



Journal of Sharia and Law

Journal of Sharia and Law

Vol. 2, No. 1 Januari 2023, h. 70-89

Editorial Office: Faculty of Syari'ah and Law Sultan Syarif Kasim

State Islamic University, Riau-Indonesia. Jl. H.R Soebrantas KM. 15

Pekanbaru, Riau. Website: <https://jom.uin-suska.ac.id/index.php/jurnalfsh/login>.

E-ISSN: 2964-7636

Tri, Afdhol, Zainal: Pengaruh Pengetahuan Produk dan Pelayanan terhadap Minat Masyarakat Menjadi Nasabah Bumdes Cahaya Menurut Perspektif Ekonomi Syariah

Pengaruh Pengetahuan Produk dan Pelayanan terhadap Minat Masyarakat Menjadi Nasabah Bumdes Cahaya

Tri Novi Adri ¹,

¹Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau

² Panam, Jl. HR. Soebrantas No.Km. 15, RW.15, Simpang Baru, Kota Pekanbaru, Riau 28293

E-mail: trinoviandri1999@gmail.com

Homor HP: 081266547804

Afdhol Rinaldi ²

¹Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau

² Panam, Jl. HR. Soebrantas No.Km. 15, RW.15, Simpang Baru, Kota Pekanbaru, Riau 28293

E-mail:afdhal.rinaldi@gmail.com

Zainal Arifin ³

¹Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau

² Panam, Jl. HR. Soebrantas No.Km. 15, RW.15, Simpang Baru, Kota Pekanbaru, Riau 28293

E-mail: zainal.arifinnn2018@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh BUMDes di Desa Petai Baru yang memiliki rata-rata Nasabah sebanyak 53 orang atau 9,4% dari total keluarga yaitu sebanyak 561 sehingga peneliti tertarik meneliti tentang faktor-faktor yang mempengaruhi masyarakat menjadi nasabah BUMDes Cahaya menurut perspektif ekonomi syariah di Desa Petai Baru Kabupaten Kuantan Singingi.

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah apakah pengetahuan produk dan pelayanan yang diberikan berpengaruh terhadap minat masyarakat menjadi nasabah BUMDes Cahaya di Desa Petai Baru serta bagaimana tinjauan

ekonomi syariah tentang minat menjadi nasabah di BUMDes Cahaya. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh pengetahuan produk dan pelayanan yang diberikan BUMDes Cahaya terhadap minat masyarakat menjadi nasabah di BUMDes Cahaya di Desa Petai Baru serta untuk mengetahui tinjauan ekonomi syariah tentang minat menjadi nasabah BUMDes cahaya.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif. Lokasi Penelitian ini berada di Desa Petai Baru. Populasi dalam penelitian ini adalah kepala keluarga masyarakat Desa Petai Baru pada tahun 2022 yaitu sebanyak 561. Teknik pengambilan sampel yang digunakan yaitu *Purposiv Sampling* yang didapat sampel 85 orang, dengan menggunakan sumber data primer dan data skunder. Teknik pengumpulan data penelitian ini adalah observasi, wawancara dan kuesioner. Teknik analisis data yang penulis pakai adalah *deskriptif kuantitatif* yang pengolahan datanya menggunakan SPSS.

Dari hasil uji t menunjukkan bahwa Variabel pengetahuan produk tidak berpengaruh signifikan terhadap minat menjadi nasabah yang dibuktikan dengan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu t hitung sebesar $1,277 < 1,992$ dan nilai signifikan $0,205 > 0,05$ maka dapat disimpulkan H_0 diterima dan H_a ditolak, artinya variabel tersebut tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel minat menjadi nasabah BUMDes Cahaya. Variabel pelayanan berpengaruh signifikan terhadap minat menjadi nasabah BUMDes Cahaya yang dibuktikan dengan nilai t_{hitung} sebesar $5,279 > 1,992$ dan nilai signifikan $0,00 < 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima yang artinya kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap minat masyarakat menjadi nasabah BUMDes Cahaya. Dari hasil uji R^2 0,245 atau 24,5% variabel minat (Y) dapat dijelaskan oleh variabel pengetahuan produk (X1) dan pelayanan (X2) sedangkan sisanya (100% - 24,5%) adalah 75,5% dipengaruhi oleh variabel diluar persamaan di atas. Kemudian dari tinjauan ekonomi syariah mengenai minat menjadi nasabah BUMDes sesuai dengan konsep ekonomi syariah karena menjadi nasabah BUMDes juga salah satu untuk mendukung kemajuan dan mempersiapkan masa depan desa yang jauh lebih baik.

Kata Kunci : Pengetahuan Produk, Pelayanan, Minat

Abstract

The background of this research is that the BUMDes in Petai Baru Village have an average customer of 53 people or 9.4% of the total family, namely 561, so researchers are interested in researching the factors that influence the community to become a customer of Cahaya BUMDes according to a sharia economic perspective in the village. New Map of Kuantan Singingi Regency.

The formulation of the problem in this research is whether the knowledge of the products and services provided affect the public's interest in becoming a customer of Cahaya BUMDes in Petai Baru Village and how is the sharia economic review regarding interest in becoming a customer of Cahaya BUMDes. The purpose

of this study was to determine the effect of product knowledge and services provided by Cahaya BUMDes on the community's interest in becoming a customer at Cahaya BUMDes in Petai Baru Village and to find out the sharia economic review of the interest in becoming a Cahaya BUMDes customer.

The method used in this research is quantitative. The location of this research is in Petai Baru Village. The population in this study were the heads of families in the Petai Baru Village community in 2022, namely as many as 561. The sampling technique used was Purposive Sampling, which obtained a sample of 85 people, using primary data sources and secondary data. The data collection techniques of this research are observation, interviews and questionnaires. The data analysis technique that the author uses is descriptive quantitative which uses SPSS to process the data.

