

Aksesibilitas Informasi dan Pengetahuan Masyarakat Towani Tolotang Terhadap Produk, Fitur Produk dan Preferensi Perbankan Syariah di Kota Parepare

Muhammad Saleh^{1*}, Mustika Syarifuddin²

¹Program Studi Pendidikan Agama Islam, Fakultas Tarbiyah, Institut Agama Islam Negeri Parepare, Indonesia

²Program Studi Pariwisata Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri Parepare, Indonesia

Abstract

This study explores the accessibility of information and knowledge among the Towani Tolotang community regarding products, product features, and preferences in Shariah banking in the city of Parepare. The research aims to address two main questions: 1) Is there a correlation between the accessibility of information and the Towani Tolotang community's preferences towards products, product features, and Shariah banking in the city of Parepare? 2) Does the combined effect of the accessibility of information and knowledge among the Towani Tolotang community have an impact on product preferences and product features in Shariah banking in the city of Parepare? The study employs a quantitative field research methodology and a positivist approach. The sample size consists of 88 individuals selected from a population of 771 Towani Tolotang community members using Isaac and Michael's random sampling formula. The data collection methods include questionnaires, observation, and documentation. Multiple linear regression analysis is used to process and analyze the data. The research findings indicate that there is a significant correlation between the accessibility of information and the Towani Tolotang community's preferences towards products, product features, and Shariah banking in the city of Parepare. The study further reveals that the combined effect of the accessibility of information and knowledge among the Towani Tolotang community has a significant impact on product preferences and product features in Shariah banking in the city of Parepare.

Article history:

Received : 2023-01-05

Revised : 2023-05-27

Accepted : 2023-05-27

Available : 2023-08-03

Keywords:

Accessibility, Knowledge, Products, Product Features, Preferences

Paper type: Research paper

Please cite this article:

Saleh, M., Syarifuddin, M. "Aksesibilitas Informasi dan Pengetahuan Masyarakat Towani Tolotang Terhadap Produk, Fitur Produk dan Preferensi Perbankan Syariah Di Kota Parepare" *Balanca: Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam [ONLINE]*, Volume 5 Issue 1 (June, 2023): 12 - 33

*Corresponding author:

muhammadsaleh@iainpare.ac.id

DOI:

10.35905/balanca.v6i1.4614

Page:

12 - 33

BALANCA with CC BY license. Copyright © 2021, the author(s)

PENDAHULUAN

Perbankan Syariah diprakarsa dan disusun secara konsisten oleh pemikir Islam tradisional dan ijtihad yang merupakan penalaran *Independent* yang berfokus pada teraksesnya keadilan dan kesejahteraan masyarakat khususnya terkait gagasan masyarakat minoritas yang kurang memahami istilah melalui komunikasi perusahaan yang telah ditingkatkan.

Embrio industri keuangan Islam yang pertama kali muncul pada tahun 1970-an, membangun kemajuan teoritis dalam “ekonomi Islam” dari tahun 1950-an (Kamla & Alsoufi, 2015) melalui pengembangan filosofi yang berkaitan dengan kegiatan peminjaman dengan prinsip-prinsip spiritual, bank syariah mulai merambah pasar baik di negara Muslim maupun non-Muslim. Proses ini mencerminkan kesadaran yang berkembang bahwa pesan ekonomi dan sosial Islam sangat selaras.

Dari sudut pandang strategis, fitur unik dari keuangan Islam telah terbukti secara simultan menguntungkan dan merugikan (A. H. Hassan et al., 2008), tetapi signifikan dalam daya tariknya adalah transaksi berbasis ekuitas dan distribusi risiko yang seharusnya, dalam teori mengarah pada keuntungan kesejahteraan sosial. Manfaat yang diklaim seperti itu telah mendorong pemerintah Indonesia untuk melakukan upaya khusus untuk mendukung industri ini, meskipun Indonesia jauh dari unik di antara negara Islam lainnya dalam melihat pertumbuhan yang signifikan di sektor ini dalam beberapa tahun terakhir.

Sebagian besar penelitian menekankan pengaruh masalah praktis seperti pelayanan, jam buka kantor, dll. Fokus pada penelitian ini diperoleh dengan memasukkan pertimbangan dari berbagai faktor yang berkaitan dengan aksesibilitas perbankan Islam di Indonesia termasuk distribusi pengetahuan, produk, fitur produk dan preferensi.

Perbankan syariah tidak hanya terkait dengan pelarangan larangan bunga (Riba). (U. N. Yasin & Hati, 2017) berpendapat bahwa perbankan Islam harus memiliki tujuan utamanya untuk menciptakan masyarakat yang harmonis, seimbang dan adil, mendorong pemerataan kekayaan sambil melarang kegiatan yang dapat merugikan individu.

Perbankan syariah telah mengalami pertumbuhan yang sangat pesat dalam tiga dekade terakhir dan krisis keuangan global tahun 2007-2009 telah berkontribusi untuk mempercepat perkembangan tersebut tidak hanya di negara-negara Islam tetapi juga di seluruh dunia. Tren seperti itu mungkin akan bergerak lebih jauh dengan krisis pandemi Covid-19 dengan meningkatnya ketidakpastian di seluruh dunia.

Eksistensi perbankan syariah di Indonesia mengalami perkembangan yang signifikan setelah terbitnya Undang-Undang Nomor 10 Tahun 1998 tentang Perubahan atas Undang-Undang Nomor 7 Tahun 1992 tentang Perbankan yang lebih mengakomodasi dan memberikan peluang bagi perkembangan perbankan syariah. Hal ini juga diperkuat dengan lahirnya Undang-undang Nomor 21 tahun 2008 tentang Perbankan Syariah yang secara tegas mengakui eksistensi

dari perbankan syariah dan membedakannya dengan perbankan konvensional (Kara, 2013).

Bank syariah telah mendapatkan daya tarik di Indonesia, yang merupakan populasi Muslim terbesar di dunia. Meskipun pangsa perbankan syariah kecil, potensi pertumbuhannya menimbulkan tantangan dan pertanyaan yang perlu diselidiki. Sesuai dengan teori stabilitas persaingan, bahwa kehadiran bank syariah tidak mempengaruhi profitabilitas tetapi telah membuat industri perbankan lebih stabil. Bank syariah telah meningkatkan pertumbuhan pinjaman dan simpanan dari sistem perbankan, menunjukkan bahwa bank syariah telah berkontribusi pada stabilitas melalui saluran aset dan kewajiban (Rizvi et al., 2020)

Perubahan bertahap dalam perilaku kelembagaan yang mencerminkan prinsip keterbukaan dan transparansi tidak mungkin terjadi kecuali proses komunikatif muncul antara kelompok yang kuat dan dominan tercipta (Srairi, 2019) Logika semacam itu mengontekstualisasikan keterlibatan sosial oleh industri yang dalam hal ini perbankan Syariah. Persepsi tentang masyarakat etnis minoritas sebelumnya telah diteliti (Ritonga, 2007) yang menemukan bahwa Masyarakat etnis China sangat berpengaruh terhadap perkembangan bisnis di kota Medan untuk itu diperlukan promosi dan bukti fisik akan Bank Syariah sehingga menarik minat mereka untuk melakukan transaksi.

Hal ini amat dirasakan kurang pada saat ini karena berdasarkan penelitian yang dilakukan promosi dan bukti fisik Bank Syariah di Medan yang telah ada kurang cukup memuaskan bagi masyarakat etnis China. Pihak terkait juga harus dapat menunjukkan keunggulan-keunggulan yang dimiliki Bank Syariah yang selama ini kurang dipahami oleh masyarakat etnis China sehingga kurang menarik minat mereka untuk melakukan transaksi.

