

Pengaruh Religiusitas, Budaya, Pengetahuan Terhadap Minat Masyarakat Menabung di Koperasi Syariah

Suprihati^{1*}, Sumadi², Muhammad Tho'in³

^{1,2,3}Institut Teknologi Bisnis AAS Indonesia

*Email korespondensi: suprihati4566@gmail.com

Abstract

The purpose of this study was to determine the influence of cultural religiosity and knowledge on public interest in Islamic cooperatives. Methods of data study through direct observation with questionnaires, interviews with people who save at the Bina Insan Mandiri Sharia Cooperative as the population and the sample. This study uses multiple linear regression with classical assumption and hypothesis testing. The results of this study found that religiosity has no significant effect on people's interest in saving in Islamic cooperatives, culture has a significant effect on people's interest in saving in Islamic cooperatives. knowledge does not have a significant effect on people's interest in saving in Islamic cooperatives. Simultaneously there is an influence between religiosity, culture and knowledge on people's interest in saving in Islamic cooperatives.

Keywords : *religiosity, culture, knowled, interest in saving*

Abstrak

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh religiusitas budaya dan pengetahuan terhadap minat masyarakat menabung di Koperasi Syariah. Metode pengumpulan data melalui observasi langsung dengan menyebarkan kuesioner, wawancara dengan masyarakat yang menabung di Koperasi Syariah Bina Insan Mandiri sebagai populasi dan sampelnya. Penelitian ini menggunakan uji regresi linier berganda dengan uji asumsi klasik dan uji hipotesis. Hasil penelitian ini menemukan bahwa religiusitas tidak berpengaruh signifikan terhadap minat masyarakat untuk menabung di koperasi syariah, budaya berpengaruh signifikan terhadap minat masyarakat untuk menabung di koperasi syariah. pengetahuan tidak berpengaruh signifikan terhadap minat masyarakat untuk menabung di koperasi syariah. Secara simultan terdapat pengaruh antara religiusitas, budaya dan pengetahuan terhadap minat masyarakat untuk menabung di koperasi syariah.

Kata kunci: religiusitas, budaya, pengetahuan, minat menabung

Saran sitasi: Suprihati., Sumadi., & Tho'in, M. (2021). Pengaruh Religiusitas, Budaya, Pengetahuan Terhadap Minat Masyarakat Menabung di Koperasi Syariah. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 7(01), 443-450. doi:<http://dx.doi.org/10.29040/jiei.v7i1.1627>

DOI: <http://dx.doi.org/10.29040/jiei.v7i1.1627>

1. PENDAHULUAN

Kementerian Koperasi dan UKM menyatakan bahwa jumlah Koperasi Syariah di Indonesia hingga akhir tahun 2019 adalah 4.046 Koperasi. Koperasi syariah juga mengalami perkembangan di Kabupaten Karanganyar menurut data jumlah Koperasi syariah hingga pada tahun 2019 di Kabupaten Karanganyar adalah 37 Koperasi (www.nik.depkop.go.id). Perkembangan Koperasi syariah ini dipengaruhi dari minat masyarakat yang menabung di Koperasi Syariah semakin banyak.

Faktor yang mempengaruhi minat masyarakat untuk menabung di lembaga keuangan syariah khususnya koperasi syariah yaitu Pelayanan, Bagi Hasil, Keyakinan atau Religiusitas, dan Lokasi (Muhammad: 2014). Dari beberapa faktor, faktor religiusitas sangat berkaitan erat dengan minat menabung masyarakat di koperasi syariah karena tingkat religiusitas yang berbeda antar individu satu dengan individu yang lain.

Lembaga keuangan syariah khususnya koperasi syariah muncul karena ada dorongan dari religiusitas

masyarakat baik secara tekstual maupun historis (Antonio: 1999). Maka religiusitas bisa dikatakan memiliki peran yang besar untuk mempengaruhi masyarakat menabung di koperasi syariah.

