

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA
FAKULTAS AGAMA ISLAM

FORMULIR PERSETUJUAN NASKAH PUBLIKASI

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Safaah Restuning, MA.EK
NIK : 19891221201604113059

adalah Dosen Pembimbing Skripsi dari mahasiswa :

Nama : Puteri Novia Azyari
NPM : 20120730335
Fakultas : Agama Islam
Program Studi : Ekonomi Syariah
Judul Naskah Ringkas : Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Menabung di Lembaga Keuangan Syariah dan konvensional (studi kasus di Desa Kriyanan, Kecamatan Wates, Kabupaten Kulonprogo)
Hasil Tes Turnitin* : 16% EXCLUDE MATCHES < 1%


Menyatakan bahwa naskah publikasi ini telah diperiksa dan dapat digunakan untuk memenuhi syarat tugas akhir.

Yogyakarta, 06 Juni 2018

Mengetahui,
Ketua Program Studi
Ekonomi Syariah

(
Dr. Maesyarah, M.A.)

Dosen Pembimbing Skripsi,

(
Safaah Restuning, MA.EK)

*Wajib menyertakan hasil tes Turnitin atas naskah publikasi.

FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT MASYARAKAT MENABUNG DI LEMBAGA KEUANGAN SYARIAH DAN KONVENSIONAL

(Studi Kasus di Desa Kriyanan Kecamatan Wates Kabupaten Kulonprogo)

THE AFFECTING FACTORS OF WILLINGNESS PEOPLE TO SAVING IN SHARIA FINANCIAL AND CONVENTIONAL FINANCIAL INSTITUTIONS

Puteri Noviea Azyari dan Safaah Restuning H, Lc.,SEI.,MA.Ek.

*Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Yogyakarta
Jl. Lingkar Selatan, Tamantirto, Kasihan Bantul, Yogyakarta 55183.*

Email: putri.noviea123@gmail.com
restuninghayati@yahoo.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi minat masyarakat menabung di lembaga keuangan syariah maupun konvensional dengan subyek penelitian ini masyarakat muslim di Desa Kriyanan dengan variabel penelitian ini adalah produk, harga, lokasi, promosi. Jenis penelitian ini adalah penelitian deskriptif kuantitatif dengan menggunakan data primer. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini berjumlah 100 responden yang dipilih dengan menggunakan metode purposive sampling. Alat analisis yang digunakan untuk mengelola data adalah regresi linear berganda menggunakan SPSS. Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan dari keempat variabel diatas maka dapat disimpulkan bahwa variabel produk dan lokasi memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat masyarakat menabung di LKS sedangkan variabel harga dan promosi tidak berpengaruh signifikan. Untuk LKK variabel produk, harga dan lokasi berpengaruh signifikan. Sedangkan variabel promosi tidak berpengaruh terhadap minat masyarakat menabung di LKK.

Kata Kunci: Minat Masyarakat, Menabung, Produk, Harga, Lokasi, Promosi

ABSTRACT

This study aims to analyze the influence of willing to save on sharia and conventional financial institutions with the subjects are the Muslim villagers of Kriyanan and the variables consist of product, price, location, promotion. The type of this research is quantitative descriptive by using primary data. The sample of the study amounted to 100 respondents and selected by using purposive sampling method. The analytical tool is multiple linear regression by using SPSS. According to the results of research has been done with the four variables. It can be concluded that the product and location variables have a significant effect on willingness people to saving in the LKS. While the price and the promotion variables have no significant effect. For LKK, product variables, prices, and locations have a significant effect. Meanwhile, the promotion variable does not affect the interest of the people to save in LKK.

Keywords: willingness, saving, product, price, location, Promotion

PENDAHULUAN

Semakin berkembangnya lembaga keuangan saat ini yang merupakan dampak dari pertumbuhan ekonomi di masyarakat sehingga mengakibatkan terjadinya persaingan yang sangat ketat di dalam lembaga keuangan untuk mendapatkan simpati masyarakat supaya menjadi nasabah dalam lembaga tersebut. Berbagai macam kemudahan dan produk-produk dikeluarkan untuk menarik minat masyarakat dalam mengambil keputusan untuk menjadi nasabah dalam lembaga keuangan tersebut, selain itu kualitas pelayanan dalam lembaga keuangan juga diutamakan demi kepuasan nasabah.

Lembaga keuangan dibagi menjadi dua macam yaitu lembaga keuangan syariah dan lembaga keuangan konvensional. Lembaga keuangan syariah dan lembaga keuangan konvensional mempunyai macam dan bentuk yang sama, yaitu lembaga keuangan syariah dan lembaga keuangan non syariah. Perbedaan antara keduanya adalah dalam hal yang prinsipal dan substansial, yakni prinsip syariah yang menjadi landasan lembaga keuangan atau perbankan syariah.