Penelitian ini akan menelusuri dan menganalisis persepsi masyarakat minoritas aliran Towani Tolotang di Kota Parepare terkait perbankan Syariah dan bagaimana pengaruhnya terhadap distribusi pengetahuan, fitur produk dan preferensi. Keberadaan aliran Towani Tolotang telah ada sejak lama. Towani Tolotang di Parepare sebagai sebuah aliran juga telah legal di bawah naungan agama resmi melalui SK. Direktur Jenderal Bimbingan Masyarakat Beragama Hindu Bali/Budha No.2/1966 tanggal 06 Oktober 1996 menetapkan Tolotang sebagai salah satu aliran dalam agama Hindu. Jumlah pengikut agama Hindu dengan aliran Tolotang di Kota Parepare mencapai 26.806 jiwa dari 325.341 penduduk di Kota Parepare (Lawelai, 2020).

Penelitian ini akan berupaya untuk mendeskripsikan aksesibilitas masyarakat Towani Tolotang tentang aksesibilitas terhadap produk, fitur produk dan preferensi perbankan Syariah di Indonesia. Jika sebaliknya, maka industri ini telah tumbuh meskipun minimnya akses tentang perbankan Syariah sedang berlangsung di antara masyarakat.

KAJIAN LITERATUR

Eksistensi Perbankan Syariah dari Perspektif Kajian Hasil Penelitian

Hakim (2016) mencatat bahwa perilaku prinsip-prinsip panduan Syariah di hampir setiap bidang keberadaan umat Islam, melalui konsep-konsep seperti Tauhid (Kesatuan Tuhan), *Khilafah* (wakil), *Ummat* (komunitas), *Adl* (keadilan), Ihsan (kebaikan), Hikmah (kebijaksanaan) dan *Tawaddu* (kesederhanaan). Ketika seseorang bergerak di bawah meta-level dan mempelajari lingkungan filsafat Islam, menjadi jelas bahwa etika mendominasi ekonomi dan bukan sebaliknya, dengan gagasan bahwa "ekonomi Islam" harus aksiomatis etis (Naqvi, 1981).

Muslim dilaporkan memandang sistem ekonomi Islam sebagai alternatif untuk sosialisme dan kapitalisme, dengan gagasan bahwa sistem ekonomi Islam, pada dasarnya, menciptakan keseimbangan antara kebutuhan material dan spiritual. Etika Islam melarang praktik seperti iklan yang menguntungkan dan menyesatkan, karena hal ini tidak sesuai dengan prinsip Syariah. Sebaliknya, perilaku etis dan tanggung jawab sosial harus konstan, misalnya, bahwa konsumen tidak membayar harga yang ditentukan untuk layanan yang diberikan.

Penelitian ini memasukkan analisis tingkat produk dalam menyelidikannya terhadap perspektif yang masih ada. Banyak penelitian empiris tentang lembaga keuangan Islam, yang sekarang mencakup beberapa negara baik di dalam maupun di luar dunia Muslim, telah berkembang dalam beberapa tahun terakhir. Studi ini biasanya berfokus pada kriteria seleksi, kinerja dan kualitas/efisiensi layanan. Namun, tidak ada analisis yang membahas peliputan kesadaran atau membandingkan persepsi dari mereka yang memainkan - atau berpotensi memainkan peran yang berbeda dalam pembangunan sektor.

Demikian pula, Zainol et al. (2009) melaporkan bahwa karyawan di bank syariah dan konvensional di Malaysia memiliki persepsi positif tentang peran produk dan layanan Islami dalam menyediakan alternatif bagi pelanggan yang didorong secara etis terhadap penawaran arus utama. Cabang literatur lain tentang keuangan Islam membahas kerangka akuntansi untuk lembaga keuangan Islam (Maurer, 2002).

Oleh karena itu, literatur yang ada dapat ditandai sebagai menunjukkan dua masalah utama yang membatasi relevansinya untuk perdebatan modern: (i) kurangnya eksplorasi kualitatif aksesibilitas ke (dan pilihan) layanan yang melampaui masalah praktis murni seperti waktu antrean untuk memeriksa masalah kontekstual seperti keterlibatan masyarakat; dan (ii) kecenderungan untuk menyelidiki secara terpisah pandangan nasabah, pegawai bank dan umat Islam sehari-hari. Adanya kesenjangan yang terakhir berarti bahwa sejauh mana kebijakan pemerintah di daerah tersebut dapat dilanjutkan atas dasar pemahaman bersama yang ada di antara para pemangku kepentingan utama di masa depan industri tidak diketahui.

Berbagai studi yang telah dikaji selama ini terkait perbankan meliputi kajian tentang tabungan yang hanya melibatkan faktor tingkat bunga (R), Pendapatan (Inc.), tingkat beban tanggungan keluarga (B) dan fitur perbankan lainnya seperti kualitas pelayanan, keramahan, layanan, demografi yang

keterkaitannya dengan keputusan nasabah menabung. Begitu pun faktor religiusitas yang ditunjukkan dengan keyakinan masyarakat terhadap larangan bunga dan penerapan bagi hasil. Sementara upaya memahami persepsi antara masyarakat non muslim/minoritas masyarakat Towani Tolotang tidak tersentuh. Padahal dengan menemukan , menelusuri lebih mendalam terkait aksesibilitas masyarakat Towani Tolotang akan memberikan kontribusi untuk pengembangan perbankan Syariah.

Karakter masing-masing kategori yang kemudian memperkuat aktivitas sosial, budaya , politik dan ekonomi masyarakat di kontekskan dengan eksistensi institusi perbankan Syariah. Perbankan Syariah beroperasi atas dasar ajaran, norma dan etika agama (Islam) yang sangat berbeda dengan institusi perbankan konvensional. Berpijak pada studi teoritis dan empiris di atas ditunjang dengan fakta sosial-keagamaan masyarakat. Penelitian ini akan menganalisis aksesibilitas masyarakat Towani Tolotang terhadap perbankan Syariah yang kaitannya dengan produk , fitur dan preferensi.

Kajian Teoretis Aksesibilitas Informasi, Pengetahuan, Produk, Fitur Produk, dan Preferensi Perbankan Syariah

Aksesibilitas adalah derajat kemudahan dicapai oleh orang, terhadap suatu objek, pelayanan ataupun lingkungan. Dalam pengertian yang lain bahwa aksesibilitas merupakan ukuran kemudahan lokasi untuk dijangkau dari lokasi lainnya melalui sistem transportasi. Kurang keterjangkauan atau aksesibilitas meliputi kemudahan waktu, biaya, dan usaha dalam melakukan perpindahan antar tempat-tempat atau kawasan. Pengertian Aksesibilitas secara umum adalah derajat kemudahan dicapai orang terhadap suatu objek, pelayanan atau lingkungan. Secara harfiah/asal katanya, aksesibilitas berasal dari kata “*access*” dalam bahasa inggris yang berarti jalan masuk, sedangkan aksesibilitas berarti mudah dijangkau/ dicapai. Kata akses mengandung makna semangat membuka fasilitas komputer seluas-luasnya bagi setiap orang yang menggunakan sumber daya informasi yang tersedia di internet.