From the results of the *t* test, it shows that the product knowledge variable has no significant effect on the interest in becoming a customer as evidenced by the value of $t_{count} > t_{table}$, namely t_{count} of 1.277 < 1.992 and a significant value of 0.205 > 0.05, it can be concluded that H_0 is accepted and H_a is rejected, meaning that this variable does not have a significant effect on the interest variable to become a Cahaya BUMDes customer. The service variable has a significant effect on the interest in becoming a BUMDes Cahaya customer as evidenced by the t_{count} value of 5.279 > 1.992 and a significant value of 0.00 < 0.05, it can be concluded that H_0 is rejected and H_a is accepted, which means that service quality has a significant effect on community interest in becoming BUMDes customers Light. From the results of the R^2 test 0.245 or 24.5% interest variable (Y) can be explained by product knowledge (X_1) and service (X_2) while the remaining (100% - 24.5%) is 75.5% influenced by variables outside the equation on. Then from the sharia economic review regarding the interest in becoming a BUMDes customer in accordance with the sharia economic concept because being a BUMDes customer is also one of the means to support progress and prepare for a much better future for the village.

Keywords: Product Knowledge, Service, Interest

PENDAHULUAN

Sebagaimana telah diketahui bersama bahwa kegiatan ekonomi pada umumnya terdiri dari proses produksi, distribusi, dan konsumsi. Dari ketiga kegiatan tersebut, konsumsi merupakan kegiatan yang ditujukan dalam rangka pemenuhan kebutuhan manusia. Islam memandang bahwa bumi dengan segala isinya merupakan amanah Allah SWT kepada sang khalifah agar dipergunakan sebaik-baiknya bagi kesejahteraan bersama.¹

¹ Mawardi, *Ekonomi Islam*, (Pekanbaru: Alaf Riau, 2007), h. 76

Seiring dengan perkembangan ekonomi, teknologi, dan sosial budaya sebagai akibat dari arus perubahan global yang mendorong perubahan besar bagi seluruh aspek perilaku konsumen dan pemenuhan kebutuhannya yang terus berkembang. Cepatnya informasi yang masuk akibat majunya teknologi sektor informasi seperti televisi, radio, koran atau majalah telah menjadikan masyarakat semakin cerdas dan masyarakat sudah semakin sulit untuk dibohongi. Dampak lain bagi produsen adalah ketatnya persaingan antar produsen untuk memanfaatkan kemajuan teknologi ini. Produsen berusaha dengan sekuat tenaga untuk merebut konsumen pesaingnya.²

Badan usaha milik desa yang selanjutnya disebut BUMDes adalah badan hukum yang didirikan oleh desa dan/atau bersama desa-desa guna mengelola usaha, memanfaatkan aset, mengembangkan investasi dan produktifitas, menyediakan jasa pelayanan, dan/atau menyediakan jenis usaha lainnya untuk sebesar-besarnya kesejahteraan masyarakat desa.³

Minat konsumen adalah kecenderungan seorang konsumen dalam memilih suatu barang atau jasa yang akan ia gunakan dan dipengaruhi oleh faktor internal dan eksternal keputusan membeli benar-benar dilakukan.⁴ Minat adalah rasa lebih suka dan rasa ketertarikan pada suatu hal atau aktivitas, tanpa ada yang menyuruh. Pada dasarnya minat adalah penerimaan akan suatu hubungan antara diri sendiri dengan sesuatu di luar diri.⁵ Minat konsumen merupakan salah satu aspek psikologis yang mempunyai pengaruh cukup besar terhadap perilaku dan minat juga merupakan sumber motivasi yang akan mengarahkan seseorang dalam memutuskan apa yang mereka akan lakukan. Minat ini didorong dengan adanya motivasi seseorang yang tinggi untuk melakukan sesuatu yang diinginkan. Apabila memiliki motivasi yang tinggi maka minat yang ditimbulkan dari dalam diri akan tinggi pula. Motivasi atau dorongan adalah kebutuhan dengan tekanan kuat yang mengarahkan seseorang mencari kepuasan dengan meminati kegiatan yang diinginkannya.⁶

Faktor-faktor yang mempengaruhi minat masyarakat dalam menggunakan jasa BUMDes adalah konsumsi, pendapatan, produk, atau jenis tabungan, lokasi, pelayanan, kesadaran masyarakat dan promosi. Pelayanan pada dasarnya adalah kegiatan yang ditawarkan oleh organisasi atau

² Kasmir, *Pemasaran Bank*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2008), h. 1-2

³ Peraturan pemerintah indonesia no.11 tahun 2021 tentang BUMDes pasal 1 ayat (1).

⁴ Umar Husain, *Manajemen Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*, (Jakarta:PT. Gramedia Pusaka, 2008), h. 45

⁵ Djaali, *Psikologi Pendidikan*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2013), h. 121

⁶ Philip Kotler dan Gary Armstrong, *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, (Jakarta: Erlangga, 2006), Jilid I, h. 172

perorangan kepada konsumen, yang bersifat tidak berwujud dan tidak dapat dimiliki.⁷

Dari pernyataan tersebut kita dapat melihat bahwa pengetahuan produk, pelayanan dan promosi juga berpengaruh terhadap perkembangan pembangunan Badan Usaha Milik Desa.

Tabel 1. 1
Data Kependudukan Desa Petai Baru Bulan Oktober 2021

O	NAMA DESA/ KELURAHAN	JUMLAH					
		T	W	K	JIWA		
					K	R	K+PR
.	PETAI BARU	5	5	61	53	65	.619
	JUMLAH	5	5	61	53	65	.619

Sumber data : Data Desa Petai Baru 2021.

Dari tabel tersebut dapat dilihat bahwa dari seluruh jumlah masyarakat Desa Petai Baru yaitu sekitar 1.619 terdiri dari 561 kepala Keluarga atau berkisar 34.65 % dan ini akan terus berkembang dari tahun ke tahun jika melihat dari pertumbuhan masyarakat desa petai baru dan masyarakat indonesia.

Tabel 1. 2
Jumlah Nasabah BUMDes Cahaya 3 Tahun Terakhir

Tahun	Jumlah Nasabah
2018	50
2019	63
2020	45

Sumber Data : Data Nasabah BUMDes Cahaya.

