antara variabel terikat serta variabel bebas, berikut di bawah ini:

Tabel 9
Hasil Uji R dengan SPSS

Model Summary^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,462 ^a	,213	,205	2,10452
a. Predictors: (Constant), Lokasi dan Jaringan Kantor, Pengetahuan Produk				
b. Dependent Variable: Keputusan				

Sumber: Data Primer Diolah 2022

Berdasarkan tabel 5.7 diatas, bahwa nilai Adjusted R Square ialah senilai 0,205, maka dapat disimpulkan bahwa besaran pengaruh pengetahuan produk dan Lokasi dan jaringan kantor terhadap keputusan adalah sebesar 20,5 %. Setelah itu sebesar 79,5% keputusan masyarakat tidak menggunakan bank syariah dipengaruhi oleh variabel lain diluar model.

Pembahasan Hasil Analisis Pengaruh Pengetahuan Produk terhadap Keputusan Masyarakat

Bagian dari pengujian pengaruh Pengetahuan Produk terhadap Keputusan masyarakat untuk tidak menggunakan produk bank syariah digunakan untuk membandingkan nilai dan menetapkan jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka dapat dikatakan bahwa Pengetahuan Produk berpengaruh signifikan terhadap Keputusan masyarakat untuk tidak

menggunakan produk bank syariah di Kabupaten. Mimika.

Berdasarkan hasil analisis diperoleh nilai 1,652 dan nilai t_{hitung} variabel Pengetahuan Produk 0,786 sehingga hasil yang diperoleh lebih kecil dari nilai ($t_{hitung} < t_{tabel}$). Oleh karena itu hipotesis pertama menunjukkan bahwa Pengetahuan Produk penting bagi masyarakat untuk memutuskan tidak menggunakan produk bank syariah di Kabupaten. Mimika, hipotesis **ditolak**.

Dapat juga dilihat dari nilai signifikansi pada tabel 5.4, dimana nilai signifikansi variabel Pengetahuan produk senilai 0,433 < dari nilai Alpha senilai 0,05, maka hipotesis dinyatakan **ditolak**.

Pengaruh Lokasi dan Jaringan Kantor Terhadap Keputusan Masyarakat

Uji secara persial pengaruh Lokasi dan Jaringan Kantor Terhadap Keputusan masyarakat

berdasarkan uji secara persial dinyatakan tidak menggunakan produk bank syariah digunakan untuk mengkomparasikan nilai t_{hitung} dan t_{tabel} dengan ketentuan apabila $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka dapat dikatakan bahwa Lokasi dan Jaringan Terhadap Keputusan berpengaruh signifikan terhadap keputusan masyarakat.

Berdasarkan hasil analisis dimana nilai t_{tabel} yang diperoleh 1,652 dan nilai t_{hitung} pada variabel Lokasi dan Jaringan Kantor 7,310 sehingga hasil yang diperoleh adalah t_{hitung} lebih besar dari nilai t_{tabel} ($t_{hitung} > t_{tabel}$). Dengan demikian pada hipotesis kedua yang menyatakan bahwa Lokasi dan Jaringan Kantor berpengaruh signifikan terhadap keputusan masyarakat tidak memakai produk bank syariah di Kabupaten. Mimika, hipotesis **diterima**.

Serta 0,012 nilai signifikansi variabel Lokasi dan Jaringan Kantor yang berarti lebih kecil dibanding nilai Alpha yakni 0,05 ($0,012 < 0,05$), maka dinyatakan hipotesis **diterima**.

Pembahasan Hasil Analisis Pengaruh Pengetahuan Produk terhadap Keputusan Masyarakat

Menurut Sriwahyuni Endang (2019 : 2-3). Bagi perusahaan non bank penentuan lokasi biasanya digunakan untuk lokasi pabrik atau gudang atau cabang, sedangkan penentuan lokasi bagi industri

perbankan lebih ditekankan kepada lokasi cabang. Penentuan lokasi kantor cabang bank dilakukan untuk cabang utama, cabang pembantu atau kantor kas. Penentuan lokasi kantor beserta sarana dan prasarana pendukung menjadi sangat penting, hal ini disebabkan agar nasabah mudah menjangkau setiap lokasi bank yang ada. Demikian sarana dan prasarana harus memberikan rasa yang nyaman dan aman kepada seluruh nasabah yang berhubungan dengan bank

Dari hasil pengujian yang dilakukan oleh peneliti bahwa ternyata pengetahuan produk tidak berpengaruh akan tingkat keputusan masyarakat untuk memakai produk Bank Syariah di Kabupaten. Mimika. Untuk meningkatkan keinginan masyarakat dalam menggunakan produk bank syariah maka perlu adanya penyampaian berbagai informasi mengenai pengetahuan produk yang ada pada bank syariah di Kabupaten. Mimika. Adapun kegiatan yang dilakukan untuk menambah pengetahuan masyarakat mengenai produk yang akan dipakai yaitu dengan tersedianya sarana informasi /tata cara persyaratan maupun prosedur mengenai penggunaan suatu produk atau jasa yang mudah untuk dipahami melalui pengetahuan yang dimiliki mengenai suatu produk.

Menurut Philip Khotler (Sunardi dan Maftukha, 2016:41) bahwa terkait pengetahuan dari konsumen berpengaruh dari pola perilakunya. Jika konsumen

mampu menyerap informasi yang selaras, terkini maka dapat mempertimbangkan hal itu untuk mengambil suatu keputusan. Jadi ketika berhadapan dengan penawaran produk jasa maka lebih kompleks untuk melakukan pembelian.