Aksesibilitas informasi yang baik dapat dilihat melalui beberapa indikator diantaranya: (1) Kemudahan kelompok sasaran mendapatkan informasi terkait produk perbankan syariah serta kemudahan mengadakan jika mendapatkan masalah (2) Kemudahan kelompok sasaran dalam melakukan transaksi, (3) Lokasi jelas dan terjangkau, (4) Kelompok sasaran yang terdiri dari berbagai etnis mempunyai akses yang sama terhadap produk (HASbullah & Amir, 2016). Akses masyarakat dalam mengakses fitur sudah dimudahkan dengan *online brand* di perbankan Syariah (M. Yasin et al., 2020)

Ajaran agama memerintahkan melakukan muamalah ekonomi dengan segala aktivitas bisnis yang halal lagi baik. Adapun prinsip utama yang harus dikandung dalam setiap aktivitas bisnis Islam adalah prinsip keadilan, yaitu prinsip yang harus meliputi segala aspek kehidupan dan merupakan prinsip yang terpenting. Hal ini sebagaimana firman Allah SWT yang memerintahkan untuk berbuat adil diantara sesama manusia yaitu sebagaimana yang telah diatur dalam Q.S. An-Nahl ayat 90

﴿ إِنَّ اللَّهَ يَأْمُرُ بِالْعَدْلِ وَالْإِحْسَانِ وَإِيتَائِ ذِي الْقُرْبَىٰ وَيَنْهَىٰ عَنِ الْفَحْشَاءِ وَالْمُنْكَرِ وَالْبَغْيِ
يَعِظُكُمْ لَعَلَّكُمْ تَذَكَّرُونَ ﴾

Terjemahnya :

Sesungguhnya Allah menyuruh (kamu) berlaku adil dan berbuat kebajikan, memberi bantuan kepada kerabat, dan Dia melarang (melakukan) perbuatan keji, kemungkar, dan permusuhan. Dia memberi pengajaran kepadamu agar kamu dapat mengambil pelajaran.

Salah satu alasannya adalah dalam agama Islam termasuk Riba yang menyebabkan ketidakadilan. Norma Syariah sangat menganjurkan masyarakat untuk melakukan aktivitas transaksi melalui institusi keuangan termasuk perbankan Syariah yang menerapkan norma agama dalam aktivitasnya.

Produk-produk ini memberikan lembaga keuangan Islam kemampuan untuk menekankan legalitas spiritual, dalam praktiknya hal ini sering terjadi dengan mengorbankan dimensi etika yang luas dari praktik bisnis mereka. Burgess & Pande (2005) dan Housby (2013) menegaskan bahwa kurangnya akses keuangan adalah alasan utama mengapa orang miskin tetap berada dalam kondisi seperti itu, sementara M. K. Hassan & Alamgir (2002) menyatakan bahwa: Akar kemiskinan terletak pada fakta bahwa orang miskin adalah 'tidak teratur secara sistematis' oleh hubungan ekonomi, sosial dan politik di mana mereka ditangkap .

Dalam penelitian ini produk yang dimaksud merupakan, produk apa saja yang disediakan oleh lembaga perbankan syariah yang nantinya apakah mampu menarik minat calon nasabah untuk menggunakan produk di lembaga perbankan syariah. Berikut merupakan jenis produk dari lembaga perbankan syariah menurut Andespa (2017) antara lain; (a) Produk Simpanan Murni (*Al-Wadiah*), (b) Produk Bagi Hasil (*Syirkah*), (c) Produk Jual Beli (*At-Tijarah*), (d) Produk Sewa (*Al-Ijarah*), (e) Kredit Modal Usaha Bersama (*Musyarakah*). (f) Pembiayaan Modal Usaha (*Mudharabah*), (g) Pembelian barang ditanggungkan (*Murabahah*).

Keberagaman dan percepatan pengembangan produk jasa sebagai ciri khas bank Syariah. Bank Syariah terus melakukan inovasi produk dan mengeksplorasi kekayaan skema keuangan yang variatif sehingga menunjukkan perbedaan dengan perbankan konvensional . Adapun fitur-fitur yang ditawarkan antara lain ; Mesin ATM, *Internet Banking Syariah (e- banking)*

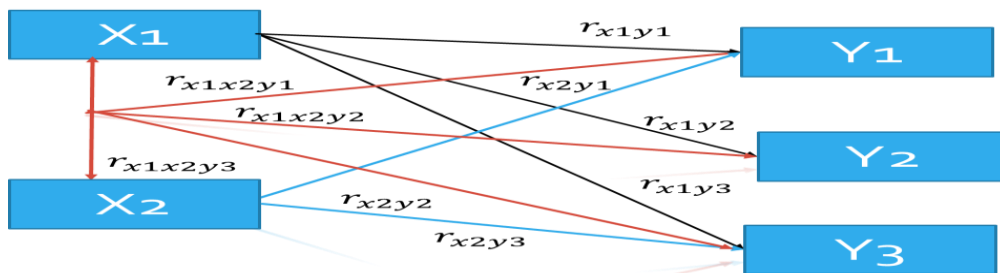
Menurut Wardhani et al. (2016) mendefinisikan preferensi adalah kesukaan, pilihan atau sesuatu yang lebih disukai konsumen. Preferensi konsumen sangat penting dilakukan untuk membantu produsen merancang strategi pemasaran yang tepat guna memenangkan peta persaingan terhadap merek yang beredar di pasaran. Preferensi konsumen sendiri dapat membantu produsen untuk melihat apakah atribut yang ditawarkan pada produk sudah

memenuhi harapan konsumen atau belum sehingga produsen pun dapat membuat produk dengan melihat pilihan atribut yang disukai oleh konsumen atau mempertahankan atribut pilihan konsumen (Tumbelaka et al., 2019)

METODE PENELITIAN

Penelitian ini termasuk dalam penelitian kuantitatif. dengan penelitian asosiatif dalam penelitian ini adalah mengetahui hubungan aksesibilitas masyarakat Towani Tolotang terhadap produk, fitur produk dan preferensi pada perbankan Syariah. Desain penelitian ini menggunakan kuantitatif korelasional dan regresi ganda dengan variabel yaitu:

1. Variabel aksesibilitas informasi masyarakat Towani Tolotang adalah variabel bebas (*independent*) dengan simbol X^1
2. Variabel pengetahuan masyarakat Towani Tolotang adalah variabel bebas (*independent*) dengan simbol X^2
3. Variabel produk, variabel fitur variabel produk dan variabel preferensi sebagai variabel terikat (*dependent*) dengan symbol Y^1 , Y^2 dan Y^3



Gambar 1. Kerangka konseptual

Keterangan:

- X^1 : Aksesibilitas informasi;
- X^2 : Pengetahuan,
- Y^1 : Produk,
- Y^2 : Fitur Produk,
- Y^3 : Preferensi
- r : Korelasional

Populasi pada penelitian seluruh masyarakat Towani Tolotang di Kota Parepare, salah satu aliran dalam agama Hindu. Jumlah populasi 771 jiwa adalah masyarakat Towani Tolotang yang tersebar di Kota Parepare.

Sampel yang akan menjadi responden peneliti adalah masyarakat Towani Tolotang dengan menggunakan *random* sampling atau teknik acak. Sementara dalam menentukan ukuran sampel menggunakan rumus Slovin dengan taraf kesalahan 5%. Rumus perhitungan besaran sampel: $n = \frac{N}{1+Ne^2}$

Keterangan:

- n : Jumlah sampel
N : Jumlah populasi
e : Kelonggaran ketidaktelitian karna kesalahan pengambilan sampel yang ditolerir, misalnya m10% atau 0,1.