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat bahwa pada tahun 2018 menuju ke 2019 naik jumlah nasabahnya sebanyak 26% dari tahun sebelumnya atau sekitar 13 orang dan pada tahun 2020 jumlah nasabah mengalami penurunan sebanyak 36% atau sebanyak 18 orang lebih banyak dari kenaikan tahun sebelumnya. Dalam hasil observasi sebelumnya menunjukkan bahwa hal itu terjadi karena disebabkan beberapa faktor diantaranya faktor pengetahuan produk dan pelayanan, serta kita dapat melihat jumlah nasabah BUMDes

⁷ M. Nur Rianto Al Arif, *Dasar-dasar Pemasaran Bank Syariah*, (Bandung: Alfabeta, 2012), h. 211

Cahaya yang rata-rata pertahunnya hanya 53 orang atau sekitar 9,4% dari total keluarga yang ada di Desa Petai Baru. Melihat dari jumlah keluarganya BUMDes Cahaya memiliki potensi yang lebih untuk menambah jumlah nasabahnya apalagi ditambah dengan jumlah keluarga yang selalu bertambah di setiap tahunnya di Desa Petai Baru.

Berdasarkan latar belakang diatas maka penulis merasa tertarik untuk menelitinya secara lebih lanjut dengan judul **Pengaruh Pengetahuan Produk dan Pelayanan Terhadap Minat Masyarakat Menjadi Nasabah BUMDes Cahaya Menurut Perspektif Ekonomi Syariah Di Desa Petai Baru Kabupaten Kuantan Singingi.**

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan oleh peneliti adalah menggunakan penelitian lapangan atau disebut metode kuantitatif dan pendekatan deskriptif.⁸ Metode kuantitatif adalah teknik yang melibatkan penyelidikan informasi dengan angka. Sementara itu, yang dimaksud dengan pendekatan deskriptif adalah teknik yang memiliki tugas mengumpulkan, menangani, dan memecah informasi dan kemudian menyajikannya dalam struktur yang baik.⁹ Penelitian ini dimaksudkan untuk apakah pengetahuan produk dan pelayanan berpengaruh terhadap minat menjadi nasabah di BUMDes Cahaya.

B. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian adalah tempat dimana proses study yang digunakan untuk memperoleh pemecahan masalah penelitian berlangsung atau bisa dibilang lokasi penelitian itu adalah dimana penelitian itu berlangsung. Penelitian ini dilaksanakan di Desa Petai Baru, Kecamatan Singingi, Kabupaten Kuantan Singingi, Provinsi Riau.

C. Subjek dan Objek Penelitian

1. Subjek Penelitian

Subjek penelitian adalah sumber utama pada penelitian yang memiliki informasi tentang faktor-faktor yang akan diteliti.¹⁰ Adapun yang

⁸ Hendryadi dan Suryani. *Metode Riset Kuantitatif teori dan aplikasi pada penelitian bidang manajemen dan ekonomi Islam*. Jakarta: Prenada Media Grup (2015). hal. 109.

⁹ *Ibid.* hal. 191.

¹⁰ Saiful Anwar, *Metode Penelitian*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2011), h. 34.

menjadi subjek dalam penelitian ini adalah Masyarakat Desa Petai Baru, Kecamatan Singingi, Kabupaten Kuantan Singingi, Riau.

2. Objek Penelitian

Objek penelitian yaitu apa yang menjadi target atau tujuan dalam peneliti.¹¹ Adapun yang menjadi objek dalam penelitian ini adalah pengaruh pengetahuan produk dan pelayanan di BUMDes Cahaya.

D. Informan Penelitian

1. Menurut Sugiyono, populasi adalah suatu wilayah spekulasi yang terdiri dari barang-barang atau subyek yang mempunyai ciri dan sifat tertentu yang ditetapkan oleh para peneliti untuk dipelajari dan kemudian diambil suatu kesimpulan.¹² Populasi dari penelitian adalah jumlah kepala keluarga masyarakat Desa Petai Baru yaitu sebanyak 561.
2. Dengan demikian sampel penelitian adalah merupakan bagian dari populasi yang menjadi subjek pengujian sebagai "agen" dari populasi tersebut.¹³

Dalam menentukan jumlah sampel dalam penelitian ini, didasarkan pada estimasi (penghitugan) yang diajukan oleh Slovin dan Husein Umar, yaitu:¹⁴

$$n = \frac{N}{1 + N (e)^2}$$

Keterangan :

n = Jumlah sampel minimal

N = Jumlah populasi

e^2 = Persentase kelonggaran ketelitian karena kesalahan pengambilan sampel (1%, 5%, atau 10%)

Maka jumlah sampel diperoleh adalah :

¹¹ M.Burhan Bungin, *Penelitian Kualitatif*, (Jakarta: Kencana, 2007), h.. 76.

¹² Pradana, Mahir, and Avian Reventiary. "Pengaruh atribut produk terhadap keputusan pembelian sepatu merek Customade (studi di merek dagang Customade Indonesia)." *Jurnal Manajemen* 6.1 (2016). h. 4.

¹³ Supardi, S. Populasi dan Sampel Penelitian. *Jurnal Fakultas Hukum UII*, 13(17) (1993), h. 101.

¹⁴ Saputra, R.. Peranan Badan Usaha Milik Desa (BUMDes) sebagai Implementasi Ekonomi Kreatif dalam Rangka Pemberdayaan Masyarakat Desa Jalancagak Kecamatan Jalancagak Kabupaten Subang Provinsi Jawa Barat. *TRANSFORMASI: Jurnal Manajemen Pemerintahan* (2017), h. 19.

$$n = \frac{561}{1 + 561(0,1)^2} = 84,9$$

Dari penghitungan rumus *Slovin* maka didapatkan jumlah sebesar 84,9, maka angka tersebut dibulatkan sehingga diperoleh jumlah sampel sebanyak 85 orang/ responden dari setiap perwakilan keluarga di Desa Petai Baru. Pada penelitian ini menggunakan metode purposive sampling dengan kriteria perwakilan setiap keluarga 1 orang hingga berjumlah 85 sampel.