Perbedaan prinsip operasionalnya dalam lembaga keuangan dan perbankan syariah berdasarkan bagi hasil sedangkan pada lembaga keuangan konvensional berdasarkan bunga. Dengan kata lain lembaga keuangan syariah menganggap nasabahnya adalah sebagai mitra sedangkan pada lembaga keuangan konvensional adalah kreditur dan debitur.

Perbankan adalah satu lembaga yang melaksanakan tiga fungsi utama yaitu fungsi pengumpulan dana (*funding*), fungsi penyaluran dana (*lending*), dan pelayanan jasa (Muhammad, 2001:66). Seperti yang diketahui masyarakat di Indonesia yang sebagian besar muslim dihadapkan pada satu pilihan yaitu menyimpan dananya di bank syariah atau di bank konvensional. Sedangkan sudah diketahui bersama, lembaga keuangan konvensional menganut sistem bunga yang menurut sebagian ulama, sistem bunga adalah termasuk yang diharamkan karena bunga dikategorikan sebagai riba. Lembaga keuangan konvensional dengan sistem bunganya dalam beberapa hal terbukti gagal untuk membawa perekonomian Indonesia ke arah yang lebih baik. Hal ini dapat dilihat dari besarnya efek negatif yang ditimbulkan sistem bunga yang diterapkan dalam lembaga keuangan konvensional terhadap inflasi, investasi, produksi, pengangguran, dan kemiskinan hingga menghancurkan hampir semua aspek kehidupan dan sosial politik. Sedangkan pada lembaga keuangan syariah menggunakan sistem bagi hasil. *Retrun* yang diberikan kepada pemilik dana lebih tinggi dari pada bunga lembaga keuangan konvensional.

Lembaga keuangan di Indonesia berdiri karena keinginan masyarakat (terutama masyarakat yang menganut agama Islam) yang beranggapan bahwa bunga merupakan hal yang haram, hal ini lebih diperkuat lagi dengan pendapat para ulama di Indonesia yang diwakili oleh fatwa MUI yang intinya mengharamkan bunga bank, yang di dalamnya terdapat unsur-unsur riba apabila ada unsur yang ditambahkan, dan tambahan itu diisyaratkan dalam akad dan dapat menimbulkan adanya unsur pemerasan. Meskipun lembaga keuangan syariah di Indonesia didirikan atas keinginan masyarakat Indonesia yang mayoritas muslim, tetapi perkembangan lembaga keuangan syariah di Indonesia masih berjalan dengan lambat dan belum berkembang sebagaimana lembaga keuangan konvensional. Kemudharatan sistem bunga sehingga dikategorikan sebagai riba adalah, antara lain:

1. Mengakumulasi dana untuk kepentingan sendiri.
2. Terjadi kesenjangan yang tidak akan ada habisnya.
3. Menyalurkan dana hanya mereka yang mampu.
4. Penanggung terakhir adalah masyarakat
5. Bunga adalah konsep biaya yang digeserkan kepada pengguna berikutnya.

Setelah diberlakukannya Undang-Undang Nomor 21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah, maka perkembangan industri perbankan syariah nasional semakin memiliki landasan hukum yang memadai dan akan mendorong pertumbuhannya secara lebih cepat lagi. Melihat perkembangannya yang impresif, yang mencapai rata-rata pertumbuhan aset lebih dari 65% pertahun dalam lima tahun terakhir, maka diharapkan peran industri perbankan syariah dalam mendukung perekonomian nasional akan semakin signifikan.

Berdasarkan minat masyarakat dalam menabung di Lembaga Keuangan syariah, diharapkan manajemen perbankan dapat memahami perilaku konsumen dalam mengambil keputusan untuk minat menabung atau mengambil pendanaan di Lembaga Keuangan Syariah. Selain itu Lembaga Keuangan Syariah juga harus mengoptimalkan program sosialisasi supaya masyarakat tidak selalu beranggapan bahwa menabung di Lembaga Keuangan Syariah sama saja dengan menabung di Lembaga Keuangan Konvensional. Karena hingga saat ini masyarakat lebih familiar dengan Lembaga Keuangan Konvensional dibandingkan Lembaga Keuangan Syariah yang artinya sosialisasi yang dilakukan Lembaga Keuangan Syariah masih sangat kurang.

Menurut Kotler (1999:152) dalam memahami perilaku konsumen dan mengenal pelanggan tidak pernah sederhana. Pelanggan mungkin menyatakan kebutuhan dan keinginan

mereka namun bertindak sebaliknya. Seperti yang diketahui ada dua jenis nasabah yaitu pertama, nasabah yang bersifat emosional dan kedua nasabah yang bersifat rasional. Hal ini perlu diteliti lebih lanjut.

Studi penelitian ini memilih desa Kriyanan, Kelurahan Wates, Kabupaten Kulonprogo, Daerah Istimewa Yogyakarta. Pada desa kriyanan tersebut terdapat 06 RT dengan jumlah keseluruhan penduduk sebanyak 952 dengan bermacam-macam latar belakang dan pekerjaan. Beberapa pekerjaan masyarakat di desa tersebut diantaranya adalah wiraswasta.

