

FAKTOR-FAKTOR PENYEBAB KURANGNYA MINAT MASYARAKAT MENABUNG DI LEMBAGA KEUANGAN MIKRO SYARIAH

FACTORS LED TO A LACK OF PUBLIC INTEREST TO SAVING IN ISLAMIC MICRO FINANCE INSTITUTIONS

Reni^{1a}; A. Alhifni²

^{1a}Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi Islam Universitas Djuanda, Jl. Tol Ciawi No. 1, Kotak Pos 35 Bogor 16720, e-mail: .

²Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi Islam Universitas Djuanda, Jl. Tol Ciawi No. 1, Kotak Pos 35 Bogor 16720.

ABSTRACT

The study was conducted to find out whether the factors of products, locations, services, facilities, and promotions are related to the interest of public to saving in LKMS. This research is a quantitative descriptive study with structural equation modeling (SEM) analysis. The results show that price and product has a positive influence on the ease of saving society at LKMS. Unlike the both factors above location, service, facility, and promotion do not have a positive influence on the lack of saving society at LKMS.

Key words: *Saving Interest, price, product, location, service, facilities, promotion.*

ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui faktor harga, produk, lokasi, pelayanan, fasilitas, dan promosi memiliki hubungan terhadap kurangnya minat menabung masyarakat di LKMS. Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kuantitatif dengan analisis menggunakan *Structural Equation Modelling* (SEM). Hasil dalam penelitian ini menunjukkan bahwa harga dan produk memiliki pengaruh positif terhadap kurangnya minat masyarakat menabung di LKMS. Sementara itu factor lokasi, layanan, fasilitas dan promosi tidak memiliki pengaruh positif terhadap kurangnya minat masyarakat menabung di LKMS.

Kata kunci: Minat Menabung, Harga, Produk, Lokasi, Pelayanan, Fasilitas, Promosi.

Reni. 2019. Faktor-Faktor Penyebab Kurangnya Minat Masyarakat Menabung di Lembaga Keuangan Mikro Syariah. *Jurnal Syarikah* 5 (1): 60-79.

PENDAHULUAN

Perkembangan LKMS yang semakin signifikan diharapkan dapat memberikan kemudahan serta kontribusi nyata untuk menunjang kegiatan usaha yang dijalankan masyarakat sehingga dapat meningkatkan *output*, kesejahteraan dan taraf hidup

mereka (Sari dkk, 2015:74; Alhifni & Huda, 2015:598). Serta dapat memberi manfaat untuk mampu memfasilitasi atau menjembatani arus peredaran uang dan memberantas kemiskinan yang ada di seluruh Indonesia dengan adanya LKMS, tidak terkecuali Kabupaten Kubu Raya yang terletak di Provinsi Kalimantan Barat.

Kubu Raya merupakan salah satu Kabupaten yang memiliki penduduk yang cukup banyak yaitu dengan jumlah 554811.00 jiwa (BPS,2016). Namun, dari banyaknya jumlah penduduk diatas hanya sebagian kecil masyarakat yang menggunakan jasa lembaga keuangan mikro syariah. Hal ini dapat dilihat dari pangsa pasar LKMS yang peminat dan jumlah anggota hanya sebagian kecil dari banyaknya masyarakat yang ada di kabupaten Kubu Raya, Padahal anggota juga menjadi peran penting dalam perkembangan dan pertumbuhan suatu LKMS. Oleh karena itu, LKMS diharapkan dapat menarik minat menabung anggota /non anggota sebanyak mungkin agar dana LKMS terus mengalami kenaikan dan dana tersebut dapat diputar oleh LKMS yang nantinya akan disalurkan kepada masyarakat yang membutuhkan dana seperti yang dilakukan oleh lembaga perbankan. Yupitri dkk (2012) dalam (Rahmawati D, 2016:14).

Perbedaan mendasar antara LKMS dengan lembaga lainnya yaitu terdapat dari segi ruang lingkungannya, LKMS memiliki ruang lingkup dan segmentasi yang lebih kecil (mikro) seperti masyarakat dibawah dimana masyarakat hampir tak tersentuh (terlayani) dan tidak dianggap memiliki dana potensial oleh lembaga keuangan formal seperti lembaga keuangan lainnya (Amalia dkk, 2015:14), (Sa'diyah dkk, 2014:158). Selain itu LKMS sebagai lembaga ekonomi mikro juga berhak untuk melakukan kegiatan perekonomian seperti yang dilakukan oleh lembaga keuangan lainnya, yaitu seperti mengelola kegiatan perdagangan, industri dan pertanian. Oleh karena itu, LKMS sering dikatakan oleh masyarakat dengan sebutan koperasi atau Lembaga Swadaya Masyarakat (LSM). (Murwanti dkk, 2013:300), (Putri, 2016:395), (Soemitra, 2009:448).

BMT Barokah Abdussalam adalah satu-satunya LKMS yang berada ditengah-tengah pedesaan Kabupaten Kubu Raya yang terus mengalami perkembangan dan peningkatan, dimana jumlah nasabah

sebanyak 1010 orang anggota pada hasil penelitian Mei tahun 2015, selanjutnya mengalami peningkatan menjadi 1300 orang anggota pada awal tahun 2016, dan pada tahun 2017 kembali mengalami peningkatan menjadi 2.886 Anggota (KKN FEI:2017).Hal yang menyebabkan masyarakat masih sedikit yang berminat menabung di BMT Barokah Abdussalam adalah diduga karena harga yang ditawarkan oleh lembaga keuangan bank memiliki lebih banyak keuntungan dan lebih menggiurkan, dan ketersediaan produk yang sedikit maupun terbatas juga diduga bisa menjadi penyebab kurangnya minat menabung masyarakat di BMT Barokah Abdussalam.