Dari hasil perhitungan menggunakan rumus Slovin di atas, dari 771 populasi, maka banyaknya sampel menjadi 88 masyarakat Towani Tolotang di Kota Parepare. Instrumen pengumpulan data menggunakan: Kuesioner, Observasi, Dokumentasi. Instrumen kuesioner terlebih dahulu diuji menggunakan; Uji Validitas, Uji reliabilitas menggunakan *alpha croanbach*. Suatu pengujian yang berorientasi pada derajat stabilitas, konsistensi, daya prediksi, dan akurasi. Kriteria suatu instrumen penelitian dikatakan reliabel dengan menggunakan teknik ini, bila koefisien reliabilitas (r_{11}) $> 0,6$. Dalam penelitian ini reliabilitas diukur menggunakan metode *Alpha Cronbach*. Uji normalitas data dengan menggunakan Shapiro Wilk, terlihat nilai Sig. pada kolom Shapiro-Wilk. Nilai sig sebesar 0,969 lebih besar 0,05 itu berarti signifikansi atau boleh disebut p value atau nilai probabilitas, maka dapat dikatakan data berdistribusi Normal, dan Uji heteroskedastisitas merupakan bagian dari uji asumsi klasik dalam analisis regresi yang bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance (variasi) dari nilai residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Uji Glejser dilakukan dengan cara meregresikan antara variabel independen dengan nilai absolut residualnya (ABS_RES). Dasar pengambilan keputusan menggunakan uji Glejser sebagai berikut:

1. Jika nilai Signifikasi (Sig.) $> 0,05$, maka tidak terjadi gejala heteroskedastisitas dalam model regresi
2. Jika nilai Signifikansi (Sig.) $< 0,05$, maka terjadi gejala heteroskedastisitas

Selanjutnya dilakukan Uji heterokedastisitas variabel Akseibilitas Informasi (X1), dan variabel pengetahuan (X2) terhadap variabel Produk perbankan syariah (Y1) dapat dilihat hasil olahdata tabel berikut;

Berdasarkan uji Heterokedastisitas X1, X2, terhadap Y1 diperoleh Sig. Pada variabel aksesibilitas informasi (X1) sebesar 0.339 dan variabel Pengetahuan (X2) sebesar 0.541, yang kemudian setelah dibandingkan signifikansi kedua variabel tersebut dengan 0,05 lebih besar dan berdasarkan uji glejser maka disimpulkan tidak terjadi gejala heteroskedastisitas dalam model regresi.

Adapun hasil uji heterokedastisitas variabel akseibilitas Informasi (X1), dan variabel pengetahuan (X2) terhadap variabel fitur Produk perbankan syariah (Y2) dapat dilihat hasil olahdata diperoleh sig. Variabel aksesibilitas Informasi (X1) sebesar 0.148 dan sig. Variabel Pengetahuan (X2) sebesar 0.711 lebih besar dibanding 0.05 yang berarti tidak terjadi gejala heteroskedastisitas dalam model regresi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Hubungan Aksesibilitas Informasi Masyarakat Towani Tolotang Terhadap Produk Perbankan Syariah di Kota Parepare

Pengujian hipotesis hubungan antara variabel independen Aksesibilitas informasi masyarakat Towani Tolotang (X^1) dengan variabel dependen produk perbankan syariah (Y^1). Berikut hasil output korelasi antara variabel pada tabel di bawah ini.

Tabel 1 Korelasi Antar Variabel

		Akseibilitas Informasi	Produk Bank Syari'ah
Akseibilitas Informasi	Pearson Correlation	1	.391**
	Sig. (2-tailed)		.000
	N	88	88
Produk Bank Syari'ah	Pearson Correlation	.391**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	88	88

Sumber: Output SPSS

Tabel diatas menunjukkan bahwa Korelasi antara variabel aksesibilitas informasi (X^1) dengan produk perbankan syariah (Y^1) sebesar $0.391 > 0.278$ (r tabel) demikian pula berdasarkan output nilai Sig. (2-tailed) sebesar $0.000 < 0,01$, yang berarti terdapat korelasi yang signifikan dan hubungan variabel X^1 dan Y^1 terjalin korelasi yang cukup kuat dan searah/berbanding lurus yang artinya jika variabel aksesibilitas informasi tinggi maka variabel produk perbankan syariah juga dinilai tinggi.

2. Hubungan Aksesibilitas Informasi Masyarakat Towani Tolotang terhadap Fitur Produk Perbankan Syariah di Kota Parepare

Aksesibilitas informasi masyarakat Towani Tolotang dapat pula dilihat hubungannya dengan fitur produk perbankan syariah. Pengujian hubungan antar variabel ini bertujuan untuk melihat adanya korelasi antara variabel independen Aksesibilitas informasi (X^1) dengan variabel dependen fitur produk perbankan syariah (Y^2). Berdasarkan hasil olah data melalui SPSS, dapat diperhatikan hasil output korelasi antara variabel pada tabel di bawah ini.

Tabel 2 Korelasi Aksesibilitas Informasi Masyarakat Towani Tolotang terhadap Fitur Produk Perbankan Syariah di Kota Parepare

		Akseibilitas Informasi	Fitur Produk Bank Syariah
Akseibilitas Informasi	Pearson Correlation	1	.415**
	Sig. (2-tailed)		0
	N	88	88
Fitur Produk Bank Syariah	Pearson Correlation	.415**	1
	Sig. (2-tailed)	0	
	N	88	88

Sumber: Output SPSS

Korelasi antara variabel aksesibilitas informasi dengan fitur produk perbankan syariah sebesar $0.415 > 0.278$ (r tabel) dan juga output sig. (2-tailed) sebesar $0.000 < 0,001$ yang memberi makna bahwa hubungan kedua variabel terjalin korelasi yang cukup kuat dan searah/berbanding lurus yang artinya jika variabel aksesibilitas informasi (X1) tinggi maka variabel fitur produk perbankan syariah (Y2) juga dinilai tinggi dan berlaku juga sebaliknya. Hasil pengujian di atas, hubungan antara variabel memiliki hubungan/korelasi yang signifikan yaitu antara variabel aksesibilitas informasi dengan fitur produk perbankan syariah.

3. Hubungan Aksesibilitas Informasi Masyarakat Towani Tolotang terhadap Preferensi Perbankan Syariah di Kota Parepare

Setelah korelasi antara variabel independen Aksesibilitas informasi (X¹) dengan variabel dependen preferensi perbankan syariah (Y³). Berikut hasil output korelasi antara variabel pada tabel di bawah ini.

Tabel 3 Korelasi Aksesibilitas Informasi Masyarakat Towani Tolotang terhadap Preferensi Perbankan Syariah di Kota Parepare

		Aksesibilitas Informasi	Preferensi
Aksesibilitas Informasi	Pearson Correlation	1	.332(**)
	Sig. (2-tailed)		0.002
	N	88	88
Preferensi	Pearson Correlation	.332(**)	1
	Sig. (2-tailed)	0.002	
	N	88	88

Sumber: Output SPSS

Korelasi antara variabel aksesibilitas informasi dengan preferensi perbankan syariah sebesar $0,332 > 0,278$ (r tabel) yang menunjukkan hubungan variabel aksesibilitas informasi tinggi maka variabel preferensi perbankan syariah juga dinilai tinggi dan berlaku juga sebaliknya. Hasil pengujian di atas, hubungan antara variabel memiliki hubungan/korelasi yang signifikan yaitu antara variabel aksesibilitas informasi dengan preferensi perbankan syariah.