Peneliti mengambil studi kasus di desa Kriyanan ini didasarkan atas beberapa faktor yang dilihat oleh penulis saat melakukan observasi, yaitu yang pertama di desa tersebut sebagian besar penduduknya adalah wiraswasta dan pedagang. Seorang wiraswasta atau pedagang pasti akan membutuhkan suatu lembaga keuangan untuk menyimpan hasil dari usahanya tersebut. Kedua, peneliti melihat bahwa di sekitar desa tersebut terdapat beberapa lembaga keuangan syariah. Akan tetapi peneliti melihat dalam lembaga keuangan syariah yang terdapat di sekitar masyarakat desa tersebut masih terlihat kurang peminatnya.

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian ini yaitu penelitian lapangan (*field research*) dengan menggunakan pendekatan kuantitatif deskriptif, yang dilakukan melalui pengamatan secara langsung dengan menggunakan data yang dikumpulkan dalam bentuk angket atau kuesioner yang diberikan kepada responden.

Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah dengan *purposive sampling*, yang dilakukan dengan cara mengambil subjek bukan didasarkan atas strata, random atau daerah tetapi didasarkan atas adanya tujuan tertentu. Teknik ini biasanya dilakukan karena beberapa pertimbangan, misalnya alasan keterbatasan waktu, tenaga dan dana sehingga tidak dapat mengambil sampel yang besar dan jauh.. Pengumpulan data dilakukan dengan teknik pengumpulan data primer dan data sekuknder. Data primer yang diperoleh dari observasi dan penyebaran kuesioner atau angket yang ditujukan kepada responden. Sedangkan data sekunder dapat diperoleh dari buku-buku literatur yang berkaitan dengan penelitian ini, jurnal, maupun artikel yang diperoleh dari *website*.

Metode dan Analisis Data

Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis kuantitatif deskriptif digunakan untuk menjelaskan karakteristik responden yang diambil dari pengisian kuesioner. Uji validitas digunakan untuk mengukur valid atau tidaknya suatu kuesioner, yaitu dengan membandingkan *corrected item-total correlation* dengan hasil rtabel, jika r hitung > rtabel dinyatakan valid (Ghozali,2011:53). Uji reliabilitas dengan indikator *cronbach's alpha* > 0,6, suatu variabel dikatakan reliabel jika nilai *cronbach's alpha* lebih besar dari 0,68. Uji Asumsi Klasik yang meliputi uji normalitas, multikolinieritas, dan heteroskedastisitas. Uji normalitas dalam penelitian ini menggunakan uji *Kolmogorov Smirnov* (K-S), jika nilai sig > 0,05 maka distribusi data bersifat normal. Uji multikolinieritas dapat dilihat dari *Variance Inflation Factor* (VIF) < 5 dan nilai *tolerance* > 0,1, maka dapat dikatakan bebas dari multikolinieritas. Uji heteroskedastisitas menggunakan metode korelasi *spearman's rho*, yaitu jika nilai signifikan lebih dari 0,05 maka dapat dikatakan bahwa tidak terjadi masalah pada heteroskedastisitas. Analisis regresi linier berganda, uji signifikansi parsial (uji t), dan uji signifikansi simultan (uji F).

Hasil Dan Pembahasan

Uji Kualitas Instrumen

Data Instrument yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuisisioner, yaitu daftar pertanyaan yang diberikan pada mahasiswa. Oleh karena itu langkah-langkah yang dilakukan sebelum melakukan regresi linier berganda, yaitu kuisisioner tersebut harus diuji validitas dan reabilitasnya terlebih dahulu.

Uji Validitas dan Reliabilitas pada LKS dan LKK

Berdasarkan keempat variabel independen dan satu variabel dependent yang telah diteliti, dan terdapat 19 indikator pertanyaan kuesioner dalam penelitian yang disebarkan kepada responden dan setelah melakukan uji validitas dari 19 pertanyaan tersebut dinyatakan valid, karena r hitung lebih besar dari pada r tabel. r tabel untuk LKS didapat sebesar 0,316 dan r tabel untuk LKK sebesar 0,213. Maka dapat disimpulkan bahwa semua item tersebut dinyatakan valid.

Sedangkan untuk hasil uji reliabilitas pada keempat variabel independen dan satu variabel dependen yang terdapat pada LKS dan LKK dinyatakan reliabel, karena nilai r tabel nya lebih besar dari pada nilai koefisien *cronbach's alpha* yaitu 0,6. Maka dapat disimpulkan

bahwa semua item tersebut dinyatakan reliabel karena suatu item pertanyaan dapat dikatakan reliabel jika nilai *cronbach's alpha* lebih dari 0,6.

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas LKS dan LKK

Hasil output data yang telah dilakukan oleh peneliti diperoleh hasil bahwa nilai signifikansi (Asymp.Sig 2-tailed) pada Lembaga Keuangan Syariah sebesar 0,785 dan untuk Lembaga Keuangan Konvensional sebesar 0,584. Karena nilai signifikan lebih dari 0,05, maka nilai residual terdistribusi dengan normal.