Pengaruh Lokasi dan Jaringan Kantor terhadap Keputusan Masyarakat

Berdasarkan hasil dari pengujian yang telah dilaksanakan oleh peneliti disimpulkan bahwa ternyata Lokasi dan Jaringan Kantor mempunyai pengaruh dalam membuat keputusan masyarakat dalam mengambil keputusan untuk tidak menggunakan produk bank syariah di Kabupaten. Mimika. Namun kasus berbeda terjadi selama tinjauan lapangan berlangsung, dimana justru lokasi jaringan kantor yang masih saja susah untuk dijangkau atau tidak begitu memudahkan masyarakat dalam mengatasi masalahnya. Sehingga membuat masyarakat menjatuhkan pilihannya untuk tidak menggunakan produk tersebut. Kemudian dengan sedikitnya jaringan kantor cabang yang ada di Kabupaten. Mimika, membuat masyarakat tidak menjatuhkan pilihannya dibank tersebut dikarenakan Lokasi dan Jaringan Kantor bank syariah tidak begitu memadai.

Menurut Kotler (1997) dari penelitian Musnaini (2010) lokasi ialah tempat menyampaikan produk kepada konsumen. Adapun

ditahun 2004 Menurut Kasmir terkait akan pertimbangan ketika menentukan lokasi Bank harus selektif tidak boleh sembarangan memilih akan tetapi harus pula dipertimbangkan hal-hal yang sepatutnya diperhatikan ketika memilih serta menentukan lokasi bank.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang sudah diuraikan pada bab sebelumnya, dapat disimpulkan bahwa:

- a. Faktor Pengetahuan produk, tidak berpengaruh signifikan terhadap Keputusan masyarakat tidak menggunakan produk bank syariah di Kab. Mimika.
- b. Faktor Lokasi dan Jaringan Kantor, memiliki pengaruh signifikan terhadap Keputusan masyarakat tidak menggunakan produk bank syariah di Kab. Mimika.

Saran

- a. Hendaknya bank syariah cabang Timika melakukan promosi untuk memberikan tambahan informasi pengetahuan agar dapat menarik minat masyarakat atau calon nasabah menabung di Bank Syariah, bukan hanya sebatas melalui kyai atau ulama saja. Tetapi melalui peran media baik itu media cetak atau maupun

elektronik harus lebih gencar lagi. Dapat juga melakukan penyebaran brosur yang menyertakan informasi *prosentase* nisbah melalui *doot to door*, presentasi ke kampus-kampus atau instansi dan pemasangan spanduk di lokasi yang strategis. Sehingga informasi yang disampaikan dapat sampai pada semua lapisan masyarakat di Kabupaten Mimika.

- b. Diharapkan agar bank syariah memperbanyak kantor cabang atau unit dari bank syariah, sehingga masyarakat lebih mudah untuk menjangkau bank syariah tersebut.

DAFTAR PUSTAKA

- Adinugraha, Hendri Hermawan dan Sartika PERBANKAN SYARIAH Fenomena Terkini dan Praktiknya di Indonesia. Jawa tengah: NEM-Anggota IKAPI, 2020, Hal. 9-10
- Amini, Afifah. "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Dalam Memilih Jasa Perbankan Syariah (Studi Pada PT. Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Kota Banda Aceh)" Skripsi Sarjana, Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Ar-Raniry, Banda Aceh, 2020, Hal 17-19.
- Ismail. Perbankan Syariah. Jakarta: PRENADAMEDIA GROUP, 201, Hal. 23-26
- Norcholis. "Prinsip-Prinsip Syariah Dalam Penyelesaian Sengketa Ekonomi Syariah Di Pengadilan Agama." *Jurnal Rumpun Ekonomi Syariah*. Vol. 4 (Juni, 2021). Hal 24-26.
- Sabani Akbar. "Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Rendahnya Minat Masyarakat Muslim Menabung Pada Bank Syariah Di Kota Palopo." Skripsi, Program Pascasarjana Uin Alaudin Makassar 2012, Hal 7-8.
- Siregar, Syofian. Metode Penelitian Kuantitatif. Jakarta: Kencana, 2017
- Sriwahyuni Endang. "Pengaruh Lokasi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Nasabah Menabung Di Bank Syariah (Studi Pada Bank BRI Syariah Kcp Ngawi)." Skripsi, Jurusan Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Institut Agama Islam Negeri Ponorogo 2019, Hal 2-3.
- Sunardi, Maftuhka. "Pengetahuan Perbankan Syariah Dan Pengaruhnya Terhadap Minat Menabung Santri Dan Guru." *Jurnal Islaminomic*. Vol. 7 (Agustus, 2016). Hal 40-41.

Undang-Undang Republik
Indonesia Nomor 10 Tahun
1998 Tentang Perubahan Atas
Undang-Undang Nomor 7
Tahun 1992 Tentang
Perbankan.

Pratiwi, Sintia Dewi dan Lilis
Suriani. "Strategi Pemasaran
Produk Rangka Atap Baja
Ringan Pada PT. Hari Rezeki
Kita Semua Pekanbaru."
Jurnal Valuta. Vol.3
(Oktober, 2017), Hal. 246-
247.