MATERI DAN METODE

LEMBAGA KEUANGAN MIKRO SYARIAH

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) lembaga keuangan adalah badan yang bergerak dibidang keuangan yang bertugas menarik dan menyalurkan kembali kepada masyarakat. Adapun beberapa peranan LKMS Menurut Sudarsono (2012: 108) adalah sebagai berikut :

- a. Mejauhkan masyarakat dari praktik ekonomi yang bertentangan dengan kaidah syariah, LKMS harus mampu berperan aktif dalam mengedukasi masyarakat mengenai ekonomi syariah.
- b. LKMS harus mampu memberikan layanan yang lebih baik sehingga bisa melepaskan masyarakat dari ketergantungannya terhadap rentenir yang imbasnya merugikan masyarakat.
- c. Melakukan distribusi yang merata agar menjaga keadilan ekonomi masyarakat. Dalam hal ini, LKMS harus melakukan pemetaan skala prioritas atas anggota yang memerlukan perhatian lebih dalam hal bantuan dana.
- d. Memberikan pendanaan dan pembinaan pada usaha kecil. Selain memberikan pinjaman modal LKMS juga harus melakukan pendampingan, penyuluhan, pembinaan, dan

pengawasan terhadap usaha yang dijalankan anggota agar usaha yang dibiayai berkembang dan meminimalisir kerugian atau gagal bayar.

MINAT MENABUNG

Menurut (Winkle, 2008:30) Minat juga merupakan kecenderungan seseorang dan diperhatikan dan mengenang beberapa kegiatan, dimana kegiatan yang diminati oleh seseorang dan diperhatikan secara terus-menerus yang disertai dengan perasaan senang yang akan menimbulkan minat yang akan berdampak positif. Minat juga dapat digambarkan sebagai situasi seseorang sebelum melakukan suatu tindakan, dimana dapat dijadikan dasar untuk memprediksi perilaku dari tindakan tersebut, minat menabung juga dapat diasumsikan sebagai minat beli dimana merupakan perilaku yang muncul karena respon terhadap pembelian.

Minat menabung yang ada dalam diri konsumen merupakan fenomena yang sangat penting dalam kemajuan suatu lembaga keuangan, karena minat menabung berkaitan dengan perilaku konsumen dimana melandaskan suatu keputusan untuk memilih menabung atau tidak. Karena minat menabung yang besar merupakan suatu modal yang besar untuk membangkitkan semangat melakukan suatu tindakan yang diminati dalam hal ini adalah minat menabung di LKMS. (Mahmudi, 2015:20). Adapun elemen-elemen yang difokuskan dalam penelitian ini adalah :

1. Harga

Harga merupakan salah satu faktor penentu konsumen dalam menentukan suatu keputusan menggunakan produk maupun jasa yang ditawarkan oleh suatu perusahaan, terlebih produk atau jasa yang ditawarkan juga merupakan produk dan jasa umum yang juga ditawarkan oleh lembaga-lembaga keuangan lainnya. Sehingga perusahaan harus memiliki keunggulan yaitu: Tjiptono (2008) dalam (Ghanimata, 2012:20)

- a. Menawarkan bagi hasil sesuai dengan syariah;
- b. Memberikan margin yang cukup menggiurkan;
- c. Kualitas harga produk yang lebih baik dibandingkan lembaga-lembaga keuangan mikro syariah lainnya.

2. Produk

produk yang ditawarkan oleh LKMS harus dapat menarik perhatian konsumen dan memiliki produk yang beragam dari segi pembiayaan, sehingga produk ini bisa menjadi produk unggulan dari LKMS tersebut karena belum menjadi produk umum yang sudah dimiliki oleh lembaga keuangan mikro syariah lainnya. Karena pada umumnya banyak produk yang secara teknis-finansial dapat dikembangkan oleh LKMS dalam menjalankan usahanya (Ilmi, 2002:33). Adapun menurut Assauri (2001:123) faktor-faktor yang mempengaruhi kualitas suatu Produk yaitu:

- a. Fungsi suatu produk untuk apa produk tersebut digunakan atau dimaksudkan.
- b. Wujud luar faktor yang terdapat dalam suatu produk/jasa yang ditawarkan;
- c. Biaya produk/jasa.

3. Lokasi

Menurut Ma'ruf (2006:113) dalam (Fure, 2013:274) Lokasi adalah tempat dalam melakukan suatu usaha, pemilihan lokasi yang tepat dan strategis pada suatu perusahaan maupun usaha mempunyai faktor yang sangat penting, karena lokasi yang tepat dan stategis akan lebih sukses dibandingkan dengan perusahaan maupun usaha lainnya yang berlokasi kurang strategis meskipun keduanya menawarkan produk yang sama.

Terdapat tiga jenis yang mempengaruhi lokasi menurut Lupiyoadi (2001:62) dalam (Tyas & Setiawan, 2012:285), yaitu:

- a. Konsumen mendatangi pemberi jasa;
- b. Pemberi jasa mendatangi konsumen;

- c. Pemberi jasa dan konsumen tidak bertemu langsung.

4. Pelayanan

Pelayanan adalah suatu produk yang ditawarkan dan disampaikan kepada pelanggan yang membutuhkan secara luas mencakup yang terlihat (*tangibles*) maupun dengan yang tidak terlihat (*intangibles*). Dan pelayanan yang baik adalah pelayanan yang dilakukan secara ramah, cepat, tepat, adil, dan dengan etika yang baik agar dapat memenuhi kebutuhan dan kepuasan tersendiri bagi yang menerimanya.

Moenir (2010:197) mengemukakan, agar pelayanan dapat memuaskan orang atau suatu kelompok orang yang dilayani, terdapat tiga syarat yaitu :

- a. Tingkah laku yang sopan;
- b. Waktu penyampaian yang tepat;
- c. Keramah-tamahan.

5. Fasilitas

Fasilitas merupakan sarana untuk melancarkan dan memudahkan suatu pelaksanaan suatu usaha yang sedang dijalankan. Fasilitas merupakan komponen individual dari penawaran yang mudah ditumbuhkan maupun dikurangi tanpa perlu mengubah kualitas dan model jasa yang sudah diterapkan dalam usaha yang dijalankan. (Mongkaren, 2013:494).

Menurut Moenir (1987:198-200) dalam (Arofah, 2015:9), (Tjiptono, 2015:43-45) adapun beberapa indikator fasilitas yaitu:

- a. Fasilitas transaksi non tunai;
- b. Fasilitas Fisik;
- c. Fasilitas Estesis.

6. Promosi

Tugas khusus dalam melakukan promosi adalah sebagai berikut :

- a. *Personal Selling* (Penjualan Perseorangan).
- b. *Publisitas* (Publikasi).
- c. *Sales Promotion* (Promosi Penjualan).