E. Sumber Data

Adapun sumber data yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari:

a. Data Primer

Menurut Umi Narimawati, data primer adalah informasi yang berasal dari sumber pertama atau awal. Informasi ini tidak dapat diakses dalam struktur terurut atau file dokumen. Informasi harus diperoleh dari sumber atau responden, khususnya individu yang akan kita gunakan sebagai objek penelitian atau sebagai seseorang yang akan kita gunakan sebagai sarana untuk mendapatkan data dan informasi.¹⁵ Dalam penelitian ini, data primer diperoleh dari pengurus desa dan Masyarakat desa petai baru, serta Pengurus Bumdes Cahaya.

b. Data Sekunder

Data Sekunder adalah suatu metode pengumpulan informasi sebagai pemeriksaan, khususnya pengumpulan informasi yang dilengkapi dengan pemahaman buku harian, buku, informasi terukur, dan berbagai sumber yang berhubungan dengan penelitian yang dimaksud.¹⁶

F. Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan teknik pengumpulan data dengan:

a. Observasi

Seperti yang ditunjukkan oleh Morris Observasi adalah tindakan merekam efek samping atau kejadian dengan bantuan perangkat atau instrumen untuk merekam atau merekamnya untuk tujuan yang logis

¹⁵ Pratiwi, N. I. "Penggunaan Media Video Call dalam Teknologi Komunikasi". *Jurnal Ilmiah Dinamika Sosial*, 1(2) (2017), h. 211.

¹⁶ Kartini Kartono, *Pengantar Metodologi Riset Sosial*, (Bandung: Mandar Maju, 2012), h.185.

atau berbeda.¹⁷ Pada peneliataan ini peneliti melakukan observasi berupa pengamatan terhadap tingkah laku masyarakat untuk menjadi nasabah pada BUMDes Cahaya Desa Petai Baru.

b. Kuesioner

Menurut Widoyoko, kuesioner adalah teknik pengumpulan informasi yang dilakukan dengan memberikan pernyataan atau pertanyaan yang tersusun kepada responden untuk diberi reaksi sesuai dengan keinginan klien.¹⁸ Kuisisioner ini di ajukan kepada masyarakat desa Petai Baru untuk menjawab beberapa pertanyaan yang berkaitan dengan penelitian.

c. Wawancara

Menurut Sudijono, wawancar merupakan suatu strategi pengumpulan informasi yang digunakan untuk mengumpulkan data yang dilengkapi dengan pertanyaan dan alamat secara lisan, tatap muka, dan mempunyai alasan tertentu.¹⁹ Dalam penelitian ini wawancara dilakukan kepada beberapa populasi yang memiliki sumber atau data informasi yang berkaitan dengan penelitian diantaranya seperti ketua BUMDes Cahaya beserta staf pekerja dan Kepala Desa Peta baru.

G. Teknik Analisis Data

Sebagaimana dikemukakan oleh Noeng Muhadjir, analisis data adalah suatu usaha mencari dan mengoordinasikan catatan-catatan dari persepsi, pertemuan, dan lain-lain secara sistematis untuk membangun pemahaman ilmuwan tentang situasi yang diteliti dan menyajikannya sebagai penemuan kepada orang lain. Sementara itu untuk mengembangkan pengaturan ini lebih lanjut, penyelidikan harus dilanjutkan dengan mencari maknanya.²⁰ Dalam penelitian ini, Teknik analisa data yang penulis pakai adalah data deskriptif kuantitatif. Dimana setelah data terkumpul selanjutnya dilakukan

¹⁷ Syamsudin, Amir. "Pengembangan Instrumen Evaluasi Non Tes (Informal) untuk Menjaring Data Kualitatif Perkembangan Anak Usia Dini." *Jurnal Pendidikan Anak* 3.1 (2014). hal. 404.

¹⁸ Purnomo, P., & Palupi, MS. "Pengembangan tes hasil belajar matematika materi menyelesaikan masalah yang berkaitan dengan waktu, jarak dan kecepatan untuk siswa kelas V". *Jurnal Penelitian* , 20 (2) (2016). h. 153

¹⁹ *Ibid.*

²⁰ Rijali, A. (2019). "Analisis data kualitatif. Alhadharah": *Jurnal Ilmu Dakwah*, 17(33), h. 84.

penganalisaan secara kuantitatif dan digambarkan dalam bentuk berupa uraian. Dalam pengumpulan data dilakukan beberapa pengujian yaitu sebagai berikut:

1. Uji Instrumen Penelitian

a. Uji Validitas

Uji Validitas digunakan untuk mengukur valid atau tidak validnya suatu kuisisioner. Sebuah kuisisioner seharusnya substansial dengan asumsi pertanyaan pada kuisisioner sehingga dapat mengungkap sesuatu yang akan diperkirakan oleh survei.²¹ Metode uji validitas pada penelitian ini menggunakan teknik product moment pearson correlation yang diselesaikan dengan cara mengkorelasikan masing-masing skor item dengan skor total item. Skor total item adalah penjumlahan dari keseluruhan item. Pengujian validitas instrumen dilakukan dengan menggunakan SPSS dengan kriteria sebagai berikut:

Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$, maka pertanyaan tersebut dinyatakan valid.

Jika $r_{hitung} < r_{tabel}$, maka pertanyaan tersebut dinyatakan tidak valid.

b. Uji Realibilitas

Uji realibilitas merupakan instrumen untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan tanda dari suatu variabel atau perkembangan. Sebuah kuesioner seharusnya dapat dikatakan solid jika jawaban seseorang terhadap pernyataan tersebut stabil atau konsisten dalam jangka panjang.²² Butir pernyataan sudah dinyatakan valid dalam uji validitas akan ditentukan reliabilitasnya dengan kriteria sebagai berikut:

Jika $r_{alpha} > r_{tabel}$, maka pertanyaan reliabel.