4. Hubungan Pengetahuan Masyarakat Towani Tolotang terhadap Produk Perbankan Syariah di Kota Parepare

Hubungan antar variabel Pengetahuan Masyarakat Towani Tolotang (X^2) dengan variabel dependen Produk perbankan syariah (Y^1). Berikut hasil output korelasi antara variabel pada tabel di bawah ini.

Tabel 4 Korelasi Pengetahuan Masyarakat Towani Tolotang terhadap Produk Perbankan Syariah di Kota Parepare

		Pengetahuan	Produk
Pengetahuan	Pearson Correlation	1	.578(**)
	Sig. (2-tailed)		0
	N	88	88
Produk	Pearson Correlation	.578(**)	1
	Sig. (2-tailed)	0	
	N	88	88

Sumber: Output SPSS

Angka koefisien korelasi bertanda positif (+) menunjukkan bahwa hubungan antara kedua variabel tersebut bersifat berbanding lurus atau searah yang artinya peningkatan satu variabel akan diikuti oleh peningkatan variabel lainnya. Korelasi antara variabel Pengetahuan Masyarakat dengan Produk perbankan syariah sebesar $0,578 > 0,278$ (r tabel) dengan Sig. (2-tailed) menunjukkan $0,000 < 0,001$ (TS. 1%) menunjukkan adanya korelasi yang signifikan.

5. Hubungan Pengetahuan Masyarakat Towani Tolotang terhadap Fitur Produk Perbankan Syariah di Kota Parepare

Pengujian hubungan antar variabel bertujuan untuk melihat adanya korelasi antara variabel independen Pengetahuan Masyarakat dengan variabel dependen Fitur Produk perbankan syariah. Berikut hasil output korelasi antara variabel pada tabel di bawah ini.

Tabel 5 Korelasi Pengetahuan Masyarakat Towani Tolotang terhadap Fitur Produk Perbankan Syariah di Kota Parepare

		Pengetahuan	Fitur Produk
Pengetahuan	Pearson Correlation	1	.434(**)
	Sig. (2-tailed)		0
	N	88	88
Fitur Produk	Pearson Correlation	.434(**)	1
	Sig. (2-tailed)	0	
	N	88	88

Sumber: Output SPSS

Korelasi antara variabel Pengetahuan Masyarakat dengan Fitur Produk perbankan syariah sebesar $0,434 > 0,278$ (r tabel) yang artinya bahwa hubungannya terjalin korelasi yang cukup kuat dan searah/berbanding lurus yang artinya jika variabel pengetahuan masyarakat tinggi maka variabel fitur produk perbankan syariah juga dinilai tinggi.

6. Hubungan Pengetahuan Masyarakat Towani Tolotang terhadap Preferensi Perbankan Syariah di Kota Parepare

Pengujian hubungan antar variabel pengetahuan masyarakat Towani Tolotang (X^2) dengan Preferensi Perbankan syariah (Y^3) bertujuan untuk melihat adanya korelasi antara variabel independen Pengetahuan Masyarakat dengan variabel dependen Preferensi perbankan syariah. Berikut hasil output korelasi antara variabel pada tabel di bawah ini.

Tabel 6 Korelasi Pengetahuan Masyarakat Towani Tolotang terhadap Preferensi Perbankan Syariah di Kota Parepare

		Pengetahuan	Preferensi
Pengetahuan	Pearson Correlation	1	.241(*)
	Sig. (2-tailed)		0.023
	N	88	88
Preferensi	Pearson Correlation	.241(*)	1
	Sig. (2-tailed)	0.023	
	N	88	88

Sumber: Output SPSS

Hal ini memberikan gambaran bahwa korelasi antara variabel Pengetahuan Masyarakat dengan Preferensi perbankan syariah sebesar $0,241 > 0,213$ (r tabel) dapat dilihat nilai sig. (2-tailed) $0,023 > 0,05$ angka ini

menunjuk bahwa kedua variabel tersebut berkorelasi secara signifikan antara variabel pengetahuan masyarakat dengan preferensi perbankan syariah.

7. Pengaruh Aksesibilitas Informasi Dan Pengetahuan Masyarakat Towani Tolotang terhadap Produk Perbankan Syariah di Kota Parepare

Analisis selanjutnya dilakukan untuk melihat pengaruh secara bersama aksesibilitas informasi (X^1) dan Pengetahuan (X^2) terhadap produk perbankan syariah (Y^1). Berdasarkan hasil olah data dengan menggunakan SPSS diperoleh output sebagaimana tabel berikut:

Tabel 7 Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.600 ^a	0.36	0.345	3.43962

Sumber: Output SPSS

Pengujian pengaruh secara gabungan kedua variabel independen terhadap satu variabel dependen dapat dilihat dari hasil uji koefisien determinasi (R^2) yang melihat besar hubungan tersebut. Adapun pengaruh variabel Aksesibilitas informasi dan Pengetahuan secara gabungan terhadap variabel produk perbankan syariah dapat dilihat dari hasil output uji analisis pada tabel model *summary* diatas, pada nilai *Adjusted R Square* yang terlihat pada tabel diatas.

Dari hasil analisis, besarnya nilai *Adjusted R Square* pada tabel di atas adalah 0,345 yang mempunyai makna bahwa variabel independen Aksesibilitas informasi dan Pengetahuan memiliki pengaruh sebesar 34,5% (Koefisien determinasinya adalah $KD = R^2 \times 100\% = 0,345 \times 100\% = 34,5\%$) secara gabungan/bersama terhadap produk perbankan syariah. Sedangkan sisanya sebesar 65,5% ($e = 1 - R^2 = 1 - 0,345 = 0,655$ atau 65,5%) dipengaruhi oleh faktor variabel-variabel lainnya.

Tabel 8 Anova

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	566.686	2	283.343	23.949	.000(a)
	Residual	1005.632	85	11.831		
	Total	1572.318	87			

Sumber: Output SPSS

Berdasarkan output di atas diketahui nilai signifikansi untuk pengaruh Aksesibilitas Informasi (X^1) dan Pengetahuan (X^2) secara simultan terhadap variabel Produk perbankan syariah (Y^1) adalah sebesar $0,000 < 0,05$ dan nilai F hitung $23,949 > F$ tabel 3,10 sehingga dapat disimpulkan bahwa hipotesis diterima yang berarti terdapat pengaruh Aksesibilitas (X^1) Dan Pengetahuan (X^2) secara simultan terhadap variabel Produk perbankan syariah (Y^1).

Tabel 9 Coefficients

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta	B	Std. Error
(Constant)	4.843	2.736		1.77	0.08
1 Aksesibilitas Informasi	0.19	0.102	0.18	1.853	0.067
Pengetahuan	0.929	0.181	0.498	5.143	0

Sumber: Output SPSS

Berdasarkan data tabel di atas menggambarkan persamaan regresi:

$$\hat{Y} = 4.843 + 0.190 X_1 + 0.929 X_2$$

Dimana:

\hat{Y} = Produk Perbankan Syariah

X_1 = Aksesibilitas Masyarakat Towani Tolotang

X_2 = Pengetahuan Masyarakat Towani Tolotang

Berdasarkan data pada tabel di atas, menunjukkan konstanta sebesar 4.843 yang berarti apabila tidak ada perubahan aksesibilitas dan pengetahuan masyarakat terdapat pada produk perbankan syariah, maka angka produk tetap pada 4.843. Koefisien regresi X_1 sebesar 0.190, menunjukkan bahwa setiap ada kenaikan 1% dari aksesibilitas masyarakat Towani Tolotang terhadap produk perbankan syariah akan meningkatkan sebesar 0.190%, demikian pula koefisien regresi X_2 sebesar 0.929 menyatakan bahwa setiap ada penambahan 1% pengetahuan masyarakat akan meningkatkan pengetahuan produk perbankan syariah sebesar 0.929%.