Deskripsi Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian deskriptif dengan menggunakan pendekatan kuantitatif, dimana deskriptif kuantitatif merupakan metode yang menjabarkan suatu penelitian secara realistis, obyektif, dan dapat diukur melalui alat-alat analisis statistik (Sugiyono, 2012: 11). Adapun Teknik analisis yang digunakan yaitu model persamaan atau *Structural Equation Modelling* (SEM) dengan populasi dan sampel masyarakat kabupaten Kubu Raya, penentuan sampel menggunakan metode *non probability sampling*. Jenis dan sumber data dalam penelitian ini terdiri dari data primer dan sekunder, dengan teknik pengumpulan data melalui penyebaran kuesioner (Sugiyono, 2016: 11; Santoso, 2015: 1).

Tempat dan Waktu

Penelitian ini akan dilakukan di Kalimantan Barat tepatnya Kabupaten Kubu Raya Kecamatan Sungai Ambawang Desa Pasak. Penelitian ini dilaksanakan pada bulan Maret-April 2018.

Populasi dan Sampel

Populasi adalah seluruh elemen yang terdiri dari obyek atau subyek tertentu yang mempunyai kualitas dan karakteristik yang menjadi pengamatan peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Sedangkan Sampel adalah menentukan jumlah yang akan diteliti dengan menggunakan metode-metode tertentu dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut.

Dalam penelitian ini menentukan sampel adalah dengan cara menggunakan tabel *Issac and Michael* dimana berdasarkan tabel *Issac and Michael* untuk populasi masyarakat 75.000 (jiwa) dengan tingkat kesalahan 5% sampel berjumlah 346, jadi sampel yang digunakan pada penelitian ini adalah 346 sampel (Sugiyono, 2010:128)

Sumber Data

Sumber data primer adalah data yang dapat diperoleh secara langsung dari sumber yang bersangkutan. Dalam hal ini, peneliti dapat memperoleh data secara langsung dari tempat dimana penelitian dilaksanakan. Data dapat berupa kuisisioner atau angket yang disebarkan kepada pihak yang akan diteliti. Sedangkan sumber data sekunder adalah data yang diperoleh dari hasil olahan data primer, dan data sekunder merupakan sumber dari penelitian yang datanya diperoleh dari media perantara seperti buku, jurnal, skripsi dan lainnya sebagai pendukung data penelitian ini.

Tehnik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling strategis dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data. Tanpa mengetahui teknik pengumpulan data, maka peneliti tidak akan mendapatkan data yang memenuhi standar data yang ditetapkan (Sugiyono, 2014: 224). Terdapat tiga teknik pengambilan data yang akan digunakan dalam penelitian ini yaitu:

1. Kuesioner

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya (Sugiyono, 2014: 142). Dalam penelitian ini, kuesioner digunakan untuk mengetahui alasan mengapa masyarakat kurang berminat untuk menabung di BMT.

2. Wawancara

Menurut Esterberg dalam Sugiyono (2014: 231) mendefinisikan bahwa wawancara (*interview*) merupakan pertemuan dua orang untuk bertukar informasi dan ide melalui tanya jawab, sehingga dapat menghasilkan makna yang terperinci dalam topik tertentu.

Wawancara yang dilakukan dalam penelitian ini merupakan jenis

wawancara terstruktur dimana peneliti sudah mengetahui apa saja yang harus dipertanyakan kepada narasumber. Sehingga sebelum penelitian dilakukan peneliti sudah mempersiapkan pertanyaan menyangkut penelitian yang sedang dilakukan, jenis wawancara ini dilakukan untuk meminimalisir terjadinya berbagai macam kesalahan yang terjadi selama wawancara berlangsung. Adapun tujuan dilakukannya wawancara ini adalah bertujuan untuk menggali informasi lebih mendalam mengenai kurangnya minat menabung masyarakat di BMT.

3. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan laporan dari hasil kegiatan yang terjadi pada masa sekarang maupun lampau yang berisi pandangan dan pemikiran manusia secara tertulis dalam bentuk dokumen maupun dalam bentuk dokumentasi jenis lainnya seperti foto, video, dan sebagainya.

Uji Reliabilitas dan Validitas

Uji Reliabilitas adalah data untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel. Kuesioner dinyatakan reliabel jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan atau pernyataan konsisten dari waktu ke waktu.

Uji validitas adalah tindakan yang dilakukan peneliti untuk mengukur valid dan tidak validnya suatu kuisisioner secara bertahap melalui hasil pengisian kuesioner yang telah diisi oleh para responden. Hal tersebut dilakukan dengan tujuan untuk mengukur ketepatan dan kecermatan hasil dari jawaban yang telah diberikan responden melalui kuesioner, sehingga data yang diperoleh peneliti akan sesuai dengan diadakannya penelitian tersebut.

Tehnik Analisis Data

Teknis analisis digunakan dalam penelitian ini adalah *Structural Equation Modeling* (SEM) yang dioperasikan melalui program AMOS 22.

SEM merupakan gabungan dari dua metode statistik yang terpisah yaitu analisis (*factor analysis*) yang dikembangkan dari ilmu psikologi dan psikometri dan model perumusan simultan (*simultaneous equation Modeling*) yang dikembangkan di ekonometrika (Ghozali:2005) dalam (Duta, 2011:27). Adapun untuk menganalisis sebaran jawaban dari responden menggunakan metode *skala likert*, yaitu skala yang dapat digunakan untuk mengukur sikap, kesetujuan atau ketidaksetujuan seseorang terhadap serangkaian pertanyaan yang berkaitan dengan obyek tertentu (Hermawan, 2005: 132).

Analisis ini pada umumnya digunakan untuk penelitian-penelitian yang menggunakan banyak variabel, dan teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan dua macam teknik, yaitu :

1. Analisis faktor konfirmatori (*confirmatory factor analysis*) yang digunakan pada SEM untuk mengkonfirmasi secara statistik dengan model yang telah dibangun oleh peneliti.
2. *Regression Weight* digunakan untuk menguji hipotesis H1 sampai dengan hipotesis H6.