Jika $r_{alpha} < r_{tabel}$, maka pertanyaan tidak reliabel.

2. Pengujian Asumsi Klasik Penelitian

a. Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah populasi data berdistribusi normal atau tidak. Uji ini biasanya digunakan untuk mengukur data berskala ordinal, interval, ataupun rasio. Dalam

²¹ Ghozali, Imam. "Aplikasi Analisis multivariete dengan program IBM SPSS 23 (Edisi 8)." Cetakan ke VIII. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro 96 (2016). hal. 52.

²² *Ibid.* hal. 42.

pengujian ini akan digunakan uji *One Sample Kolmogorov-Smirnov* dengan menggunakan taraf signifikansi 0,05. Data dinyatakan berdistribusi normal jika signifikansi lebih besar dari 5% atau 0,05. Hipotesis yang dapat dibuat sebagai berikut:²³

H₀ : variabel residual berdistribusi normal

H_a : variabel residual tidak berdistribusi normal

Pengambilan keputusan :

a. Jika probabilitas > 0,05 maka H₀ diterima

b. Jika probabilitas < 0,05 maka H_a ditolak

b. Uji Heteroskedesitas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (*independent*). Pengujian ini bertujuan untuk mengetahui apakah tiap-tiap variabel salingberhubungan secara linier. Uji multikolinieritas dapat dilihat dari *Variance Inflation Factro (VIF)* dan nilai *tolerance*. Kedua ukuran ini menunjukkan sikap variabel independen manakah yang dijelaskan variabel independen lainnya.²⁴

Multikolinieritas terjadi jika nilai *tolerance* < 0,10 atau sama dengan *VIF* >10. Jika nilai *VIF* tidak ada yang melebihi 10, maka dapat dikatakan bahwa multikolinieritas yang terjadi tidak berbahaya (lolos uji multikolinieritas).²⁵

3. Uji Hipotesis

a. Analisa Regresi Berganda

Analisis regresi berganda merupakan pengembangan dari analisis regresi sederhana. Kegunaan, yaitu untuk meramal nilai variabel terikat (Y) apabila variabelbebasnya (X) dua atau lebih. Analisis regresi berganda adalah alat untuk meramalkan nilai pengaruh dua variabel bebas atau lebih terhadap satu variabel terikat untuk membuktikan ada tidaknya hubungan fungsional atau hubungan kausal antara dua atau lebih variabel bebas X₁, X₂...X_n terhadap satu variabel terikat Y. ²⁶

Maka persamaan regresi berganda ditulis sebagai berikut: ²⁷

²³ *Ibid.* hal. 50.

²⁴ *Ibid.*, hal. 95-96

²⁵ *Ibid.*,

²⁶ Muhidin, S. A., & Abdurahman, M. Analisis korelasi, regresi, dan jalur dalam penelitian. (*Bandung: Pustaka Setia*, 2007) h. 198.

²⁷ *Ibid.*,

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + \dots + e$$

Di mana :

Y = Tingkat Kemiskinan
 X₁ = Motivasi
 X₂ = Pelatihan
 b₁ = Koefisien Motivasi
 b₂ = Koefisien Pelatihan
 a = Konstanta
 e = Standar Error

b. Uji -t

Uji -t adalah untuk menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen atau variabel penjelas secara terpisah dalam memperjelas variabel dependen.²⁸ Dengan tingkat signifikansi individual 5% model uji yang digunakan adalah:²⁹

- a. Ha diterima, apabila nilai probabilitas signifikansi lebih kecil dari 0.05 (5%) maka variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.
- b. Ha ditolak, apabila nilai probabilitas signifikansi lebih besar dari 0.05 (5%) maka tidak ada pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen.

c. Uji Signifikansi Simultan (Uji F)

Uji F adalah pengujian signifikansi persamaan yang digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel bebas (X₁, X₂) secara bersama-sama terhadap variabel terikat (Y).⁷⁸ Pengambilan kesimpulan:

1. Jika signifikansi > 0,05, maka Ho diterima dan jika signifikansi < 0,05 maka Ho ditolak.
2. Jika F hitung > F tabel maka Ho diterima dan jika F hitung < F tabel maka Ho ditolak.

d. Uji Koefisien Determinasi (R²)

Koefisien determinasi (R²) mencerminkan kapasitas variabel dependen. Tujuan penyelidikan ini adalah untuk memastikan dampak variabel independen terhadap variabel dependen.³⁰ Nilai R² menunjukkan seberapa besar tingkat keragaman lengkap dari variabel

²⁸ Sujarweni, V. Wiratna. "Metodologi penelitian bisnis dan ekonomi." (2015). hlm. 229.

²⁹ *Ibid.*,

³⁰ Sujarweni, V. Wiratna. Op.Cit. hlm. 228.

independen dapat dijelaskan oleh variabel dependen. Semakin tinggi nilai R^2 , semakin diperhatikan tingkat keragaman dalam variabel independen yang dapat diperjelas oleh variabel dependen.³¹ Untuk nilai koefisien determinasi menggunakan rumus sebagai berikut:³²

$$kd = r^2 \times 100\%$$

Keterangan :

Kd = Nilai Koefisien Determinasi.

r = Nilai Koefisien Korelasi

PEMBAHASAN

Secara simultan variabel pengetahuan produk dan pelayanan berpengaruh positif signifikan terhadap variabel minat menjadi nasabah BUMDes Cahaya. Hal ini ditunjukkan dengan nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ karena $13.618 > 3,11$ dan nilai signifikansi $0,00 < 0,05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima yang berarti fasilitas dan pelayanan secara bersama-sama memiliki pengaruh simultan terhadap minat menjadi nasabah BUMDes Cahaya Desa Petai Baru, Kecamatan Singingi Hilir, Kabupaten Kuantan Singing, Riau. Adapun besarnya sumbangan persentase determinasi (R^2) yang diberikan variable pengetahuan produk dan pelayanan terhadap minat memberikan kontribusi sebesar 23,1% sedangkan sisanya ($100\% - 23,1\%$) adalah 76,9% yaitu dijelaskan oleh variabel lain di luar persamaan.