8. Pengaruh Aksesibilitas Informasi Dan Pengetahuan Masyarakat Towani Tolotang terhadap Fitur Produk Perbankan Syariah di Kota Parepare

Kajian tentang pengaruh secara bersama antara aksesibilitas informasi (X_1) dan Pengetahuan (X_2) masyarakat Towani Tolotang terhadap fitur produk perbankan syariah dapat dianalisis berdasarkan output dari berikut:

Tabel 10 Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.499(a)	0.249	0.231	1.263

Sumber: Output SPSS

Pengujian pengaruh secara gabungan kedua variabel independen terhadap satu variabel dependen dapat dilihat dari hasil uji koefisien determinasi (R^2) yang melihat besar hubungan tersebut. Adapun pengaruh variabel Aksesibilitas informasi dan Pengetahuan secara gabungan terhadap variabel fitur produk perbankan syariah dapat dilihat dari hasil output uji

analisis pada tabel model summary di atas, pada nilai *Adjusted R Square* yang terlihat pada tabel di atas.

Dari hasil analisis, besarnya nilai *Adjusted R Square* pada tabel di atas adalah 0,231 yang mempunyai makna bahwa variabel independen Aksesibilitas informasi dan Pengetahuan memiliki pengaruh sebesar 23,1% (Koefisien determinasinya adalah $KD = R^2 \times 100\% = 0,231 \times 100\% = 23,1\%$) secara gabungan/bersama terhadap fitur produk perbankan syariah. Sedangkan sisanya sebesar 76,9% ($e = 1 - R^2 = 1 - 0,231 = 0,769$ atau 76,9%) dipengaruhi oleh faktor variabel-variabel lainnya.

Tabel 11 Anova

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	44.956	2	22.478	14.102	.000(a)
1 Residual	135.487	85	1.594		
Total	180.443	87			

Sumber: Output SPSS

Berdasarkan output di atas diketahui nilai signifikansi untuk pengaruh Aksesibilitas Informasi (X^1) dan Pengetahuan (X^2) secara simultan terhadap variabel Fitur Produk perbankan syariah (Y^2) adalah sebesar $0,000 < 0,05$ dan nilai F hitung $14,102 > F$ tabel 3,10 sehingga dapat disimpulkan bahwa hipotesis diterima yang berarti terdapat pengaruh Aksesibilitas (X^1) Dan Pengetahuan (X^2) secara simultan terhadap variabel Fitur Produk perbankan syariah (Y^2).

Tabel 12 Coefficients

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta	B	Std. Error
(Constant)	0.069	1.004		0.069	0.945
1 Aksesibilitas Informasi	0.098	0.038	0.275	2.616	0.011
Pengetahuan	0.197	0.066	0.312	2.97	0.004

Sumber: Output SPSS

Berdasarkan data tabel, menggambarkan persamaan regresi:

$$\hat{Y} = 0.069 + 0.098 X_1 + 0.197 X_2$$

Dimana:

\hat{Y} = Fitur Produk Perbankan Syariah

X1 = Aksesibilitas Masyarakat Towani Tolotang

X2 = Pengetahuan Masyarakat Towani Tolotang

Berdasarkan data pada tabel di atas, menunjukkan konstanta sebesar 0.069 yang berarti apabila tidak ada perubahan aksesibilitas dan pengetahuan masyarakat terdapat pada fitur produk perbankan syariah, maka angka produk tetap pada 0.069. Koefisien regresi X¹ sebesar 0.098, menunjukkan bahwa setiap ada kenaikan 1% dari aksesibilitas masyarakat Towani Tolotang terhadap produk perbankan syariah akan meningkatkan sebesar 0.098%, demikian pula koefisien regresi X² sebesar 0.197 menyatakan bahwa setiap ada penambahan 1% pengetahuan masyarakat akan meningkatkan pengetahuan produk perbankan syariah sebesar 0.197%.

9. Pengaruh Aksesibilitas Informasi Dan Pengetahuan Masyarakat Towani Tolotang terhadap Preferensi Perbankan Syariah di Kota Parepare

Aksesibilitas informasi (X¹) dan pengetahuan masyarakat Towani Tolotang (X²) terhadap preferensi perbankan syariah (Y³) dapat dilihat pengaruhnya secara bersama melalui analisis output berikut:

Tabel 13 Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.348(a)	0.121	0.1	4.361

Sumber: Output SPSS

Pengujian pengaruh secara gabungan kedua variabel independen terhadap satu variabel dependen dapat dilihat dari hasil uji koefisien determinasi (R^2) yang melihat besar hubungan tersebut. Adapun pengaruh variabel Aksesibilitas informasi dan Pengetahuan secara gabungan terhadap variabel preferensi perbankan syariah dapat dilihat dari hasil output uji analisis pada tabel model summary di atas, pada nilai *Adjusted R Square* yang terlihat pada tabel diatas.

Dari hasil analisis, besarnya nilai *Adjusted R Square* pada tabel diatas adalah 0,100 yang mempunyai makna bahwa variabel independen Aksesibilitas informasi dan Pengetahuan memiliki pengaruh sebesar 10% (Koefisien determinasinya adalah $KD = R^2 \times 100\% = 0,100 \times 100\% = 10\%$) secara gabungan/bersama terhadap preferensi perbankan syariah. Sedangkan sisanya sebesar 90% ($e = 1 - R^2 = 1 - 0,100 = 0,900$ atau 90%) dipengaruhi oleh faktor variabel-variabel lainnya di luar riset ini.

Tabel 14 Anova

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	222.242	2	111.121	5.843	.004(a)
	Residual	1616.474	85	19.017		
	Total	1838.716	87			

Berdasarkan output di atas diketahui nilai signifikansi untuk pengaruh aksesibilitas Informasi (X^1) dan Pengetahuan (X^2) secara simultan terhadap variabel Preferensi perbankan syariah (Y^3) adalah sebesar $0,004 < 0,05$ dan nilai F hitung $5,843 > F$ tabel $3,10$ sehingga dapat disimpulkan bahwa hipotesis diterima yang berarti terdapat pengaruh Aksesibilitas (X^1) Dan Pengetahuan (X^2) secara simultan terhadap variabel Preferensi perbankan syariah (Y^3).

Tabel 15 Coefficients

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta	B	Std. Error
1	(Constant)	11.583	3.469		3.339	0.001
	Aksesibilitas Informasi	0.32	0.13	0.279	2.46	0.016
	Pengetahuan	0.235	0.229	0.117	1.028	0.307

Berdasarkan data tabel di atas menggambarkan persamaan regresi:

$$\hat{Y} = 11.583 + 0.320 X1 + 0.235 X2$$

Dimana:

\hat{Y} = Preferensi Perbankan Syariah

$X1$ = Aksesibilitas Masyarakat Towani Tolotang

$X2$ = Pengetahuan Masyarakat Towani Tolotang

Berdasarkan data pada tabel di atas, menunjukkan konstanta sebesar 11.583 yang berarti apabila tidak ada perubahan aksesibilitas dan pengetahuan masyarakat terdapat pada produk perbankan syariah, maka angka produk tetap pada 11.583. Koefisien regresi X^1 sebesar 0.320, menunjukkan bahwa setiap ada kenaikan 1% dari aksesibilitas masyarakat Towani Tolotang terhadap produk perbankan syariah akan meningkatkan sebesar 0.320%, demikian pula koefisien regresi X^2 sebesar 0.235 menyatakan bahwa setiap ada penambahan 1% pengetahuan masyarakat akan meningkatkan pengetahuan produk perbankan syariah sebesar 0.235%.

