

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

1. Telah dibuktikan bahwa tingkat religiusitas dan pengetahuan terbukti memiliki pengaruh yang signifikan secara simultan terhadap minat menabung di Bank Syariah Indonesia. Hal ini menunjukkan bahwa keputusan seseorang untuk menabung di lembaga keuangan syariah tidak hanya dipengaruhi oleh dorongan spiritual, tetapi juga oleh pemahaman rasional terhadap prinsip dan mekanisme perbankan syariah. Kombinasi antara kesadaran religius dan literasi keuangan syariah memberikan kontribusi penting dalam meningkatkan minat menabung, yang secara statistik dibuktikan melalui uji F dan nilai R Square sebesar 31,7 persen. Oleh karena itu, strategi pengembangan bank syariah sebaiknya dilakukan melalui pendekatan ganda: penguatan nilai religius sekaligus peningkatan edukasi public
2. Secara parsial, baik tingkat religiusitas maupun pengetahuan memiliki pengaruh signifikan terhadap minat menabung di Bank Syariah Indonesia. Individu dengan tingkat religiusitas tinggi cenderung lebih memilih bank syariah karena merasa tindakan tersebut selaras dengan ajaran agama. Sementara itu, pengetahuan yang baik mengenai sistem keuangan syariah membentuk persepsi positif terhadap produk dan layanan bank syariah, sehingga meningkatkan minat untuk menabung. Hasil ini menunjukkan bahwa upaya peningkatan literasi keuangan syariah dan penguatan nilai-

nilai keagamaan di masyarakat menjadi kunci untuk memperluas jangkauan dan loyalitas nasabah bank syariah secara berkelanjutan

B. Saran

1. Bank Syariah Indonesia disarankan untuk terus mengembangkan program edukasi dan literasi keuangan syariah yang mudah dipahami oleh berbagai lapisan masyarakat. Kegiatan ini dapat berupa seminar, pelatihan daring, konten edukatif di media sosial, serta kerja sama dengan lembaga pendidikan dan keagamaan untuk menjangkau lebih luas calon nasabah yang belum memahami sistem perbankan syariah secara menyeluruh.
2. Mengacu pada hasil bahwa religiusitas memiliki pengaruh signifikan, bank perlu menonjolkan nilai-nilai Islami dalam strategi pemasaran dan promosi produk. Pesan komunikasi yang mengangkat prinsip keadilan, transparansi, dan keberkahan dalam transaksi dapat menjadi kekuatan dalam membangun kedekatan emosional dengan segmen masyarakat yang menjunjung tinggi nilai keagamaan.
3. Bank syariah diharapkan menjalin kerja sama lebih erat dengan tokoh agama, dai, dan komunitas masjid untuk menjadi agen edukasi informal. Pendekatan ini efektif untuk menjangkau masyarakat dengan tingkat religiusitas tinggi, sekaligus meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap produk-produk syariah.
4. Diperlukan pengembangan produk perbankan syariah yang tidak hanya sesuai syariat, tetapi juga kompetitif dari segi manfaat dan kemudahan layanan. Bank Syariah Indonesia dapat menyesuaikan fitur produk dengan

kebutuhan generasi muda dan masyarakat urban, agar minat menabung semakin meningkat dari berbagai segmen masyarakat.

5. Agar lebih menjangkau masyarakat yang berpengetahuan tinggi namun memiliki keterbatasan waktu, bank disarankan untuk mengoptimalkan layanan *digital banking* berbasis syariah yang praktis, aman, dan edukatif. Dengan cara ini, pengetahuan dan religiusitas dapat bertemu dalam satu ekosistem pelayanan yang mendukung peningkatan minat menabung.