Dengan demikian bahwa semakin tinggi tingkat pengetahuan produk yang diberikan BUMDes kepada nasabah maka semakin tinggi minat masyarakat menjadi nasabah di BUMDes Cahaya, begitu juga dengan pelayanan yang baik akan meningkatkan minat masyarakat untuk menjadi nasabah BUMDes Cahaya.

1. Pengaruh Pengetahuan Produk (X1) Terhadap Minat Menjadi Nasabah BUMDes Cahaya

Berdasarkan hasil uji t menunjukkan hasil dalam penelitian yang dilakukan dalam penelitian yang dilakukan oleh peneliti menunjukkan bahwa variabel pengetahuan produk tidak berpengaruh terhadap minat masyarakat menjadi nasabah BUMDes Cahaya. Dari hasil tersebut artinya pengetahuan produk tidak berpengaruh signifikan terhadap minat masyarakat menjadi nasabah di BUMDes Cahaya Desa Petai Baru.

³¹ *Ibid.*,

³² *Ibid.*,

Sesuai dengan teori yang dikemukakan oleh Ujang Sumarwa bahwa pengetahuan produk adalah semua informasi yang dimiliki konsumen mengenai berbagai macam produk dan jasa, seperti pengetahuan yang terkait dengan produk dan jasa tersebut, dan informasi yang berhubungan dengan fungsinya sebagai konsumen. Pengetahuan produk merupakan hal yang mempengaruhi seseorang atau individu dalam hal mengambil keputusan. Oleh karena itu seseorang dengan yang memiliki lebih banyak pengetahuan tentang produk, tentu akan berbeda dalam menyikapi produk dari pada orang yang kurang memiliki pengetahuan tentang produk. Dalam hal ini pengetahuan produk dapat membuat ssorang lebih kritis dan penuh pertimbangan sebelum mengambil keputusan dalam hal memilih suatu produk.

Berdasarkan hasil jawaban responden dari kuesioner penelitian pada pertanyaan-pertanyaan variabel pengetahuan produk, terdapat 13 responden atau sebesar 15,3% yang menjawab tidak setuju bahwa saya merasa produk-produk yang ditawarkan bumdes cahaya lebih baik dari produk yang lainnya, Sedangkan terdapat 39 responden atau sebesar 45,9% menjawab setuju mengenai produk di BUMDes Cahaya lebih baik dari produk lainnya. Dalam hal ini terlihat bahwa lebih banyak responden yang tidak puas dengan tempat parkir yang disediakan oleh BSM Teluk Betung Bandar Lampung. dari jawaban responden tersebut, peneliti mengambil kesimpulan bahwa nasabah akan tertarik untuk menyimpan dananya pada bank tersebut apabila mereka merasa puas dan nyaman pada fasilitas yang diberikan oleh pihak bank.

2. Pengaruh Pelayanan (X2) Terhadap Minat Menjadi Nasabah Di BUMDes Cahaya

Berdasarkan pengujian dan perbandingan variabel pelayanan memiliki nilai t hitung sebesar $5,279 > 1,992$. Dalam hal ini pelayanan berpengaruh positif signifikan terhadap minat nasabah menabung.

Dari teori yang dikemukakan oleh Kotler bahwa pelayanan merupakan setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak lain pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan. Pelayanan yang diberikan oleh Badan Usaha Milik Desa (BUMDes Cahaya) Desa Petai Baru, Kecamatan Singingi, Kabupaten Kuantan Singigi, Provinsi Riau kepada masyarakat yang menjadi nasabahnya dapat dikategorikan cukup baik. BUMDes Cahaya selalu memberikan pelayanan yang baik sehingga nasabah merasa puas. Dapat

dilihat hasil penelitian ini yaitu pelayanan berpengaruh terhadap minat masyarakat menjadi nasabah di BUMDes Cahaya.

Hasil ini selaras dengan penelitian yang dilakukan oleh Tri Astuti dan Indah Mustikawati. Dalam penelitian yang dilakukan oleh Tri dan Indah menyatakan bahwa variabel pelayanan berpengaruh signifikan terhadap minat menabung. Kualitas pelayanan merupakan proses nasabah untuk memilih, mengelola dan menginterpretasikan informasi yang diperoleh tentang pelayanan yang diberikan bank kepada nasabah dan kemudian akan direspon melalui tindakan. Semakin banyak complain yang diterima bank menandakan bahwa kualitas pelayanan yang diberikan bank kurang memuaskan, begitu pula sebaliknya.

Hal ini dapat dilihat dari hasil terbanyak jawaban responden yaitu setuju, dan yang kuat dipengaruhi oleh indikator *Reability*. Sehingga nasabah merasa puas terhadap pelayanan yang diberikan oleh Petugas BUMDes Cahaya, mereka mengatakan bahwa petugas BUMDes Cahaya, Desa Petai Baru, Kecamatan Singingi, Kabupaten Kuantan Singingi, Provinsi Riau selalu memberikan pelayanan yang terbaik baik bagi pelanggan baru maupun yang sudah lama. Hal ini menunjukkan bahwa pelayanan berpengaruh positif terhadap minat menabung nasabah.