Religiusitas memiliki artian sebagai bentuk pengabdian seseorang terhadap agama yang dianutnya. Menurut Glock & Stark dalam Ancok (2011), terdapat lima dimensi dalam religiusitas yaitu dimensi ideologis, ritualistik, eksperensial, intelektual, dan konsekuensi. Kelima dimensi tersebut untuk mengukur tingkat religiusitas seseorang yang mana setiap orang memiliki tingkat religiusitas yang berbeda beda. Hal tersebut lah yang menjadi faktor sedikitnya jumlah nasabah yang menabung di Koperasi Syariah dibandingkan dengan Koperasi konvensional yang mana seharusnya dengan masyarakat mayoritas beragama Islam membuat jumlah nasabah di Koperasi Syariah lebih tinggi daripada jumlah nasabah di Koperasi konvensional

Minat menabung bisa diasumsikan sebagai rasa keinginan yang muncul sebagai respon ketertarikan terhadap objek (Kotler, 2005). Selain dari religiusitas perilaku konsumen juga dipengaruhi oleh faktor dalam diri seseorang seperti usia, siklus kehidupan, gaya hidup dan pendapatan seseorang (Kotler, 2009). Selain faktor dari diri sendiri, lingkungan sosial juga mempengaruhi minat seseorang dalam menabung di Koperasi Syariah.

Pengetahuan religiusitas dan budaya menjadi peran penting dalam menentukan minat masyarakat untuk menabung di Koperasi syariah. Budaya memiliki acuan pada nilai, gagasan, simbol dan artefak. Hal ini, bermakna bahwa budaya membantu nasabah dalam berkomunikasi terhadap sesama, melakukan penafsiran serta evaluasi sebagai anggota masyarakat (Andespa, 2017)

Hasil observasi awal yang dilakukan oleh peneliti dengan melakukan wawancara singkat terhadap beberapa nasabah Koperasi Simpan Pinjam Pembiayaan Syariah Bina Insan Mandiri cabang Sroyo bahwa ada banyak faktor yang melatar belakangi nasabah untuk menabung di KSPPS Bina Insan Mandiri cabang Sroyo salah satunya adalah pengetahuan terhadap koperasi syariah. Pengetahuan nasabah terhadap koperasi syariah bisa menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi meningkatnya jumlah nasabah KSPPS Bina Insan Mandiri cabang Sroyo yang saat ini berjumlah 1452 nasabah.

Selain dari faktor pengetahuan, penulis ingin melihat faktor lain yang mempengaruhi minat nasabah

dalam menabung di KSPPS Bina Insan Mandiri cabang Sroyo. Dengan rumusan masalah sebagai berikut (1) Apakah pengaruh pengetahuan, religiusitas, dan budaya secara bersama-sama terhadap minat menabung di Koperasi Syariah. (2) Apakah pengaruh religiusitas terhadap minat menabung di Koperasi Syariah. (3) Apakah pengaruh budaya terhadap minat menabung di Koperasi Syariah. (4) Apakah pengaruh pengetahuan terhadap minat menabung di Koperasi Syariah.

Religiusitas untuk umat manusia khususnya untuk warga Indonesia merupakan salah satu unsur pokok yang sangat penting bagi kehidupan sehari-hari. Bahkan dari hasil survei yang dilakukan oleh Laura dan Hugh pada tahun 2010 menghasilkan bahwa Indonesia memiliki nilai religiusitas yang paling tinggi daripada negara-negara lainnya (Nasikhah, 2013).

Religiusitas memang diakui sangat kuat dalam mempengaruhi kehidupan setiap individu manusia, namun sebagian juga ada yang menganggapnya sebagai pembahasan topik yang aneh dan memalukan untuk dibicarakan ataupun diteliti. Sedangkan tokoh-tokoh yang mulai membahas perilaku religiusitas baru muncul sekitar abad 20-an, seperti William James pada tahun 1902 yang mengemukakan perhatian terhadap pengalaman religius setiap individu manusia.

Menurut Glock & Stark (1965) religiusitas memiliki arti sebagai berkembangnya konsep spriritualitas dalam sebuah kajian psikologi suatu agama. Koenig dan Larson (2001) yang telah melakukan observasi terhadap konsep religiusitas menemukan bahwa hasil dalam 80% observasi yang telah dikaji didapati suatu kebenaran bahwa keyakinan dan praktik dalam beragama (sebutan untuk religiusitas) berhubungan dengan semakin meningkatnya kepuasan hidup, kebahagiaan, efek positif, dan juga meningkatnya moral (Fridayanti, 2015).