Langkah-langkah yang dilakukan dalam pengukuran adalah sebagai berikut (Andhika, 2015:36) :

- a. Spesifikasi Model
Spesifikasi model pada *Structural Equation Modelling/SEM* adalah membangun model hubungan antar variabel yang sesuai dengan tujuan dan masalah penelitian dengan landasan teori yang kuat.
- b. Uji Model dan Uji Signifikasi
Metode *Structural Equation Modelling* (SEM) menggunakan data input dalam bentuk matrik kovarian atau matrik korelasi. Data tersebut nantinya diolah menggunakan aplikasi AMOS 22. Teknik estimasi dalam metode ini yaitu estimasi *measurament model* yang digunakan untuk menguji keeratan

hubungan dari konstruk-konstruk independen dan dependen.

- c. Interpretasi Model
Setelah prosedur estimasi model *Maximum likelihood* dilakukan, selanjutnya akan dilakukan perbandingan mayriks kovarian s sampel dengan matriks kovarians estimasi, yang disebut dengan uji *goodness of fit*.
- d. Interpretasi dan Repesifikasi Model
Setelah dilakukan estimasi model, maka langkah pertama sebelum menginterpretasikan model adalah dengan cara melihat kelayakan model *Structural Equation Modelling* (SEM).

HASIL DAN PEMBAHASAN

BMT Barokah Abdussalam

BMT Barokah Abdussalam yang beralamat di Jl. Parit Surabaya Desa Pasak Kec. Sui Ambawang Kab. Kubu Raya Kalimantan Barat merupakan koperasi jasa keuangan syariah yang berada di Pondok Pesantren Salafy Abdussalam yang berdiri pada tahun 2012, dimana didirikan langsung oleh Pondok Pesantren Abdussalam dengan beranggotakan masyarakat sekitar pesantren dan para santri. Dalam upaya pemberdayaan ekonomi rakyat BMT Barokah Abdussalam hadir sebagai lembaga keuangan mikro syariah yang menyediakan berbagai produk seperti produk tabungan dan deposito serta produk pembiayaan yang dikelola sesuai prinsip syariah, BMT ini juga sudah memiliki nomor izin pendirian dengan nomor 328/PAD/XVII.14/2014.

Produk-Produk BMT Barokah Abdussalam:

1. Produk Simpanan dan Simpanan Berjangka
 - a. Simpanan Walimah
 - b. Simpanan Qurban
 - c. Simpanan Hari Raya
 - d. Simpanan Pokok
 - e. Simpanan Syariah
 - f. Simpanan Pendidikan
 - g. Simpanan Haji dan Umrah

2. Produk Pembiayaan
 - a. Deposito Mudharabah
 - b. Pembiayaan Murabahah
 - c. Pembiayaan Mudharabah
 - d. Pembiayaan Qardh
 - e. Pembiayaan Rahn

Demografi Responden

Demografi responden akan menjelaskan pertanyaan yang diajukan mengenai informasi jenis kelamin, usia, asal domisili, pendidikan terakhir, pekerjaan, tingkat pendapatan perbulan, dan agama responden. Adapun jumlah responden dari penelitian ini adalah 346 responden di Kabupaten Kubu Raya, secara *detail* penulis akan menjelaskan mengenai demografi responden dari pembahasan sebagai berikut :

Demografi jenis kelamin responden

Demografi jenis kelamin berisi tentang pertanyaan-pertanyaan yang bertujuan untuk mengetahui informasi karakteristik responden. Dari 346 kuesioner yang telah disebarakan pada responden, mayoritas masyarakat yang mengisi kuesioner ini laki-laki sebanyak 178 orang dan perempuan 168 orang.

Demografi usia responden

Dari 346 kuesioner yang telah disebarakan pada responden, mayoritas masyarakat atau responden yang mengisi kuesioner ini berusia 15-20 tahun berjumlah sebanyak 50 orang, responden yang berusia 21-25 tahun berjumlah sebanyak 88 orang, responden yang berusia 26-30 tahun berjumlah sebanyak 100 orang, responden yang berusia 31-35 tahun berjumlah sebanyak 67 orang, responden yang berusia 36-40 tahun berjumlah sebanyak 36 orang, dan responden dengan usia 41-45 tahun berjumlah sebanyak 5 orang.

Demografi asal Domisili responden

Dari 346 kuesioner yang telah disebarakan pada responden, hasil yang diperoleh dari masyarakat atau responden yang berdomisili di Bengkarek berjumlah sebanyak 35 orang, Desa Durian 20 orang, Jawa Tengah berjumlah sebanyak 16 orang, Korek berjumlah 7 orang, Lingga 19 orang, Mega Timur sebanyak 4 orang, Panca Roba berjumlah sebanyak 4 orang,

Pasak 100 orang, Pasak Piang berjumlah 60 orang, Puguk berjumlah sebanyak 45 orang, Sungai Ambawang Kuala berjumlah 28 orang, Simpang Kanan 5 orang, dan Meranti sebanyak 3 orang.

Demografi pendidikan

Dari 346 kuesioner Sebanyak 90 orang, Sekolah Menengah Pertama 56 orang, Sekolah Menengah Atas sebanyak 140 orang, Diploma (D1-D3) yaitu 10 orang, dan responden yang latar belakang pendidikannya strata (S1-S3) 50 orang.

Demografi pekerjaan

Berdasarkan 346 kuesioner yang telah disebarakan, hasil yang diperoleh adalah masyarakat atau responden yang memiliki pekerjaan sebagai PNS/TNI/Polisi sebanyak 16 orang, pegawai swasta sebanyak 54 orang, wiraswasta 100 orang, pelajar atau mahasiswa 50 orang, dan profesi yang lainnya yaitu berprofesi sebagai Petani sebanyak 93 Orang, dan Ibu Rumah Tangga 33 orang.

Demografi pendapatan perbulan

Berdasarkan 346 kuesioner yang telah disebarakan, hasil yang diperoleh adalah masyarakat atau responden yang memiliki pendapatan perbulan dengan jumlah <Rp. 1.000.000 100 orang, Rp. 1.000.000 – Rp. 3.000.000 sebanyak 143 orang, Rp. 3.100.000 – 5.000.000 66 orang, > Rp. 5.100.000 berjumlah 37 orang.