Uji Heteroskedastisitas

Hasil output data yang telah dilakukan oleh peneliti, menunjukkan bahwa hasil uji heteros pada semua variabel pada Lembaga Keuangan Syariah dan Lembaga Keuangan Konvensional dalam penelitian yang telah dilakukan mempunyai nilai signifikansi lebih dari 0,05. Sehingga dapat disimpulkan bahwa model regresi dalam penelitian ini tidak terjadi heteros.

Uji Multikolinearitas

Multikolinieritas artinya antar variabel independen yang terdapat pada model regresi memiliki hubungan yang sempurna atau mendekati sempurna (Priyatno, 2014: 99). Untuk menentukan terjadi atau tidaknya multikolinearitas pada suatu data dapat dilakukan dengan melihat nilai *tolerance* dan *inflation factor (VIF)* pada model regresi. Dari *output* data yang telah dilakukan oleh peneliti maka untuk uji multikolinearitas pada LKS di dapat hasil, variabel produk memiliki nilai *tolerance* 0,824 dan nilai VIF 1,214, variabel harga dengan nilai *tolerance* 0,940 dengan nilai VIF 1,064, variabel lokasi dengan nilai *tolerance* 0,828 dan nilai VIF 1,208, dan variabel promosi dengan nilai *tolerance* 0,950 dengan nilai VIF 1,052. Sedangkan untuk LKK variabel produk memiliki nilai *tolerance* 0,778 dengan nilai VIF 1,285, variabel harga dengan nilai *tolerance* 0,773 dengan nilai VIF 1,293, variabel lokasi dengan nilai *tolerance* 0,708 dengan nilai VIF 1,413 dan variabel promosi dengan nilai *tolerance* 0,795 dengan nilai VIF 1,259 maka dapat disimpulkan bahwa model regresi di atas bebas dari multikolinearitas karena nilai *tolerance* keseluruhan variabel lebih dari 0,1 dan VIF kurang dari 5.

Uji Regresi Linier Berganda

Uji Regresi Linier Berganda pada LKS Hasil Uji Regresi Linier Berganda pada LKK

Variabel	B
Constant	1.503
Produk	0,253
Harga	0,261
Lokasi	0,313
Promosi	0,216

Variabel	B
Constant	-0,126
Produk	0,350
Harga	0,443
Lokasi	0,335
Promosi	0,043

Sumber: Hasil Olah Data SPSS

$$Y1 = 1.503 + 0.253X1 + 0.261X2 + 0.313X3 + 0.216X4 + e$$

$$Y2 = -0,126 + 0,350X1 + 0,443X2 + 0,335X3 + 0,043X4 + e$$

- Constanta Y1 sebesar 1,503 berarti bahwa variabel produk, harga, lokasi, dan promosi, konstant atau sebesar 0, maka minat masyarakat menabung di lembaga keuangan syariah adalah sebesar 1.503. sedangkan constanta pada Y2 sebesar -0,126 berarti bahwa variabel produk, harga, lokasi dan promosi konstant atau sebesar 0, maka minat masyarakat menabung di lembaga keuangan adalah sebesar -0,126.
- Produk = 0,253 apabila produk mengalami peningkatan 1 satuan sedangkan variabel produk, harga, lokasi, promosi konstant atau sebesar 0, maka minat akan mengalami peningkatan sebesar 0,253. Sedangkan variabel produk pada Y2 sebesar 0,350 berarti bahwa variabel price, place dan promosi konstant atau sebesar 0, maka minat masyarakat menabung di lembaga keuangan adalah sebesar 0,350.
- harga = 0,261 apabila harga mengalami peningkatan 1 satuan sedangkan variabel produk, lokasi, promosi konstant atau sebesar 0, maka minat akan mengalami peningkatan sebesar 0,261. Sedangkan variabel harga pada Y2 sebesar 0,443 berarti bahwa variabel produk, lokasi dan promosi konstant atau sebesar 0, maka minat masyarakat menabung di lembaga keuangan adalah sebesar 0,443
- lokasi = 0,313 apabila lokasi mengalami peningkatan 1 satuan sedangkan produk, harga, promosi konstant atau sebesar 0, maka minat akan mengalami

peningkatan sebesar 0,313. Sedangkan variabel lokasi pada Y2 sebesar 0,335 berarti bahwa variabel produk, harga dan promosi konstant atau sebesar 0, maka minat masyarakat menabung di lembaga keuangan adalah sebesar 0,335

- e. Promosi = 0,216 apabila promosi mengalami peningkatan 1 satuan sedangkan produk, harga, lokasi konstant atau sebesar 0, maka minat akan mengalami peningkatan sebesar 0,216. Sedangkan variabel promosi pada Y2 sebesar 0,043 berarti bahwa variabel produk, harga, lokasi konstant atau sebesar 0, maka minat masyarakat menabung di lembaga keuangan adalah sebesar 0,043