Rasa percaya terhadap religiusitas yang sangat tinggi maka akan memiliki tingkat kepuasan hidup yang lebih tinggi, tingkat kebahagiaan yang tinggi, jika dibandingkan dengan manusia yang tidak memiliki tingkat rasa percaya terhadap religiusitas yang tinggi (Amawidayati, 2006).

Pengaruh religiusitas konsumen terhadap minat menabung di koperasi syariah, yang tepatnya ada di Kantor Cabang Bina Insan Mandiri Karanganyar.

Budaya diartikan dari bahasa Sanskerta “*buddhayah*”. Yang berarti bentuk jamak dari kata *buddhi* yang berarti budi atau akal. Ada juga pendapat lainnya mengemukakan bahwa budaya adalah sebagai suatu perkembangan dari kata majemuk budi daya, yang berarti daya dari budi. Sedangkan budaya menurut Ki Hajar Dewantara manusia yang membudaya berarti memiliki arti kebahagiaan dan keselamatan setiap individu manusia dalam hidup perjuangannya (Maryamah, 2016).

Menurut Koentjaningrat, pengertian budaya adalah gabungan keseluruhan sistem gagasan, tindakan, dan juga hasil karya dari seseorang dalam rangka untuk kehidupan masyarakat yang dijadikan milik dari seseorang dengan cara belajar (Suhendroyono, 2016).

Unsur yang membentuk budaya adalah sistem agama, politik, adat istiadat, bahasa, perkakas, pakaian, bangunan, dan juga termasuk karya seni. Teori yang dikemukakan oleh E.B. Taylor budaya adalah merupakan suatu gabungan kompleks yang didalamnya meliputi pengetahuan, kepercayaan, seni, kesusilaan, hukum, adat istiadat, dan juga serta kesanggupan dan kebiasaan lainnya yang diperoleh atau dipelajari seseorang sebagai anggota masyarakat.

Berdasarkan dari pendapat para ahli diatas, dapat ditarik kesimpulan bahwa budaya adalah sesuatu yang akan mempengaruhi tingkat untuk pengetahuan yang diantaranya ada sistem ide atau gagasan yang terdapat dalam pikiran seseorang di kehidupan sehari-hari dan sifatnya abstrak (Ekawati, 2015).

Kotler (2005) budaya merupakan kultur yang akan membentuk perspektif dari seseorang untuk mengambil suatu keputusan. Dan juga adapun faktor budaya yang memiliki dampak pengaruh yang luas terhadap suatu sistem pembelian, faktor budaya yang dimaksud adalah: budaya, sub-budaya, dan kelas sosial (Gultom, 2018).

Pengaruh budaya konsumen terhadap minat menabung di koperasi syariah Cabang Bina Insan Mandiri Karanganyar. Hal tersebut juga berpedoman pada beberapa indikator mengenai budaya.

Pengetahuan memiliki arti sebagai segala sesuatu apa yang diketahui oleh manusia atau seseorang tentang suatu objek tertentu termasuk didalamnya tentang ilmu yang akan menambah keterbentukan mentalnya baik secara langsung maupun secara tidak langsung (Sakti, 2011). Pengetahuan juga dapat diartikan sebagai hasil dari suatu proses suatu

tindakan seseorang atau manusia yang melibatkan keseluruhan keyakinan yang berupa kesadaran dalam menghadapi suatu objek yang dikenal, atau dapat dikatakan pengetahuan adalah berbagai gejala-gejala yang dijumpai dan didapatkan seseorang atau manusia dengan melalui pengamatan akal (Darmawan, 2016). Pengetahuan yang telah diperoleh nantinya akan menjadi suatu bentuk informasi yang telah diterima oleh alat panca indera manusia, dan kemudian informasi yang telah diperoleh tersebut akan dikembangkan dengan kemampuan bahasa setiap pemikiran manusia atau seseorang (Darmawan, 2016).

Informasi atau ilmu yang diketahui oleh seseorang atau anggota koperasi (konsumen) berpengaruh atau tidaknya terhadap suatu objek atau suatu hal, pengaruh pengetahuan konsumen terhadap minat menabung di koperasi syariah, Cabang Bina Insan Mandiri Karanganyar. Hal tersebut juga berpedoman pada beberapa indikator mengenai pengetahuan.