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis Aksesibilitas informasi (X^1) masyarakat Towani Tolotang yaitu kemudahan informasi, kemudahan

waktu, kemudahan lokasi dan kemudahan biaya dalam mengakses informasi produk perbankan Syariah (Y^1) diperoleh output sebesar $0.391 > 0.278$ (r tabel) demikian pula berdasarkan output nilai Sig. (2-tailed) sebesar $0.000 < 0,01$, yang memberi simpulan H_1 diterima yang berarti terdapat korelasi yang signifikan. Produk perbankan syariah yang dimaksud antara lain; Produk Simpanan Murni (*Al-Wadiah*), Produk Bagi Hasil (*Syirkah*) Produk Jual Beli (*At-Tijarah*), Produk Sewa (*Al-Ijarah*), Kredit Modal Usaha Bersama (*Musyarakah*), Pembiayaan Modal Usaha (*Mudharabah*) dan Pembelian barang ditanggungkan (*Murabahah*). Data ini memberikan gambaran bahwa pada dasarnya masyarakat Towani Tolotang memiliki akses untuk dapat menjadi nasabah pada perbankan syariah dengan beberapa produk perbankan. Terdapat pula kemudahan akses baik dari segi waktu, jarak, maupun biaya.

Aksesibilitas informasi masyarakat Towani Tolotang dapat pula dilihat hubungannya dengan fitur produk perbankan syariah. Fitur perbankan syariah yang dimaksud di sini seperti ATM, dan Internet Banking, menunjukkan korelasi dengan angka indeks sebesar $0.415 > 0.278$ (r tabel) dan juga output sig. (2-tailed) sebesar $0.000 < 0,001$. Hubungan kedua variabel terjalin korelasi yang cukup kuat dan searah/berbanding lurus yang artinya jika variabel aksesibilitas informasi (X^1) tinggi maka variabel fitur produk perbankan syariah (Y^2) juga dinilai tinggi. Ini menggambarkan walaupun masyarakat Towani Tolotang bukan beragama Islam, namun terkait dengan perbankan syariah menjadi alternatif dengan adanya perhatian terhadap fitur perbankan syariah.

Penelitian ini juga mengkaji data yang terkait korelasi antara aksesibilitas informasi masyarakat Towani Tolotang dengan preferensi perbankan syariah. Preferensi yang dimaksudkan adalah sikap konsumen terhadap pilihan dalam menentukan produk atau fitur produk yang digunakan. Angka indeks korelasi antara variabel aksesibilitas informasi dengan preferensi perbankan syariah sebesar $0,332 > 0.278$ (r tabel) dengan Sig. (2-tailed) $0.002 < 0.01$. Berdasarkan data ini memberikan gambaran bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara aksesibilitas informasi dengan preferensi perbankan syariah.

Kemudahan informasi masyarakat Towani Tolotang terhadap perbankan syariah memberi pengaruh sikap masyarakat sebagai calon nasabah dalam menentukan pilihan, baik pilihan produk maupun pilihan fitur. Adanya korelasi ini menjadi modal bagi pengelola perbankan syariah untuk lebih meningkatkan sosialisasi bukan hanya pada masyarakat Islam.

Pemilihan perbankan syariah sebagai bank alternatif selain dipengaruhi aksesibilitasnya, juga dipengaruhi pengetahuan masyarakat, baik masyarakat muslim maupun masyarakat non muslim. Berdasarkan hasil penelitian diperoleh output korelasi dengan angka Sig. (2-tailed) menunjukkan $0.000 < 0.001$ (TS. 1%) serta angka indeks korelasi sebesar $0,578 > 0.278$ (r tabel). Hal ini menggambarkan bahwa hubungan kedua variabel tersebut terdapat korelasi yang signifikan jika variabel pengetahuan masyarakat tinggi maka variabel produk perbankan syariah juga dinilai tinggi.

Korelasi antara variabel Pengetahuan Masyarakat dengan Fitur Produk perbankan syariah sebesar $0,434 > 0,278$ (r tabel) dan nilai sig. (2-tailed) $0,023 > 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa korelasi signifikan dan kuat dan searah/berbanding lurus. Berarti jika variabel pengetahuan masyarakat tinggi maka variabel fitur produk perbankan syariah juga dinilai tinggi.

Hasil memberikan gambaran masyarakat Towani Tolotang mengetahui terdapat fasilitas perbankan syariah yang sama dengan perbankan konvensional lainnya, berupa ATM ataupun internet banking. Korelasi antara variabel Pengetahuan Masyarakat dengan Preferensi perbankan syariah sebesar $0,241 > 0,213$ (r tabel) menunjukkan korelasi yang signifikan dan kuat. Ini menggambarkan pengetahuan masyarakat Towani Tolotang memberi kontribusi pada tingkat preferensi terhadap perbankan syariah. Hasil pengujian di atas, hubungan antara variabel memiliki hubungan/korelasi yang signifikan yaitu antara variabel pengetahuan masyarakat dengan preferensi perbankan syariah.

Berdasarkan analisis regresi menunjukkan konstanta sebesar 4.843 yang berarti apabila tidak ada perubahan aksesibilitas dan pengetahuan masyarakat terdapat pada produk perbankan syariah, maka angka produk tetap pada 4.843. Koefisien regresi X^1 sebesar 0.190, menunjukkan bahwa setiap ada kenaikan 1% dari aksesibilitas masyarakat Towani Tolotang terhadap produk perbankan syariah akan meningkatkan sebesar 1.90%, demikian pula koefisien regresi X^2 sebesar 0.929 menyatakan bahwa setiap ada penambahan 1% pengetahuan masyarakat akan meningkatkan pengetahuan produk perbankan syariah sebesar 9.29%.

Demikian pula analisis regresi variabel X^1 dan X^2 terhadap Y^2 menunjukkan konstanta sebesar 0.069 yang berarti apabila tidak ada perubahan aksesibilitas dan pengetahuan masyarakat terdapat pada fitur produk perbankan syariah, maka angka produk tetap pada 0.069. Koefisien regresi X^1 sebesar 0.098, menunjukkan bahwa setiap ada kenaikan 1% dari aksesibilitas masyarakat Towani Tolotang terhadap produk perbankan syariah akan meningkatkan sebesar 0.98%, demikian pula koefisien regresi X^2 sebesar 0.197 menyatakan bahwa setiap ada penambahan 1% pengetahuan masyarakat akan meningkatkan pengetahuan produk perbankan syariah sebesar 1.97%.

Analisis regresi terhadap pengaruh secara bersama variabel X^1 dan X^2 terhadap Y^3 menunjukkan konstanta sebesar 11.583 yang berarti apabila tidak ada perubahan aksesibilitas dan pengetahuan masyarakat terdapat pada produk perbankan syariah, maka angka produk tetap pada 11.583. Koefisien regresi X^1 sebesar 0.320, menunjukkan bahwa setiap ada kenaikan 1% dari aksesibilitas masyarakat Towani Tolotang terhadap produk perbankan syariah akan meningkatkan sebesar 0.320%, demikian pula koefisien regresi X^2 sebesar 0.235 menyatakan bahwa setiap ada penambahan 1% pengetahuan masyarakat akan meningkatkan pengetahuan produk perbankan syariah sebesar 0.235%.