Uji Hipotesis

Uji t

Hasil Uji t pada LKS

Variabel	T	Sig
Produk	2.312	0.027
Harga	1.673	0.104
Lokasi	2.224	0.033
Promosi	1.219	0.231

Hasil Uji t pada LKK

Variabel	T	Sig
Produk	3.463	0.001
Harga	3.700	0.000
Lokasi	3.038	0.004
Promosi	0.303	0.763

Sumber: hasil olah data SPSS

1. Variabel produk

Berdasarkan tabel 4.27 di atas nilai t hitung sebesar 2.312 dengan nilai signifikansi sebesar 0.027. Karena nilai nilai t hitung lebih besar dari pada t tabel yaitu $2.312 > 2.032$ dan nilai signifikansi kurang dari 0.05 maka variabel produk berpengaruh signifikan terhadap minat masyarakat menabung di LKS. Sedangkan pada tabel 4.28 untuk LKK nilai t hitung sebesar 3.463 dengan nilai signifikansi 0.001. Karena nilai t hitung lebih besar dari t tabel yaitu $3.463 > 2.003$ dan nilai signifikansi kurang dari 0.05 maka variabel produk berpengaruh signifikan terhadap minat masyarakat menabung di LKK.

2. Variabel Harga

Berdasarkan tabel 4.27 di atas nilai t hitung sebesar 1.673 dengan signifikansi sebesar 0.104. Karena nilai t hitung lebih kecil dari t tabel yaitu $1.673 < 2.032$ dan nilai signifikansi lebih dari 0.05 maka variabel harga tidak berpengaruh terhadap minat

masyarakat menabung di lembaga keuangan syariah. Sedangkan pada tabel 4.28 untuk LKK nilai t hitung sebesar 3.700 dengan signifikansi sebesar 0.000, Karena nilai t hitung lebih besar dari t tabel yaitu $3.700 > 2.003$ dan nilai signifikansi kurang dari 0.05, maka variabel harga berpengaruh terhadap minat masyarakat menabung di LKK.

3. Variabel Lokasi

Berdasarkan tabel 4.27 diatas nilai t hitung sebesar 2.224 dengan signifikansi sebesar 0.333. Karena nilai t hitung lebih besar dari t tabel yaitu $2.224 < 2.032$ dan nilai signifikansi lebih dari 0.05 maka variabel lokasi berpengaruh terhadap minat masyarakat menabung di lembaga keuangan syariah. Sedangkan pada tabel 4.28 untuk LKK nilai t hitung sebesar 3.038 dengan signifikansi sebesar 0.004. Karena nilai t hitung lebih besar dari t tabel yaitu $3.038 > 2.003$ dan nilai signifikansi kurang dari 0.05, maka variabel lokasi berpengaruh terhadap minat masyarakat menabung di LKK.

4. Variabel Promosi

Berdasarkan tabel 4.27 diatas nilai t hitung sebesar 1.219 dengan signifikansi sebesar 0.231. Karena nilai t hitung lebih kecil dari t tabel yaitu $1.219 < 2.032$ dan nilai signifikansi lebih besar dari 0.05 maka variabel promosi tidak berpengaruh terhadap minat masyarakat menabung di lembaga keuangan syariah. Sedangkan pada tabel 4.28 untuk LKK nilai t hitung sebesar 0.303 dengan signifikansi sebesar 0.763. Karena nilai t hitung lebih kecil dari t tabel yaitu $0.303 < 2.003$ dan nilai signifikansi lebih besar dari 0.05, maka variabel promosi tidak berpengaruh terhadap minat masyarakat menabung di LKK.

Uji F

Hasil Uji F pada LKS

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig
Regression	46.078	4	11.520	6.497	.001
Residual	60.281	34	1.773		
Total	106.359	38			

Hasil Uji F pada LKK

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig
Regression	101.587	4	25.397	18.913	.000
Residual	75.199	58	1.343		
Total	176.787	60			

Sumber: Hasil Olah Data SPSS

Berdasarkan pada tabel hasil uji F pada LKS di atas nilai f hitung sebesar 6.497 dengan signifikansi sebesar 0.001. Karena f hitung lebih besar dari f tabel yaitu $6.497 > 2.65$ maka variabel produk, harga, lokasi dan promosi secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap minat masyarakat menabung di lembaga keuangan syariah. Begitu pula pada tabel

hasil uji F pada LKK diatas , dengan nilai f hitung sebesar 18.913 dengan signifikansi sebesar 0.000. Karena f hitung lebih besar dari f tabel yaitu $18.913 > 2.54$ maka variabel produk, harga, lokasi, dan promosi secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap minat masyarakat menabung di lembaga keuangan konvensional.