Minat adalah kecenderungan dalam diri seseorang untuk tertarik kepada suatu hal atau objek. Sedangkan menurut Crow and Crow minat memiliki arti sebagai pendorong yang menyebabkan seseorang untuk memberi perhatian terhadap seseorang lainnya, sesuatu, dan juga bisa terhadap suatu aktivitas-aktivitas tertentu (Handayani, 2016).

Menurut Decroly (dikasih tahun) mengemukakan bahwa minat memiliki arti sebagai pernyataan suatu kebutuhan yang tidak terpenuhi. Kebutuhan tersebut muncul karena dari dorongan ingin memberikan kepuasan terhadap suatu insting. Minat tersebut tidak hanya timbul dari sumber saja, namun juga seseorang dapat memperoleh suatu minat dari sumber-sumber lainnya. Seperti misalnya, suatu kebiasaan yang dikerjakan dan pendidikan yang didapatkan, adanya pengaruh sosial dan lingkungan, dan juga insting atau keinginan dari seseorang tersebut.

Minat juga akan terlihat dengan sangat baik jika seseorang tersebut dapat menemukan suatu objek yang disukainya dengan tepat dan juga berhubungan langsung dengan keinginan tersebut. Suatu minat juga harus memiliki objek yang jelas agar nantinya mempermudah kemana tujuan arahnya seseorang harus bersikap dan tetap menuju objek yang tepat (Suwarso, 2018).

Menabung memiliki pengertian sebagai kegiatan dalam menyimpan dana. Disaat konsumen akan mengambil keputusan untuk menabung, konsumen tersebut akan menggunakan berbagai informasi untuk

mengambil keputusannya untuk menabung. Karena hal itu, respon afektif internal dan juga perilakunya sendiri memuat informasi yang dapat mempengaruhi pengambilan keputusan konsumen untuk menabung.

Proses pengambilan keputusan untuk menabung menurut Kotler (2008), ada 5 tahap yang harus dilalui dalam pengambilan keputusan konsumen untuk menabung, yaitu: pengenalan masalah, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian, dan perilaku setelah pembelian. Proses keputusan konsumen tersebut juga timbul pada saat konsumen akan memutuskan untuk menabung di suatu Koperasi Syariah yang akan diinginkannya, hal tersebut karena konsumen juga tidak menginginkan dapat kerugian dari keputusan yang sudah diambilnya (Putribasutami, 2018).

Menabung memang menjadi sebuah pembelajaran yang efektif dalam berhemat, berencana, dan juga sekaligus menabung memiliki arti lain sebagai kegiatan menyisihkan sebagian uang yang dimiliki seseorang untuk disimpan dalam jangka waktu yang panjang atau dalam jangka waktu tertentu. Menabung juga merupakan suatu kegiatan yang tidak boleh kita lupakan, karena itu sangat penting. Kegiatan menabung juga harus diajarkan sejak dini.

Menabung adalah kegiatan yang positif, hal tersebut karena dengan menabung seseorang dapat menjadi pribadi yang lebih hemat dan tentunya seseorang dapat belajar mengatur atau mengontrol keuangannya. Tujuan menabung dapat membiasakan diri untuk berhemat, tapi dengan pengertian tidak boros. Pengeluaran keuangan dapat disesuaikan dengan kebutuhan dan memenuhi kebutuhan dalam jumlah besar dikemudian hari. Selain itu, menabung juga bermanfaat untuk seseorang agar terbiasa belajar mengelola uang pribadi, mempunyai rencana keuangan, menghargai uang, belajar disiplin, dan juga dapat membuat suatu kebanggaan dalam diri sendiri. (Murtani, 2019).

Koperasi adalah “soko guru” yang berarti sebagai bagian dari integral dan tidak terpisahkan dari tata perekonomian nasional, karena itulah koperasi bukan hanya sebagai amanah konstitusi namun juga sekaligus menjadi sebuah harapan dalam membangun ekonomi rakyat. Moh. Hatta yang dikenal sebagai bapak koperasi Indonesia pernah menyatakan bahwa koperasi merupakan satu-satunya wadah aparat produksi (Rohmat, 2012).

Koperasi syariah adalah koperasi yang mempunyai prinsip, kegiatannya, dan tujuannya

berlandaskan pada syariah Islam yang bersumber dari *Al-Qur'an* dan *Assunah*. Sedangkan pengertian umunya adalah badan usaha koperasi yang menjalankan usahanya dengan prinsip-prinsip syariah, dan apabila koperasi memiliki unit usaha produktif simpan pinjam, maka seluruh produk dan operasionalnya harus berpedoman pada fatwa Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia (Jauhari, 2017).