Demografi Agama

Dari 346 kuesioner yang telah disebarakan, hasil yang diperoleh adalah masyarakat atau responden yang beragama Islam menjadi mayoritas dengan jumlah 334 orang, Katolik sebanyak 7 orang dan Protestan 5 orang.

Uji Reliabilitas dan Validitas

Uji reliabilitas pada penelitian ini dilakukan pada kuesioner yang diambil dari 346 orang masyarakat Kabupaten Kubu Raya dan diolah melalui SPSS 22, menggunakan metode *Alfa cronbach's* merupakan alat pengukur tingkat ketepatan dari masing-masing indikator kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini. Dasar pengambilan keputusan dalam metode ini

adalah jika *Alfa cronbach's* <0,60 maka dapat dikategorikan kurang andal, cukup andal, dan sebaliknya jika *Alfa cronbach's* >0,60 maka sebuah konstruk dikategorikan andal sangat andal (putra,dkk, 2014: 178) dalam (Mukhlis, 2017:64).

Nilai *alfa cronbach's* adalah $0.628 \geq$ dari 0.60 yang berarti konstruk ini masuk dalam kategori kurang andal-cukup andal, atau dengan kata lain dapat dikatakan bahwa dari 18 pertanyaan dan pernyataan dalam kuesioner yang ada dalam penelitian ini adalah reliabel. Selanjutnya juga dilakukan uji validitas dimana digunakan untuk menunjukkan sejauh mana instrumen dapat di ukur dan layak digunakan sebagai instrumen penelitian. Adapun kriteria validitas dari masing-masing pertanyaan dengan *corrected item-total correlation* harus lebih besar atau sama dengan nilai r tabel. Oleh karena itu, instrumen penelitian ini dinyatakan valid apabila hasil uji \geq dari 0.138 (r tabel).

Nilai hasil uji validitas \geq dari 0.138, akan tetapi dari hasil yang diperoleh tidak semua variabel dari HA1 sampai dengan PO3 memiliki nilai \geq dari 0.138, karena hasil menunjukkan bahwa dari 18 variabel dalam kuesioner yang digunakan untuk mengetahui faktor Harga, Produk, Lokasi, Pelayanan, Fasilitas, Promosi terhadap kurangnya minat masyarakat menabung di LKMS terdapat variabel yang valid dan beberapa tidak valid.

Hasil Uji Struktural Equation Modelling (SEM)

Model struktural merupakan hubungan antara konstruk yang memiliki keterkaitan sebab-akibat (causal) yang berfungsi untuk mengetahui kecocokan hubungan secara konstruk antara indikator dengan indikator dan variabel laten dengan variabel laten (Santoso,2015:144) dalam (Mukhlis,2017:81). Langkah ini berfungsi untuk melihat berbagai macam asumsi yang dibutuhkan, sekaligus untuk melihat apakah perlu dilakukan modifikasi atau tidak pada model structural yang bertujuan sebagai pengujian hipotesis pada penelitian ini.

Hasil hitung Maximum likelihood estimate dengan program Amos 22 adalah sebagai berikut:

Tabel 1
Evaluasi Goodness of fit model

No.	Goodness of fit model	Cut off	Keterangan
1.	Chi-Square p-value	278.596 P=(0.000)	Marginal Fit
2.	RMSEA	0.058	Good Fit
3.	RMR	0.035	Marginal Fit
4.	NFI	0.565	Good Fit
5.	CFI	0.681	Good Fit
6.	IFI	0.707	Good Fit
7.	RFI	0,423	Good Fit
8.	Hoelter	0.194	Good Fit

Tabel 1 menunjukkan bahwa terdapat enam ukuran dengan tingkat kecocokan *good fit* (baik) serta dua ukuran dengan tingkat kecocokan *marginal fit*. Karena mayoritas data ukuran *good of fit model* berada pada tingkat kecocokan *good fit* maka dapat disimpulkan bahwa hubungan antar konstruk memiliki kecocokan yang baik, didukung oleh nilai *degree of freedom* yang positif dengan nominal 129, sehingga secara keseluruhan pengujian model sudah dianggap fit dengan data sampel yang ada.

Langkah selanjutnya adalah melihat kebenaran hipotesis berdasarkan hasil hitung *Maximum likelihood estimates* menggunakan Amos 22,

Data yang didapatkan dari hasil olah Amos 22 menjelaskan hipotesis pertama diterima menunjukkan harga memiliki hubungan dengan kurangnya minat menabung masyarakat di LKMS dengan nilai perolehan Cr (3.448) \geq 1.71 dan nilai P $0.00 \leq 0.05$ hal ini disebabkan karena harga yang ditawarkan oleh LKMS masih tergolong tinggi sehingga membuat kurangnya minat masyarakat untuk menabung di LKMS dan lebih memilih lembaga lainnya. (Ghanimata, 2012:20).

Hipotesis kedua produk diterima menunjukkan bahwa produk memiliki

hubungan terhadap kurangnya minat menabung masyarakat di LKMS dengan nilai perolehan $Cr (2.448) \geq 1.71$ dan nilai $P 0.14 \leq 0.05$. Hal ini terjadi karena produk yang ditawarkan oleh LKMS masih kurang beragam sehingga tidak memiliki produk unggulan yang diharapkan menjadi daya tarik bagi masyarakat untuk menabung di LKMS karena tidak dimiliki oleh lembaga lainnya, karena secara teknis-finansial dapat dikembangkan oleh BMT dalam menjalankan usahanya. (Ilmi, 2002:33).