Uji Determinasi

Hasil Uji Koefisien Determinasi pada LKS

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.658	.433	.367	1.332

Hasil Uji Determinasi pada LKK

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.758	.575	.544	1.159

Sumber: Hasil Olah Data SPSS

Jadi sebesar 0.367 atau 36,7% variabel independen mempengaruhi variabel dependen. Sedangkan sisanya sebesar 63.3% dipengaruhi oleh faktor lain. Kemudian untuk yang LKK sebesar 0,544 atau 54.4% variabel independen mempengaruhi variabel dependen. Sedangkan untuk sisanya yaitu sebesar 45.5% dipengaruhi oleh faktor lain.

PEMBAHASAN

1. Pengaruh Faktor Produk dalam Menentukan Minat Masyarakat untuk Menabung di LKS maupun LKK

Dalam penelitian ini diketahui bahwa faktor produk berpengaruh dalam menentukan minat masyarakat untuk menabung di LKS maupun LKK. Hal ini dapat dilihat dari hasil pengujian hipotesis (pada tabel 4.27 dan tabel 4.28) menunjukkan bahwa pada Y1 nilai t_{hitung} yaitu sebesar 2,312 dengan nilai signifikansi sebesar 0,027. Berarti nilai t hitung lebih besar dr pada t tabel yaitu $2.312 > 2.032$ dan nilai signifikansi ($0,027 > 0,05$). Sedangkan pada Y2, nilai t_{hitung} yaitu sebesar 3.463 dengan nilai signifikansi sebesar 0,001. Berarti nilai t hitung lebih besar dari t tabel yaitu $3.463 > 2.00$ dan nilai signifikansi ($0,001 > 0,05$). Dengan demikian dapat dikatakan bahwa faktor produk berpengaruh signifikan dalam menentukan minat masyarakat untuk menabung di LKS maupun LKK.

Hasil yang diperoleh di lapangan juga membuktikan bahwa produk berpengaruh terhadap minat masyarakat menabung di LKS maupun LKK. Hal ini didasarkan pada Oleh sebab itu, produk menjadi salah satu faktor utama masyarakat dalam memilih LKS maupun LKK.

2. Pengaruh Faktor Price dalam Menentukan Minat Masyarakat untuk menabung di LKS maupun LKK

Dalam penelitian ini ditemukan bahwa faktor price tidak berpengaruh dalam menentukan minat masyarakat untuk menabung di LKS. Akan tetapi, faktor pelayanan berpengaruh dalam menentukan minat masyarakat untuk menabung di LKK. Hal ini dapat dilihat dari hasil pengujian hipotesis (pada tabel 4.27 dan tabel 4.28) menunjukkan bahwa pada Y1, nilai t_{hitung} yaitu sebesar 1.673 dengan nilai signifikansi sebesar 0,104. Berarti nilai t hitung lebih kecil dari t tabel yaitu $1.673 < 2.032$ dan nilai signifikansi lebih dari 0,05 ($0,104 > 0,05$). Sedangkan pada Y2, nilai t_{hitung} yaitu sebesar 3.700 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000. Berarti nilai t hitung lebih besar dari t tabel yaitu $3.700 > 2.003$ dan nilai signifikansi kurang dari 0,05 ($0,000 < 0,05$).

Dengan demikian dapat dikatakan bahwa faktor price tidak berpengaruh signifikan dalam menentukan minat masyarakat menabung di LKS. Akan tetapi, faktor pelayanan berpengaruh signifikan dalam menentukan minat masyarakat menabung di LKK.

3. Pengaruh Faktor Lokasi dalam Menentukan Minat Menabung di LKS maupun LKK

Dalam penelitian ini diketahui bahwa faktor lokasi t berpengaruh dalam menentukan minat masyarakat untuk menabung di LKS maupun LKK. Hal ini dapat dilihat dari hasil pengujian hipotesis (pada tabel 4.27 dan tabel 4.28) menunjukkan bahwa pada Y1 nilai t_{hitung} yaitu sebesar 2.224 dengan nilai signifikansi sebesar 0,033. Berarti nilai t hitung lebih besar dari t tabel yaitu $2.224 < 2.032$ dan nilai signifikansi lebih dari 0,05 ($0,033 > 0,05$). Sedangkan pada Y2, nilai t_{hitung} yaitu sebesar 3.038 dengan nilai signifikansi sebesar 0,004. Berarti nilai t hitung lebih besar dari t tabel yaitu $3.038 > 2.003$ dan nilai signifikansi lebih dari 0,05 ($0.004 > 0,05$). Dengan demikian dapat dikatakan bahwa faktor lokasi berpengaruh signifikan dalam menentukan minat masyarakat menabung di LKS maupun LKK.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Detha A Fajri, dkk (2013) yang menyatakan bahwa lokasi tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap proses keputusan menabung pada Bank Muamalat. Selain itu, penelitian ini juga mendukung teori yang dikemukakan oleh Herry Sutanto dan Khaerul Umam (2013) bahwa penetrasi pasar perbankan syariah tidak akan berhasil tanpa didukung oleh tempat atau saluran distribusi yang baik pula, untuk menjual jasa yang ditawarkan kepada konsumen.

Hasil yang diperoleh di lapangan juga membuktikan bahwa lokasi berpengaruh terhadap minat masyarakat pedagang pasar untuk menabung di LKS maupun LKK.