Koperasi Syariah memiliki prinsip-prinsip dasar, antara lain: (1) Kekayaan adalah amanah Allah S.W.T yang tidak dapat dipunyai oleh siapapun juga secara mutlak, (2) Manusia diberikan kebebasan bermu'amalah dengan syarat masih bersama dengan ketentuan syariah, (3) Manusia merupakan khalifah Allah dan pemakmur di muka bumi ini, dan (4) Menjunjung tinggi keadilan dan menolak setiap segala bentuk ribawi dan pemusatan dari sumber dana ekonomi pada segelintir orang atau sekelompok orang saja (Sofiani, 2014).

Adapun prinsip-prinsip dasar lainnya antara lain: (1) Larangan melakukan perbuatan maysir, yaitu segala bentuk yang bersifat judi yang mematikan sektor riil dan tidak produktif, (2) Larangan praktik usaha yang melanggar norma sosial, (3) Larangan *gharar*, yaitu segala transaksi yang tidak jelas, (4) Larangan haram, yaitu suatu hal transaksi yang diharamkan syariah, (5) Larangan riba, yaitu segala bentuk komoditas dengan mengenakan prinsip tambahan (bunga), (6) Larangan *ihtikar*, yaitu suatu penimbunan dan memonopoli barang atau jasa dengan tujuan mempermainkan harga, (7) Larangan segala bentuk transaksi yang membahayakan individu maupun masyarakat.

Koperasi syariah memiliki landasan, antara lain: (1) Koperasi syariah berlandaskan Pancasila dan Undang-Undang Dasar 1945, (2) Koperasi syariah berasaskan kekeluargaan, (3) Koperasi syariah berlandaskan syariah Islam, yaitu *Al-Qur'an* dan *as-sunnah* dengan saling tolong menolong dan saling menguatkan (Sofiani, 2014).

2. METODE PENELITIAN

Penelitian kuantitatif yang diawali dengan pengembangan hipotesis untuk mendapatkan konsep baru dari pengelolaan data secara kuantitatif (Ferdinand, 2014). Subyek penelitian ini adalah masyarakat atau anggota koperasi syariah Cabang Bina Insan Mandiri Karanganyar, teknik pengumpulan data dengan menyebar kuesioner pada

masyarakat/anggota yang menabung di koperasi syariah Cabang Bina Insan Mandiri Karanganyar dan teknik analisis data dengan analisis regresi linier berganda ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh serta hubungan antara pengetahuan, religiusitas, dan budaya terhadap minat menabung di koperasi syariah.

Dalam penelitian ini akan memunculkan suatu teori baru tentang pengaruh antar variabel bebas dan terikat, yang dimana variabel bebas mencakup religiusitas, budaya dan pengetahuan. Lalu variabel terkait adalah Minat menabung anggota koperasi syariah karanganyar.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Tabel 1
Hasil Uji Multikolinearitas

Unstandardized Coefficients	Standardized Coefficients		Tolerance	VIF	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error			Beta	t
5,532	2,160		2,561	0,012		
0,149	0,080	0,194	1,861	0,066	0,617	1,622
0,055	0,083	0,070	0,672	0,503	0,612	1,633
0,366	0,094	0,421	3,914	0,000	0,576	1,735

Sumber: Data Primer diolah, 2020

Nilai *Varian Inflation Factor* (VIF) kurang dari 10, maka terbebas dari multikolinearitas, Hasil perhitungan nilai VIF menunjukkan tidak ada 1 variabel independen yang memiliki nilai VIF lebih dari 10. Jadi dapat disimpulkan bahwa tidak ada multikolinearitas antar variabel independen dalam model regresi.

Maka hasil uji dalam penelitian ini lolos Uji Multikolinearitas.

Tabel 2
Hasil Uji Heteroskedastisitas

Koef	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error			
Constant	2,957	1,464		2,020	0,046
Total_x1	0,043	0,054	0,100	0,783	0,435
Total_x2	0,018	0,056	0,040	0,313	0,755
Total_x3	-0,118	0,063	-0,246	-1,862	0,066

Sumber: Data Primer diolah, 2020

Hasil uji heteroskedastisitas menunjukkan bahwa tidak ada 1 pun dari variabel independen yang signifikansi secara statistik mempengaruhi variabel dependen nilai *Absolute*. Hal ini terlihat dari probabilitas signifikasinya diatas tingkat kepercayaan 5% atau 0,05. jadi, dapat disimpulkan model regresi tidak mengandung heteroskedastisitas.