Hipotesis ketiga lokasi ditolak menunjukkan bahwa lokasi tidak memiliki hubungan terhadap kurangnya minat menabung masyarakat di LKMS dengan nilai perolehan dengan nilai perolehan $Cr (1.150) < 1.71$ dan nilai $P 2.50 > 0.05$, hal ini menjadi tidak memiliki pengaruh terhadap kurangnya minat menabung masyarakat karena masyarakat tidak perlu mendatangi LKMS secara langsung karena terdapat sistem "jemput bola" atau konsumen mendatangi pemberi jasa dimana hal ini diterapkan oleh LKMS agar memudahkan masyarakat yang ingin menabung di LKMS, sehingga variabel ini menjadi tidak memiliki hubungan yang positif terhadap kurangnya minat masyarakat menabung di LKMS. (Tyas & Setiawan, 2012:285)

Hipotesis keempat pelayanan ditolak menunjukkan bahwa pelayanan tidak memiliki hubungan terhadap kurangnya minat menabung masyarakat di LKMS dengan nilai perolehan dengan nilai perolehan $Cr (0.958) < 1.71$ dan nilai $P 3.38 > 0.05$, hal ini menjadi tidak memiliki pengaruh terhadap kurangnya minat menabung masyarakat karena pelayanan yang diberikan oleh karyawan LKMS sudah sesuai dengan keinginan masyarakat yaitu keramah tamahan karyawan, sopan santun, dan menyampaikan sesuatu diwaktu yang tepat kepada masyarakat sehingga masyarakat merasa puas dengan pelayanan yang sudah diberikan oleh karyawan-karyawan LKMS (Syairozi, 2016:17).

Hipotesis kelima fasilitas ditolak menunjukkan bahwa fasilitas tidak memiliki

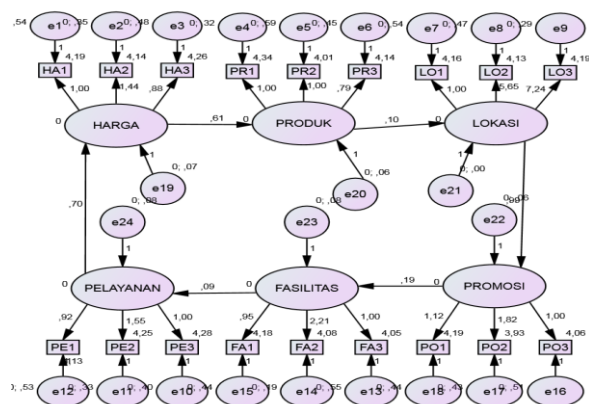
hubungan terhadap kurangnya minat menabung masyarakat di LKMS dengan nilai perolehan dengan nilai perolehan $Cr (1.286) < 1.71$ dan nilai $P 1.98 < 0.05$, hal ini menjadi tidak memiliki pengaruh terhadap kurangnya minat menabung masyarakat karena fasilitas yang telah disediakan oleh LKMS sudah mampu memudahkan masyarakat yang ingin menggunakan produk/jasa yang ditawarkan oleh LKMS. (Mongkaren, 2013:494)

Selanjutnya yang terakhir adalah hipotesis keenam yaitu promosi ditolak menunjukkan bahwa promosi tidak memiliki hubungan terhadap kurangnya minat menabung masyarakat di LKMS dengan nilai perolehan dengan nilai perolehan $Cr (1.230) < 1.96$ dan nilai $P 2.19 > 0.05$, hal ini menjadi tidak memiliki pengaruh terhadap kurangnya minat menabung masyarakat karena karyawan atau pengguna produk/jasa yang ditawarkan oleh LKMS sudah mampu mempengaruhi masyarakat untuk menabung atau menggunakan produk/jasa lainnya yang juga ditawarkan oleh LKMS, dan penjelasan mengenai produk-produk juga sudah tertera jelas di brosur yang telah disediakan oleh LKMS. (Assauri, 2011:264) (Astuti, 2013:188) (Chandra, 2015:961).

Setelah hipotesis satu dan dua diterima, dan hipotesis tiga sampai dengan enam ditolak maka menunjukkan secara simultan faktor harga dan produk berpengaruh terhadap kurangnya minat menabung masyarakat di LKMS. karena hasil olah data sesuai dengan dasar keputusan hipotesis dalam model penelitian *Structural Equation Modelling* (SEM) yaitu jika nilai $P > 0.005$, atau jika nilai Cr lebih besar dari nilai kritisnya 1.71 maka data dapat dikatakan valid (Alhifni, 2015: 112). Hasil diatas tidak memiliki perbedaan yang begitu signifikan dengan hasil sebelum dilakukannya modifikasi.

Selanjutnya, akan dilakukan pengujian validitas (variabel laten) yang bertujuan untuk melihat apakah indikator-indikator yang ada pada suatu penelitian

merupakan bagian yang dapat menjelaskan konstruk tersebut atau tidak. Adapun pengujian validitas konstruk dapat dilihat melalui gambar berikut ini:



Gambar 1
Measurement model faktor-faktor penyebab kurangnya minat menabung masyarakat di LKMS

Berdasarkan gambar 1 secara keseluruhan pada tahap pengujian validitas konstruk dapat disimpulkan bahwa tidak semua konstruk pada penelitian ini mampu dijelaskan oleh indikator-indikator yang ada dengan baik atau memuaskan.

Penelitian ini menunjukkan bahwa tidak semua variabel memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kurangnya minat masyarakat menabung di LKMS, hal ini di buktikan dari enam variabel yang di uji hanya terdapat dua variabel yang memiliki pengaruh terhadap kurangnya minat masyarakat di LKMS. Sedangkan hasil penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa setiap variabel memiliki hubungan keterkaitan yang signifikan terhadap penentu keberhasilan dalam meningkatkan pembelian (Novinda, 2017).

KESIMPULAN DAN IMPLIKASI

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan maka dapat disimpulkan bahwa:

1. Hipotesis pertama yaitu Variabel Harga memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kurangnya minat masyarakat menabung di LKMS. Hal ini dilihat dari

hasil uji reliabilitas dan validitas variabel pengukuran pada konstruk harga memiliki perolehan nilai Cr 3.448 \geq dari 1.71 dan nilai P 0.00 \leq 0.05, penelitian ini menunjukkan bahwa variabel harga memiliki hubungan dengan kurangnya minat menabung masyarakat di LKMS.