3. Minat masyarakat menjadi nasabah BUMDes Dalam Perspektif Ekonomi Syariah

Minat merupakan rasa ingin seseorang terhadap sesuatu untuk melakukan aktifitas yang menyebabkan seseorang tersebut merasa tertarik. BUMDes atau yang di sebut Badan Usaha Milik Desa merupakan badan usaha milik desa yang didirikan dengan tujuan untuk mengembangkan potensi sumber daya yang dimiliki oleh desa itu sendiri sehingga desa tersebut memiliki pertumbuhan ekonomi yang bagus dan terus maju serta mensejahterakan masyarakatnya. Dengan masyarakat desa menjadi pelanggan atau nasabah BUMDes maka masyarakat sudah membantu desa dalam mengembangkan potensi sumber dayanya dan mempersiapkan masa depan desa dan generasinya menjadi lebih baik atau maju. Dalam Al-Qur'an terdapat ayat-ayat yang secara tidak langsung telah memerintahkan kaum muslimin untuk mempersiapkan hari esok secara lebih baik, yaitu sebagai berikut:

وَلِيَحْشَ الَّذِينَ لَوْ تَرَكُوا مِنْ خَلْفِهِمْ ذُرِّيَّةً ضِعْفًا خَافُوا عَلَيْهِمْ فَلْيَتَّقُوا اللَّهَ وَلْيَقُولُوا

قَوْلًا سَدِيدًا ﴿٩﴾

Artinya: "dan hendaklah takut kepada Allah orang-orang yang seandainya meninggalkan dibelakang mereka anak-anak yang lemah, yang mereka khawatir terhadap (kesejahteraan) mereka. oleh sebab itu hendaklah mereka bertakwa kepada Allah dan hendaklah mereka mengucapkan Perkataan yang benar" (QS. An-Nisaa : 9)³³

Dari ayat tersebut memerintahkan kita untuk bersiap-siap dan mengantisipasi masa depan keturunan, baik secara rohani (iman/taqwa) maupun secara ekonomi harus difikirkan langkah-langkah perencanaannya. Salah satu perencanaannya yaitu membantu dan mendukung Badan Usaha Milik Desa untuk mengembangkan Sumber daya masyarakatnya sehingga desa dan masyarakatnya memiliki perekonomian masa depan yang baik dan maju.

KESIMPULAN

Dari pengelolaan data dan analisis data dalam penelitian tentang "FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT MASYARAKAT MENJADI NASABAH BUMDES CAHAYA MENURUT PERSPEKTIF EKONOMI SYARIAH DI DESA PETAI BARU KABUPATEN KUANTAN SINGINGI", dapat disimpulkan bahwa:

1. Variabel pengetahuan produk tidak berpengaruh signifikan terhadap minat menjadi nasabah di BUMDes Cahaya yang dibuktikan dengan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu t_{hitung} sebesar $1,277 < 1,992$ dan nilai signifikan $0,205 > 0,05$ maka dapat disimpulkan H_0 diterima dan H_a ditolak, artinya variabel tersebut tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel minat menjadi nasabah BUMDes Cahaya.
2. Variabel pelayanan berpengaruh signifikan terhadap minat mnjadi nasabah BUMDes Cahaya yang dibuktikan dengan nilai t_{hitung} sebesar $5,279 > 1,992$ dan nilai signifikan $0,00 < 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima yang artinya kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap minat masyarakat mnjadi nasabah BUMDes Cahaya. hasil penelitian ini membuktikan bahwa semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan oleh BUMDes Cahaya, maka tingkat

³³ Depag.RI, *Al-Qur'an dan Terjemahnya* (Bandung: CV Penerbit Jumanatul Ali-ART, 2004), h.78.

minat masyarakat menjadi nasabah akan semakin tinggi pula. Dalam penelitian pada variabel pelayanan ini, minat masyarakat menjadi nasabah BUMDes Cahaya lebih banyak dipengaruhi oleh indikator *Reability* atau kekonsistenan.

3. Minat masyarakat menjadi nasabah BUMDes Dalam Perspektif Ekonomi Syariah

Minat masyarakat menjadi nasabah BUMDes cahaya Desa Petai Baru sesuai dengan prinsip ekonomi syariah karena dapat membantu dan mendukung Badan Usaha Milik Desa untuk mengembangkan Sumber daya masyarakatnya sehingga desa dan masyarakatnya memiliki perekonomian masa depan yang baik dan maju

Daftar Pustaka

Al-Qur'an / Hadis

Depag.RI, *Al-Qur'an dan Terjemahnya*, Bandung: CV Penerbit Jumanatul Ali-ART, 2004.

Buku

Agustin, Hamdi. Studi Kelayakan Bisnis Syariah. *Depok, Raja Grafindo Persada*, 2017.

Al-Haritsi, Jaribah bin Ahmad. *Fiqih Ekonomi Umar bin Al-Khathab*, Jakarta : Khalifa, 2006.

Al-Qurthubi, Syeikh Imam. *Tafsir Al-Qurthubi/Syeikh Imam Al-Qurthubi*, Jakarta : Pustaka Azzam, 2007.

Anwar, Saiful. *Metode Penelitian*, Yogyakarta : Pustaka Pelajar, 2011.

Arif , M. Nur Rianto Al. *Dasar-dasar Pemasaran Bank Syariah*, Bandung : Alfabeta, 2012.

Assauri, Sofjan. *Manajemen Pemasaran : Dasar, Konsep, dan strategi*, Jakarta : Raja Grafindo Persada, 1996.

Badudu, J.S dan Sultan Muhammad Zain, *Kamus Umum Bahasa Indonesia*, Jakarta : Pustaka Sinar Harapan, 2001.