Tabel 3
Hasil Uji Normalitas

		Unstandardized Residual
N		100
Normal	Mean	0,0000000
Parameters(a,b)	Std. Deviation	2,31680367
Most Extreme Differences	Absolute	0,129
	Positive	0,118
	Negative	-0,129
Kolmogorov-Smirnov Z		1,288
Asymp. Sig. (2-tailed)		0,072

Sumber: Data Primer diolah, 2020

Didapat nilai "asymp" Sig (2-tailed) sebesar 0.072 yang lebih besar dari tingkat signifikansi 0,05, disimpulkan bahwa data terdistribusi normal.

Tabel 4
Uji Analisis Regresi Linier Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error			
1 (Constant)	5,532	2,160		2,561	,012
Religiusitas	,055	,083	,070	,672	,503
Budaya	,366	,094	,421	3,914	,000
Pengetahuan	,149	,080	,194	1,861	,066

Dependent Variable: Minat Menabung

Berdasarkan hasil analisis regresi tersebut maka model persamaan regresi yang diperoleh adalah :

$$Y = 5,532 + 0.149 X_1 + 0,055 X_2 + 0,366 X_3 + e$$

Tabel 5
Hasil Uji F

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	298,850	3	99,617	17,997	0,000
Residual	531,390	96	5,535		
Total	830,240	99			

Sumber: Data Primer diolah, 2020

Secara simultan nilai uji F hitung adalah 17,997 dengan tingkat signifikansi $0,000 < 0,05$ maka dapat disimpulkan secara simultan terdapat pengaruh yang signifikan. Artinya pengetahuan, religiusitas, dan budaya terhadap minat menabung secara bersama-sama mempengaruhi minat menabung di Koperasi Syariah,

Tabel 6
Hasil Uji t

Koef	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
Constant	5,532	2,160		2,561	0,012
Religiusutas	0,055	0,083	0,070	0,672	0,503
Budaya	0,366	0,094	0,421	3,914	0,000
Pengetahuan	0,149	0,080	0,194	1,861	0,066

Sumber: Data Primer diolah, 2020.

Diperoleh tingkat signifikansi $0,503 > 0,05$) dan $t_{hitung} 0,672 < 1,9849$ maka Religiusitas tidak memiliki pengaruh terhadap minat menabung di Koperasi Syariah Bina Insan Mandiri. Sehingga religiusitas ini bukanlah faktor yang menentukan minat nasabah menabung di Koperasi Syariah Bina Insan Mandiri.

Hal ini tidak sejalan dengan penelitian dari Rahma Bellani Oktavindria Iranati, (2017) dengan judul “Pengaruh Religiusitas, Kepercayaan, Pengetahuan, dan Lokasi Terhadap Minat Masyarakat Menabung di Bank Syariah” yang menyatakan bahwa faktor religiusitas berpengaruh secara signifikan pada minat menabung di Bank Syariah.

Hasil signifikansi $0,000 < \alpha = 5\%$ (0,05) dan $t_{hitung} 3,914 > 1,9849$ maka budaya berpengaruh terhadap minat menabung di Koperasi Syariah Bina Insan Mandiri. Hal ini sejalan dengan penelitian dari Roni Andespa, (2017) dengan judul “Pengaruh Budaya dan Keluarga Terhadap Minat Menabung Nasabah di Bank Syariah” yang menyatakan bahwa r budaya berpengaruh terhadap minat menabung di Bank Syariah.

Tingkat signifikansi $0,066 > 0,05$ pengetahuan tidak berpengaruh terhadap minat menabung di Koperasi Syariah, artinya pengetahuan nasabah di Koperasi Syariah Bina Insan Mandiri ini tidak ada pengaruhnya terhadap minat menabung di Koperasi Syariah Bina Insan Mandiri. Hal ini tidak sejalan

dengan penelitian dari Romdhoni, (2018) dengan judul “Pengaruh Pengetahuan, Kualitas Pelayanan, Produk, dan Religiusitas terhadap Minat Nasabah untuk Menggunakan Produk Simpanan pada Lembaga Keuangan Mikro Syariah” yang menyatakan bahwa faktor pengetahuan memiliki pengaruh terhadap minat nasabah menggunakan simpanan.