2. Variabel produk memiliki pengaruh terhadap kurangnya minat masyarakat menabung di LKMS. Hal ini dilihat dari Hasil uji reliabilitas dan validitas variabel pengukuran pada konstruk harga memiliki perolehan nilai Cr 2.448 \geq dari 1.71 dan nilai P 0.14 $>$ 0.05, penelitian ini menunjukkan bahwa variabel produk memiliki hubungan dengan kurangnya minat menabung masyarakat di LKMS.
3. Variabel lokasi tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kurangnya minat masyarakat menabung di LKMS. Hal ini dilihat dari Hasil uji reliabilitas dan validitas variabel pengukuran pada konstruk harga memiliki perolehan nilai Cr 1.150 $<$ dari 1.71 dan nilai P 2.50 $>$ 0.05, variabel lokasi tidak memiliki hubungan dengan kurangnya minat menabung masyarakat di LKMS.
4. Variabel Pelayanan tidak memiliki pengaruh terhadap kurangnya minat masyarakat menabung di LKMS. Hal ini dilihat dari hasil uji reliabilitas dan validitas variabel pengukuran pada konstruk pelayanan memiliki perolehan nilai Cr 0.958 $<$ dari 1.71 dan nilai P 3.38 $>$ 0.05, dan hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel pelayanan tidak memiliki hubungan dengan kurangnya minat menabung masyarakat di LKMS.
5. Variabel Fasilitas tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kurangnya minat masyarakat menabung di LKMS. Hal ini dilihat dari hasil uji reliabilitas dan validitas variabel pengukuran pada konstruk harga memiliki perolehan nilai Cr 1.286 $<$ dari 1.71 dan nilai P 1.98 $>$ 0.05, variabel fasilitas tidak memiliki hubungan

dengan kurangnya minat menabung masyarakat di LKMS.

6. Variabel Promosi tidak memiliki hubungan terhadap kurangnya minat masyarakat menabung di LKMS. Hal ini dilihat dari Hasil uji reliabilitas dan validitas variabel pengukuran pada konstruk harga memiliki perolehan nilai $Cr\ 1.230 \geq$ dari 1.71 dan nilai $P\ 2.19 >$ 0.05, dan variabel promosi tidak memiliki hubungan dengan kurangnya minat menabung masyarakat di LKMS.

Dalam penelitian ini hanya terdapat dua faktor yang dapat memberikan dukungan positif terhadap kurangnya minat masyarakat untuk menggunakan jasa di LKMS. Sehingga hal tersebut memberi pengaruh terhadap jawaban hipotesis yang telah dibangun sebelumnya. Kesimpulan akhirnya hipotesis yang dapat diterima untuk dibenarkan adalah hipotesis 1 (satu) dan hipotesis 2 (dua). Selebihnya atau terdapat 4 hipotesis tidak dapat diterima, dengan arti lain ianya tidak memberikan pengaruh positif terhadap kurangnya minat masyarakat untuk menggunakan jasa di LKMS.

Selanjutnya demi memberikan hasil yang optimal terhadap pembahasan atau meminimalkan hasil penelitian yang *bias* terhadap topik atau tema yang sama, peneliti merekomendasikan kepada peneliti yang akan datang untuk membuat judul positif dan menambahkan beberapa faktor untuk di uji sesuai dengan perkembangan LKMS pada masa depan. Dan akan lebih baiknya untuk membandingkan di beberapa LKMS lainnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Ariandry Nikmah, Rimawati, Ortega Daniel, dkk. 2017. *Laporan Kuliah Kerja Nyata (KKN) Kelompok LKMS*. Kubu Raya: Universitas Djuanda Bogor.
- Abdullah, M., & Lubis, I. (2014). Analisis Minat Menabung pada Bank Syariah di Kalangan Siswa SMA di Kota Medan. *Jurnal Ekonomi dan Keuangan Vol. 3 No. 7*, 436-447.
- Alhifni, A., & Hafidloh. (2015). Pengaruh Gaya Kepemimpinan dan Budaya Organisasi terhadap Kinerja Lembaga Keuangan Mikro Syariah. *JEBIS Vol. 1, No. 1, 2*.
- Alhifni, A., & Huda, N. (2015). Kinerja LKMS dalam Mendukung Kegiatan Ekonomi Rakyat Berbasis Pesantren (Studi Pondok Pesantren Darut Tauhid dan BMT Darut Tauhid. *Jurnal Aplikasi Manajemen Volume. 13, Nomor 4*, 598.
- Amalia, E., & Atiqah, M. (2015). Evaluating The Models Of Sharia Microfinance In Indonesia: An Analytical Network Process (ANP) Approach. *Al-Iqtishad Vol. VII, No. 1, Januari*, 14.
- Arofah, R. (2015). *Pengaruh Fasilitas Kantor, Motivasi Kerja, dan Disiplin Kerja terhadap Kinerja Perangkat Desa di Kecamatan Tulis Kabupaten Batang*. Semarang: Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Semarang.
- Astuti, T. (2013). Pengaruh Persepsi Nasabah tentang Tingkat Suku Bunga, Promosi, dan Kualitas Layanan terhadap Minat Menabung Nasabah. *Jurnal Nominal Volume 2., Nomor 1*, 188.
- Assauri, S. (2011). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Badan Pusat Statistik Kabupaten Kubu Raya. 2016. (<https://kuburayakab.bps.go.id/index.php>) Diakses pada 30 September 2017.
- Badan Pusat Statistik. Sensus Penduduk provinsi Kalimantan Barat.2010. (<http://sp2010.bps.go.id/index.php/site?id=61&wilayah=Kalimantan-Barat>). Diakses pada 22 Februari 2018.
- Chandra, M. S. (2015). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Promosi, dan Lokasi terhadap keputusan konsumen menggunakan hotel Baliem Pilamo di Wamena. *ALMA*, 961.
- Duta, A. A. (2011). *Analisis Faktor-Faktor yang Membangun Sikap terhadap*