- Basuki, A. T., & Prawoto, N. Analisis Regresi dalam Penelitian Ekonomi dan Bisnis. Jakarta : Raja Grafindo Persada 2016.
- Bungin, M. Burhan . *Penelitian Kualitatif*, Jakarta : Kencana, 2007.
- Djaali, *Psikologi Pendidikan*, Jakarta : Bumi Aksara, 2013.
- Ferdinand, Augusty. *Metode Penelitian Manajemen*. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2006.
- Ghozali, I. Aplikasi Analisis multivariete dengan program IBM SPSS 23 (Edisi 8). Cetakan ke VIII. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 96, 2016.
- Husain, Umar, *Manajemen Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*, Jakarta : PT. Gramedia Pusaka, 2008.
- Hendryadi, S.. Metode Riset Kuantitatif teori dan aplikasi pada penelitian bidang manajemen dan ekonomi Islam. *Jakarta : Prenada Media Grup*, 2015.
- Kartono, Kartini. *Pengantar Metodologi Riset Sosial*. Bandung : Mandar Maju, 2012.
- Kasmir, *Pemasaran Bank*, Jakarta : Kencana Prenada Media Group, 2008.
- Kotler, Philip dan Gary Amstrong, *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, Jakarta : Erlangga, 2006, Jilid I.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran Edisi Ketiga Belas Jilid 2*, Jakarta : Gelora Aksara Pratama, 2009.
- Manan, Muhammad Abdul. *Teori Dan Prakteik Ekonomi Islam*, Yogyakarta: Dana Bhakti Prima Yasa, 1997.
- Mappiare, Andi. *Psikologi Orang Dewasa Bagi Penyesuaian Dan Pendidikan*, Surabaya: Usana Offset Printing, 1994.
- Marbun, S. M., Th, S., & PdK, M. *Psikologi Pendidikan*. Uwais Inspirasi Indonesia 2018.
- Marius. P Angipora, *Dasar-Dasar Pemasaran*, Jakarta : Raja Grafindo Persada, 2002.

- Mawardi, *Ekonomi Islam*, Pekanbaru: Alaf Riau, 2007.
- Muhidin, Sambas Ali, and Maman Abdurahman. *Analisis korelasi, regresi, dan jalur dalam penelitian*. Bandung: Pustaka Setia 30, 2007.
- Mujahidin Akhmad. *Ekonomi Islam*, Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2007.
- Peter, J. Paul, dan Jerry C. Olson, *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*, Jakarta : Salemba Empat. 2014.
- Sabri Alisuf, M. Psikologi Pendidikan Berdasarkan Kurikulum Nasional 1996.
- Shaleh, Abdul Rachman dan Muhibb Abdul Wahab, *Psikologi Suatu Pengantar (Dalam Perspektif Islam)*, Jakarta : Prenada Media, 2004.
- Suharno, Drs. Dan Dra. Ana Retnoningsih, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, Semarang : Widya Karya, 2005.
- Sujarweni, V. W. Metodologi penelitian bisnis dan ekonomi. 2015.
- Sumarwan, Ujang. *Perilaku Konsumen Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran cet-3, ed-2*, Bogor : Penerbit Ghalia Indonesia, 2015.
- Syakur, *Dasar-Dasar Pemikiran Ekonomi Islam.*, (Kediri: STAIN Kediri Press, 2011)
- Zainal, Veithzal Rivai; Antonio, Muhammad Syafii; Hadad, Muliaman Darmansyah. *Islamic Business Management: Praktik Manajemen Bisnis yang Sesuai Syariah Islam*. Yogyakarta: BPFE, 2008.
- _____, et al. *Islamic Marketing Management*. Jakarta: Bumi Aksara, 2017.

Jurnal Dan Skripsi

- Dafrita, I. E. Ilmu dan Hakekat Ilmu Pengetahuan dalam Nilai Agama. *Jurnal IAIN Pontianak*, 9, 2015. h. 159-179.
- Hanjaya, Sanny. "Pengaruh Kualitas Produk, Pengetahuan produk dan Keragaman menu terhadap Keputusan Pembelian Produk Capra Latte", *Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis* Vol.1 No.2, 2016.
- Lestari, Fibria Anggraini Puji. "Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kualitas Pelayanan terhadap tujuan." *Sosio e-kons* 10.2 2018: h. 180-181.

- Pradana, M., & Reventiary, A. Pengaruh atribut produk terhadap keputusan pembelian sepatu merek Customade (studi di merek dagang Customade Indonesia). *Jurnal Manajemen*, 6(1) 2016.
- Pratiwi, Noor Komari. "Pengaruh tingkat pendidikan, perhatian orang tua, dan minat belajar siswa terhadap prestasi belajar bahasa indonesia siswa smk kesehatan di kota tangerang." *Pujangga* 1.2:31. 2017.
- Pratiwi, N. I. "Penggunaan Media Video Call dalam Teknologi Komunikasi". *Jurnal Ilmiah Dinamika Sosial*, 1(2) 2017.
- Purnomo, P., & Palupi, MS. Pengembangan tes hasil belajar matematika materi menyelesaikan masalah yang berkaitan dengan waktu, jarak dan kecepatan untuk siswa kelas V. *Jurnal Penelitian*, 20 (2). 2016.
- Rijali, A. Analisis data kualitatif. *Alhadharah: Jurnal Ilmu Dakwah*, 17(33).
- Saputra, R. Peranan Badan Usaha Milik Desa (BUMDes) sebagai Implementasi Ekonomi Kreatif dalam Rangka Pemberdayaan Masyarakat Desa Jalancagak Kecamatan Jalancagak Kabupaten Subang Provinsi Jawa Barat. *TRANSFORMASI: Jurnal Manajemen Pemerintahan*, 2017.
- Sinatrio, Agung. *Pengaruh Pengetahuan Mahasiswa Jurusan Akuntansi Mengenai Perbankan Syariah Terhadap Minat Menjadi Bank Syariah*, " Skripsi, Fakultas Ekonomi Universitas Widyautama, 2012.
- Supardi, S. Populasi dan Sampel Penelitian. *Jurnal Fakultas Hukum UII*, 13(17). 1993.
- Syamsudin, A. Pengembangan Instrumen Evaluasi Non Tes (Informal) untuk Menjaring Data Kualitatif Perkembangan Anak Usia Dini. *Jurnal Pendidikan Anak*, 3(1). 2014.

Internet

- Dosen pendidikan. "Hipotesis adalah" diakses pada 22 Oktober 2021 puul 14.15, diakses dari <https://www.dosenpendidikan.co.id/hipotesis-adalah>.
- Santoso, Agung Budi, "Linearitas Regresi+Cara Mengatasinya" diakses pada tanggal 11 November 2021 pukul 15:21, diakses dari, <https://agungbudisantoso.com/pentingnya-linearitas-pada-regresi-dan-cara-jitu-mengatasinya/>.