Tabel 7
Hasil Uji Determinasi

R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
0,600	0,360	0,640	2,353

Sumber: Data Primer diolah, 2020

Dari tabel diatas bahwa besarnya pengaruh Religiusutas, budaya dan pengetaguhan terhadap minat masyarakat menabung di di koperasi syariah Cabang Bina Insan Mandiri Karanganyar sebesar 64% dan sisanya 36% dipengaruhi variabel lain,

4. KESIMPULAN

- Pengetahuan, religiusitas, dan budaya terdapat pengaruh secara simultan terhadap minat menabung di koperasi Syariah.
- Pengetahuan anggota tidak berpengaruh signifikan terhadap minat menabung di koperasi Syariah.
- Religiusitas anggota tidak berpengaruh signifikan terhadap minat menabung di koperasi Syariah.
- Budaya anggota berpengaruh secara signifikan terhadap minat menabung di koperasi Syariah.

5. DAFTAR PUSTAKA

- Amawidyati, Sukma Adi Galuh dkk.2017 Religiusitas dan *Psychological Well-Being* Pada Korban Gempa. *Jurnal Psikologi*, 34.(2): 213-238
- Amir, Yulmaida dkk. 2016. Religiusitas dan Spiritualitas: Konsep Yang Sama atau Berbeda. *Jurnal Ilmiah Penelitian Psikologi: Kajian Empiris & Non-Empiris*, 2 . (2): 23- 35
- Ancok, Djamaluddin & Suroso, Fuat N. (2011). *Psikologi Islami*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar
- Andespa, Roni. 2017. Pengaruh Budaya dan Keluarga terhadap Minat Menabung di Bank Syariah. *Jurnal Manajemen Syariah Universitas Islam Negeri Imam Bonjol Padang*, 1.(2): 6 - 17
- Antonio, Syafii. 1999. *Bank Syariah: dari Teori ke Praktik*. Jakarta: Gema Insani Press