4. Pengaruh Faktor Promosi dalam Menentukan Minat Masyarakat untuk Menabung di LKS maupun LKK

Dalam penelitian ini diketahui bahwa faktor promosi tidak berpengaruh dalam menentukan minat masyarakat untuk menabung di LKS maupun LKK. Hal ini dapat dilihat dari hasil pengujian hipotesis (pada tabel 4.27 dan tabel 4.28) menunjukkan bahwa pada Y1 nilai t_{hitung} yaitu sebesar 1.219 dengan nilai signifikansi sebesar 0,231. Berarti nilai t_{hitung} lebih kecil dari t tabel yaitu $1.219 < 2.032$ dan nilai signifikansi lebih dari 0,05 ($0,231 > 0,05$). Sedangkan pada Y2, nilai t_{hitung} yaitu sebesar 0.303 dengan nilai signifikansi sebesar 0,763. Berarti nilai t hitung lebih kecil dari t tabel yaitu $0.303 < 2.003$ dan nilai signifikansi kurang dari 0,05 ($0,763 > 0,05$). Dengan demikian dapat dikatakan bahwa faktor promosi tidak berpengaruh signifikan dalam menentukan minat masyarakat yaitu untuk menabung di LKS maupun LKK.

Hasil yang diperoleh di lapangan juga membuktikan bahwa promosi tidak berpengaruh dalam menentukan minat masyarakat untuk menabung. Karena lembaga keuangan syariah maupun konvensional kurang dalam melakukan promosi. Mereka hanya melakukan promosi menggunakan brosur saja.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang telah diuraikan sebelumnya, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa minat masyarakat Desa Kriyanan lebih cenderung untuk menabung dan menjadi nasabah/anggota LKK dibandingkan LKS, yaitu dari 100 responden, sebesar 39% memutuskan untuk menggunakan LKS dan 61% menggunakan LKK. Di samping itu juga ada beberapa faktor yang berpengaruh dalam menentukan minat pedagang pasar untuk mengakses di LKK tersebut, yaitu sebagai berikut:

1. Faktor-faktor yang mempengaruhi minat masyarakat memutuskan menabung di lembaga keuangan syariah dan konvensional

Variabel produk dan lokasi, karena masyarakat menilai bahwa produk lembaga keuangan syariah sesuai dengan prinsip syariah, masyarakat percaya bahwa bunga bank riba dan tidak diperbolehkan dalam Islam. Untuk faktor lokasi lembaga keuangan syariah mudah dijangkau oleh masyarakat.

Sedangkan untuk faktor promosi dan harga tidak berpengaruh terhadap minat masyarakat karena lembaga keuangan syariah di nilai kurang dalam hal promosi dan

untuk harga sendiri masyarakat kurang memahami sistem bagi hasil pada lembaga keuangan itu sendiri.

Sedangkan faktor-faktor yang mempengaruhi minat masyarakat memutuskan menabung di lembaga keuangan konvensional adalah produk, harga, dan lokasi. Karena masyarakat percaya produk yang ditawarkan oleh lembaga keuangan konvensional lebih terjamin dan aman, dan untuk biaya administrasi yang ditanyakan oleh lembaga keuangan konvensional tidak memberatkan nasabahnya. Lokasi lembaga keuangan konvensional juga terjangkau oleh masyarakat.

Sedangkan untuk promosi tidak berpengaruh terhadap minat masyarakat menabung di karenakan lembaga keuangan konvensional kurang inovatif dalam melakukan promosi mereka hanya melakukan promosi melalui brosur saja.

2. Faktor-faktor yang dominan mempengaruhi minat masyarakat memutuskan masyarakat menabung di lembaga keuangan syariah dan konvensional

Faktor yang dominan mempengaruhi masyarakat memutuskan untuk menabung di lembaga keuangan syariah maupun konvensional adalah faktor lokasi/place karena lokasi pada lembaga keuangan syariah maupun konvensional di sekitar desa Kriyanan sangatlah strategis. Selain itu juga mudah dijangkau oleh masyarakat sekitar. Masyarakat tidak perlu bersusah payah untuk mencari mencari lembaga keuangan tersebut dan juga tidak perlu untuk berganti-ganti angkutan umum.

Saran

Berdasarkan penelitian di atas, maka perlu dilakukan penyempurnaan terhadap penelitian yang dilakukan. Adapun saran untuk peneliti selanjutnya adalah sebagai berikut:

1. Bagi peneliti selanjutnya

Disarankan untuk menggunakan populasi di beberapa desa atau di kecamatan, agar dapat membandingkan bagaimana hasil yang diperoleh dari desa atau kecamatan lainnya. Serta diharapkan bagi peneliti selanjutnya dapat menambahkan variabel lain yang bisa mempengaruhi minat masyarakat untuk mengakses.