Hal ini memberikan gambaran bahwa pada dasarnya pengetahuan masyarakat terhadap perbankan syariah masih minim, namun walau minim

tetapi tetap ada upaya untuk mengetahui perbankan syariah baik produk perbankan, fitur perbankan, maupun Preferensi terhadap perbankan syariah.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian ini maka dapat disimpulkan:

1. Aksesibilitas informasi (X1) masyarakat Towani Tolotang yaitu kemudahan informasi, kemudahan waktu, kemudahan lokasi dan kemudahan biaya dalam mengakses informasi produk perbankan Syariah (Y1) diperoleh output sebesar $0.391 > 0.278$ (r tabel) demikian pula berdasarkan output nilai Sig. (2-tailed) sebesar $0.000 < 0,01$, yang berarti terdapat korelasi yang signifikan.
2. Aksesibilitas informasi masyarakat Towani Tolotang dapat pula dilihat hubungannya dengan fitur produk perbankan syariah. Fitur perbankan syariah yang dimaksud disini seperti ATM, dan Internet Banking, menunjukkan adanya korelasi yang signifikan dengan angka indeks sebesar $0.415 > 0.278$ (r tabel) dan juga output sig. (2-tailed) sebesar $0.000 < 0,001$.
3. Korelasi antara aksesibilitas informasi masyarakat Towani Tolotang dengan preferensi perbankan syariah. Diperoleh angka indeks korelasi sebesar $0,332 > 0.278$ (r tabel) dengan Sig. (2-tailed) $0.002 < 0.01$. Berdasarkan data ini memberikan gambaran bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara aksesibilitas informasi dengan preferensi perbankan syariah.,
4. Hasil penelitian diperoleh output korelasi dengan angka Sig. (2-tailed) menunjukkan $0.000 < 0.001$ (TS. 1%) serta angka indeks korelasi sebesar $0,578 > 0.278$ (r_{tabel}). Hal ini menggambarkan bahwa hubungan antara variabel pengetahuan dan variabel produk perbankan syariah terdapat korelasi yang signifikan.
5. Korelasi antara variabel Pengetahuan Masyarakat dengan Fitur Produk perbankan syariah sebesar $0,434 > 0.278$ (r_{tabel}) dan nilai sig. (2-tailed) $0.023 > 0.05$. Hal ini menunjukkan bahwa korelasi keduanya signifikan dan kuat.
6. Korelasi antara variabel Pengetahuan Masyarakat dengan Preferensi perbankan syariah sebesar $0,241 > 0.213$ (r tabel) menunjukkan korelasi yang signifikan dan kuat.
7. Uji Persamaan regresi X^1, X^2 dan Y^1 diperoleh $\hat{y} = 4.843 + 0.190 X^1 + 0.929 X^2$,
8. Uji Persamaan Regresi X^1, X^2 dan Y^2 , diperoleh $\hat{y} = 0.069 + 0.098 X^1 + 0.197 X^2$
9. Uji Persamaan Regresi X^1, X^2 dan Y^3 , diperoleh $\hat{y} = 11.583 + 0.320 X^1 + 0.235 X^2$. Berdasarkan uji regresi disimpulkan bahwa variabel X^1 , dan X^2 memberi pengaruh terhadap produk, fitur produk dan preferensi Perbankan Syariah

REFERENSI

- Andespa, R. (2017). Pengaruh faktor psikologis terhadap minat menabung nasabah di bank syariah. *Maqdis: Jurnal Kajian Ekonomi Islam*, 2(2), 177–191.
- Burgess, R., & Pande, R. (2005). Do rural banks matter? Evidence from the Indian social banking experiment. *American Economic Review*, 95(3), 780–795.
- Hakim, R. (2016). Islamic economists in the early 21st century view's on business ethics. *Falah: Jurnal Ekonomi Syariah*.
- HASbullah, H., & Amir, A. (2016). Preferensi nasabah terhadap bank syariah (studi pada nasabah BRI Syariah di Kecamatan Sungai Bahar Kabupaten Muaro Jambi). *Jurnal Paradigma Ekonomika*.
- Hassan, A. H., Chachi, C., & Latiff, S. A. L. (2008). *Islamic marketing ethics and its impact on customer satisfaction in the islamic banking industry*. *Islamic Economics Journal*, 21 (1): 27-42.
- Hassan, M. K., & Alamgir, D. A. H. (2002). Microfinancial services and poverty alleviation in Bangladesh: A comparative analysis of secular and Islamic NGOs. *Islamic Economic Institutions and the Elimination of Poverty*, 113–168.
- Housby, E. (2013). *Islamic and ethical finance in the United Kingdom*. Edinburgh University Press.
- Kamla, R., & Alsoufi, R. (2015). Critical Muslim Intellectuals' discourse and the issue of "Interest" (ribā): Implications for Islamic accounting and banking. *Accounting Forum*, 39(2), 140–154. <https://doi.org/10.1016/j.accfor.2015.02.002>
- Kara, M. (2013). Kontribusi Pembiayaan Perbankan Syariah Terhadap Pengembangan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (Ukm) Di Kota Makassar. *Ilmu Syariah Dan Hukum*, 47(1), 315–322.
- Lawelai, H. (2020). *tolotang*. 73–92.
- Maurer, B. (2002). Anthropological and accounting knowledge in Islamic banking and finance: rethinking critical accounts. *Journal of the Royal Anthropological Institute*, 8(4), 645–667.
- Naqvi, S. N. H. (1981). *Ethics and economics: An Islamic synthesis* (Vol. 2). Islamic foundation.
- Ritonga, H. A. H. D. H. (2007). *PERSEPSI ETNIS CHINA TERHADAP PERBANKAN SYARIAH DI KOTA MEDAN*. 2004(19), 41–55.
- Rizvi, S. A. R., Narayan, P. K., Sakti, A., & Syarifuddin, F. (2020). Role of Islamic banks in Indonesian banking industry: an empirical exploration. *Pacific Basin Finance Journal*, 62(October 2018), 101117. <https://doi.org/10.1016/j.pacfin.2019.02.002>
- Srairi, S. (2019). Transparency and bank risk-taking in GCC Islamic banking. *Borsa Istanbul Review*, 19, S64–S74. <https://doi.org/10.1016/j.bir.2019.02.001>

- Tumbelaka, A., Kindangen, P., & Kalangi, J. A. F. (2019). Preferensi Konsumen Dalam Memilih Bank BRI dan Bank BCA Di Manado Berdasarkan Kualitas Pelayanan. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 9(1), 10. <https://doi.org/10.35797/jab.9.1.2019.23518.10-18>
- Wardhani, W., Sumarwan, U., & Yuliati, L. N. (2016). Pengaruh Persepsi dan Preferensi Konsumen terhadap Keputusan Pembelian Hunian Green Product. *Jurnal Manajemen Dan Organisasi*, 6(1), 45. <https://doi.org/10.29244/jmo.v6i1.12183>
- Yasin, M., Liébana-Cabanillas, F., Porcu, L., & Kayef, R. N. (2020). The role of customer online brand experience in customers' intention to forward online company-generated content: The case of the Islamic online banking sector in Palestine. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 52(August 2019), 101902. <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2019.101902>
- Yasin, U. N., & Hati, S. R. H. (2017). A Literature Review on the Role of Religiosity in Islamic Banking Adoption. *2017 2nd International Conference on*
- Zainol, Z., Shaari, R., & Muhamad Ali, H. (2009). A comparative analysis on bankers' perceptions on Islamic banking. *International Journal of Business and Management*, 3(4), 157-168.