- Darmawan, Darwis dkk. 2016. Hubungan Antara Pengetahuan dan Sikap Pelestarian Lingkungan Dengan Perilaku Wisatawan Dalam Menjaga Kebersihan Lingkungan (Studi di Kawasan Objek Wisata Alam Gunung Galunggung Desa Linggajati Kecamatan Sukaratu Kabupaten Tasikmalaya). *Jurnal Geografi*, 4 (1).
- Ekawati, Putri Ludvyah dkk. 2015. Pemanfaatan Teknologi Game Untuk Pembelajaran Mengenal Ragam Budaya Indonesia Berbasis Android. *Jurnal Link*, 22. (1)
- Fridayanti. 2015. Religiusitas, Spiritualitas Dalam Kajian Psikologi dan Urgensi Perumusan Religiusitas Islam. *Jurnal Ilmiah Psikologi*, 2.(2)
- Gultom, Henry Casandra. 2018. Analisis Keputusan Pembelian Kartu Perdana Prabayar Berdasarkan Faktor Sosial dan Budaya (Studi Kasus Mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi Universitas PGRI Semarang). *Journal of Management & Business*, 1. (1)
- Handayani, Santy. 2016. Pengaruh Perhatian Orangtua dan Minat Belajar Matematika Terhadap Prestasi Belajar Matematika Siswa. *Jurnal Formatif* 6(2): 141-148.
- Haris, Helmi. 2015. *Manajemen Dana Bank Syariah*. Yogyakarta: Gerbang Media
- Imam, Ghazali. 2011. *Aplikasi Multivariate dengan SPSS*. Semarang: Universitas Diponegoro
- Irianto, Agus. 2004. *Statistik Konsep Dasar dan Aplikasinya*. Jakarta: Kencana
- Jauhari, Rahman. 2017. Efisiensi dan Efektivitas Penggunaan Modal Kerja Pada Koperasi Syariah di Kota Banda Aceh Tahun 2011-2015. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Akuntansi (JIMEKA)*, 2 . (3).
- Kadir, Hainim dkk. 2012. Optimalisasi Pengaruh dan Eksistensi Koperasi Sebagai Soko Guru Perekonomian Daerah. *Jurnal Ekonomi*, 20. (3).
- Kotler, Philip. 2005. *Manajemen Pemasaran*. Jilid 1 dan 2. Jakarta: PT Indeks Kelompok Gramedia
- Kotler, Philip & Keller, Kevin L. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga
- Maryamah, Eva. (2016). Pengembangan Budaya Sekolah. *Tarbawi*, 2. (2)
- Maulana, Rendi dkk. 2014. Pengaruh Kualitas E-Service Terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Kasus Pada Website Koren Denim). *Jurnal Manajemen*, 13
- Moorcy, Nadi Hernadi dkk. 2018. Pemberdayaan Perempuan Pada Bidang Koperasi di Kelurahan Penajam, Kecamatan Penajam, Kabupaten Penajam Paser Utara. *Jurnal Abdi Masyarakat Ilmu Ekononomi*, 1. (1)
- Nasikhah, Duratun. 2013. Hubungan Antara Tingkat Religiusitas Dengan Perilaku Kenakalan Remaja Pada Masa Remaja Awal. *Jurnal Psikologi Pendidikan dan Perkembangan*, 2 . (2).
- Nugroho, Bimantoro Setio dkk. 2016. Tingkat Pengetahuan Atlet Tentang Cedera Ankle dan Terapi Latihan di Persatuan Sepakbola Telaga Utama. *Medikora*, 15 . (1).
- Nurrachmi, Intan. 2020. Peran Koperasi Syariah Sebagai Pusat Kegiatan Muamalah Jamaah Masjid (Studi Kasus Koperasi Syariah Baitul Mu'min Kompleks Pasir Jati, Desa Jati Endah Kecamatan Cilengkrang Kabupaten Bandung. *Mizani: Wacana Hukum, Ekonomi dan Keagamaan*, 7. (1)
- Putribasutami, Cindhy Audina. 2018. Pengaruh Pelayanan Lokasi, Pengetahuan, dan Sosial Terhadap Keputusan Menabung di Ponorogo. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 6 . (3)
- Rohmat, Aji Basuki. 2015. Analisis Penerapan Prinsip-Prinsip Koperasi Dalam Undang-Undang Koperasi (Studi Undang-Undang No. 25 Tahun 1992 dan Undang-Undang No. 17 Tahun 2012). *Jurnal Pembaharuan Hukum*, 11. (1)
- Sakti, Indra. 2011. Korelasi Pengetahuan Alat Praktikum Fisika Dengan Kemampuan Psikomotorik Siswa di SMA Negeri q Kota Bengkulu. *Jurnal Exacta*, 9 . (1)
- Siregar, Sofyan. 2011. *Statistik Deskriptif Untuk Penelitian*. Jakarta: PT. Grafindo Persada
- Sobirin, Achmad dkk. 2002. Budaya: Sumber Kekuatan Sekaligus Kelemahan Organisasi. *Jurnal Siasat Bisnis*, 1. (7).
- Sofiani, Triana. 2014. Kontruksi Norma Hukum Koperasi Syariah Dalam Kerangka Sistem Hukum Koperasi Nasional. *Jurnal Hukum Islam*, 12 (1)
- Solikin, Imam. 2018. Implementasi Penggunaan Smartphone Android Untuk Control PC (Personal Computer). *Jurnal Informatika: Jurnal Pengembangan IT (JPIT)*, 3 . (2).
- Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Suhendroyono dkk. 2016. Pengelolaan Wisata Alam Watu Payung Sebagai Ikon Wisata Berbasis Budaya di Gunung Kidul Yogyakarta. *Jurnal Kepariwisataaan*, 10.(1).

Suwarso. 2018. Pengaruh Mata Kuliah Kewirausahaan dan Pengantar Bisnis Terhadap Motivasi dan Minat Wirausaha (Studi Kasus Mahasiswa Akademi Akuntansi PGRI Jember). *Jurnal Manajemen dan Bisnis Indonesia*, 4 . (2)

Yuliawan, Eko. 2011. Pengaruh Pengetahuan Konsumen Mengenai Perbankan Syariah Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Pada PT. Bank Syariah Cabang Bandung. *Jurnal Wira Ekonomi Mikroskil*, 1.(1): 23-36