2. Bagi Lembaga Keuangan

Berdasarkan hasil penelitian ini diharapkan manajemen lembaga keuangan melakukan promosi melalui media elektronik dan lebih memperbanyak kegiatan sponsorship. Tidak hanya melakukan promosi melalui brosur. Dan juga lebih memperhatikan produk yang ditawarkan kepada masyarakat.

DAFTAR PUSTAKA

A. Buku

- Antonio, M. Syafi'i. 2001. Bank Syariah dari Teori ke Praktek, Jakarta: Gema Insani Press
- Arikunto, Suharsimi. 2010. Prosedur Penelitian, Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- Ghozali, I., (2011), Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Spss, Badan Penerbit Undip, Semarang.
- Ismail. 2011. Perbankan Syariah. Jakarta: Karisma Putra Utama.
- Kasmir. 2010. Pemasaran Bank. Jakarta: Kencana.
- Kuncoro, Mudrajat. 2004. Metode Kuantitatif Teori dan Aplikasi untuk Bisnis dan Ekonomi. Yogyakarta: YKPN.
- Rianto, Nur. 2010. Dasar-dasar Pemasaran Bank Syariah. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2013. Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D). Bandung: Alfabeta.
- Swasta Basu & Irwan. (2008), *Manajemen Pemasaran Moderent, edisi ke-8*. Jakarta, Pustaka Belajar.

B. Jurnal

- Astuti, Tri. 2013. "Pengaruh Persepsi Nasabah tentang Tingkat Suku Bunga, Promosi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Menabung Nasabah (Studi Kasus di BRI Cabang Sleman)". Jurnal Nominal, Volume 2 Nomor 1.
- Cahyani, Asih F., Saryadi dan Sendhang Nurseto. 2013. "Pengaruh Persepsi Bunga Bank dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Menabung Pada Bank BNI Syariah di Kota

Semarang”. Diponegoro Journal Of Social and Politic, <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/>

Fajri, Detha A., Zainul Arifin dan Wilopo. 2013. “Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa Terhadap Keputusan Menabung (Survei pada Nasabah Bank Muamalat Cabang Malang)”. Jurnal Administrasi Bisnis (JAB), Vol. 6 No 2.

Qomariah, Nurul. 2011. “Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Konsumen Menabung di Bank Syariah (Studi Kasus pada Bank Syariah Mandiri Cabang Jember)”. JEAM Vol X No. 1.

Ranto, Monang. 2013. “Analisis Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Menabung di Bank BCA Kota Medan (Studi Kasus Etnis Cina)”. Jurnal Ekonomi dan Keuangan Vol. 1, No. 3.

Rouf, Abdul. 2011. “Analisis Fakkor-faktor yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Membayar Zakat di Rumah Zakat Cabang Semarang”. Skripsi Fakultas Syariah.

MR, Silvia. 2015. “Pengaruh Persepsi Mahasiswa Tentang Bank Syariah Terhadap Minat Menabung di Perbankan Syariah (Studi Kasus Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Angkatan 2011 dan 2012 FKIP Universitas Jember)”, Jurnal Pendidikan Ekonomi, Edisi XI No. 1.

Pertiwi, D., & Ritonga, H. D. (2012).” Analisis Minat Menabung Masyarakat Pada Bank Muamalat di Kota Kisaran,” *Ekonomi dan Keuangan,*

Tyas, R. R. (n.d.). *pengaruh lokasi dan kualitas pelayanan terhadap keputusan nasabah untuk menabung di BMT sumber mulia tuntang.* Salatiga: STASIN.

Yuliati. 2017. “Pengaruh Periklanan, Kualitas Pelayanan, Jaminan Rasa Aman, dan Hubungan Masyarakat Terhadap Minat Menabung pada Nasabah BMT Al Ikhwan Kantor Cabang Condong Catur”. Jurnal Manajemen Vol 7, No 1.

Sumarno, Djoko. 2013. Perbedaan Bank Umum dan Bank Syariah. Tercantum dalam <http://www.spocjournal.com/hukum/424-perbedaan-bank-umum-dan-bank-syariah.html>.



PERPUSTAKAN
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA (UMY)
Terakreditasi "A" (Perpustakaan Nasional RI No : 29/1/ee/XII.2014)

Perpustakaan Universitas Muhammadiyah Yogyakarta menyatakan bahwa skripsi atas nama :

Nama : Puteri Noviea Azyari
Prodi/Fakultas : Ekonomi Syariah/Fakultas Agama Islam
NIM : 20130730335
Judul : Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Menabung di
Lembaga Keuangan Syariah dan konvensional (Studi Kasus di Desa
Kriyanan Kecamatan Wates Kabupaten Kulonprogo)
Dosen Pembimbing : Safaah Restuning Hayati, Lc., S.E.I., MA.Ek

Telah dilakukan tes Turnitin dengan indeks similaritasnya sebesar : 16% EXCLUDE
MATCHES < 1 %

Semoga surat keterangan ini dapat digunakan sebagaimana mestinya.

Yogyakarta, 2018-06-07
Pustakawan

M. Jubaidi, SIP.