- Produk dan Implikasinya terhadap Minat Menggunakan Internet Banking*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Frafasta, D. I. (2013). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Produk Simpanan terhadap Kepuasan Anggota BMT Anda Semarang. *Jurnal Dinamika Manajemen Vol. 3 No. 1 April*, 82.
- Fure, H. (2013). Lokasi, Keberagaman Produk, Harga, dan Kualitas Pelayanan Pengaruhnya terhadap Minat Beli pada Pasar Tradisional Bersehati Calaca. *Jurnal EMBA Vol. 1 No. 3 September 2013*, 274.
- Ghanimata, F. (2012). *Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Produk, dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Ghazali, M. R. (2010). *Analisis Pengaruh Lokasi, Promosi dan Kualitas Layanan terhadap Keputusan Membeli (Warnet (Warung Internet) XYZ Jl. Singosari, Kota Semarang)*. 2010: Universitas Diponegoro.
- Ilmi, M. (2002). *Teori dan Praktek Lemaga Mikro Keuangan Syariah*. Yogyakarta: UII : Press.
- Kementerian Koperasi dan Usaha Menengah Republik Indonesia. 2017. (<http://nik.depkop.go.id//>). Diakses pada 23 Februari 2018.
- Mahmudi, A. (2015). *Pengaruh Kualitas Produk Tabungan dan Kualitas Pelayanan terhadap Minat Menabung di BMT Tumang Cabang Salatiga*. SALATIGA: IAIN SALATIGA.
- M.A, A. S. (2009). *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah*. Jakarta: Kencana cetakan pertama.
- Moenir, H. (2010). *Manajemen Pelayanan Umum di Indonesia*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Mongkaren, S. (2013). Fasilitas dan Kualitas Pelayanan Pengaruhnya terhadap Kepuasan Pengguna Jasa Rumah Sakit Advent Manado. *Jurnal EMBA Vol. 1 No.4*, 493-503.
- Mukhlis, Z. (2017). *Kebutuhan dan Tantangan bagi masyarakat terhadap LKMS*. Bogor: Universitas Juanda.
- Murwanti, S., & Sholahuddin, M. (Maret 2013). Peran Keuangan Lembaga Mikro Syariah untuk Usaha Mikro di Wonogiri. ISBN: 978-979-636-147-2, 300.
- Novinda, G. (2017). *Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, dan Kualitas Website terhadap Kepuasan, Kepercayaan dan Niat Pembeli Kembali*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Ortega, D., & Alhifni, A. (2017). Pengaruh Media Promosi Perbankan SYARIAH terhadap Minat Menabung Masyarakat di Bank Syariah. *EQUILIBRIUM, Volume 5, Nomor 1*, 89.
- Putri, H. Y., & Syathiri, A. (2016). Pengaruh Persepsi dan Minat terhadap Keberadaan Baitul Mal Wattamwil (BMT) di Kota Palembang. *Jurnal Manajemen & Bisnis Sriwijaya Vol. 14 No. 3 September*, 395.
- Putri, S. W. (2017). *Pengaruh Undian Berhadiah, Profit Sharing, dan Kualitas Pelayanan terhadap Minat Menabung*. Surakarta: IAIN SURAKARTA.
- Rahmawati, D. (2016). *Pengaruh Faktor Promosi, Lokasi, Religiusitas, Pelayanan, dan Reputasi terhadap Keputusan Anggota Menyimpan Dana di BMT HIRA Cabang Tanon* . Surakarta: Iain Surakarta.
- Reza, A. A. (2017). *Pengaruh Fasilitas dan Pelayanan Bank terhadap Minat Transaksi di Bank Syariah pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam*. Lampung: Universitas Islam Negeri Raden Intan .
- Sa'diyah, M., & Arifin, M. A. (2014). Pengembangan Produk-Produk Lembaga Keuangan Mikro Syariah. *EQUILIBRIUM Volume 2, No. 1*, 158.
- Sari, I. M., Wibowo, H., & Suprpto, E. (2015). Factors That Influenced

- People To Become Islamic Bank Costumer : A Studi On Kancana Villagers. *Al-Iqtishad Vol. VII, No.1 Januari*, 74.
- Santoso, S. (2015). *AMOS 22 untuk Structural Equation Modelling (SEM)*. Jakarta: PT. Alex Media Komputindo.
- Setyawan, Y. N., & Japarianto, E. (2014). Analisa Pengaruh Kepercayaan, Jaminan Rasa Aman, dan Aksesibilitas terhadap Minat Menabung Nasabah Bank Danamon di Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra Vol. 2, No.1*, 1.
- Suherman, E. (2017). Analisis Perbedaan Kualitas Pelayanan Lembaga Keuangan Mikro KSP. Mugi Lestari Syariah dengan BMT Mardhatillah Berkah. *Buana Ilmu ISSN: 2541 - 6995 E-ISSN: 2580 - 5517 Vol.1, No. 2, Mei*, 166.
- Suratman, D. R., & Widiyanto, I. (2016). Pengaruh Diskualitas Pelayanan terhadap Negative Word Of Mounth (WOM) dengan Ketidakpuasan Pasien sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Studi Manajemen & Organisasi*, 45.
- Sugiyono. (2010). *Metodologi Penelitian Pendidikan (Pendidikan Kuantitatif, kuantitatif, dan R&D)*. Bandung: Alfabeta.
- Syairozi, M. (2016). *Pengaruh kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap kepuasan nasabah dalam menabung di LKMS Hubbul Wathon Sumowono*. Salatiga: IAIN SALATIGA.
- Tyagi, R. C., & Siddiqui, T. (2017). Functional and Financial Devolution to Panchayati Raj Institutions in India: A study of Uttar Pradesh. *International Journal of Scientific Research and Management (IJSRM) Volume 5 Issue 07*, 6119.
- Tyas, R. R., & Setiawan, A. (2012). Pengaruh Lokasi dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan untuk Menabung di BMT Sumber Mulia Tuntang. *Jurnal Muqtasid Vol. 3, No. 2*, 285.
- Widiyanto, M. K. (2016). *Strategi rekrutmen dan seleksi sumber daya insani untuk meningkatkan produktivitas kinerja karyawan pada KJKS BMT Al-hikmah Unggaran*. SEMARANG: UIN WALISONGO.
- Widyaningsih, M., & Zunfekar, M. I. (2017). As Media Reality Promotion of Collage with Marker Logo in Brochure. *International Journal of Scientific Research and Management (IJSRM) Volume 5 Issue 09 September*, 7047.
- Winkle, W. (2008). *Psikologi dan Evaluasi Belajar*. Jakarta: Gramedia.
- Yuriansyah, A. L. (2013). Persepsi tentang Kualitas Pelayanan, Nilai Produl dan Fasilitas terhadap Kepuasan Pelanggan. *Management Analysis Journal 2 (1)*, 9-14.