

## BAB V

### PEMBAHASAN

#### A. Pengaruh Faktor Budaya terhadap Minat Menabung Anggota Baitul Maal wa Tamwil Karangrejo Tulungagung.

Berdasarkan hasil penelitian, faktor budaya berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung anggota Baitul Maal wa Tamwil Istiqomah Karangrejo. Hal tersebut dibuktikan berdasarkan tabel *Coefficient* yang diperoleh nilai Sig. kurang dari  $\alpha$  dan  $t_{hitung}$  lebih dari  $t_{tabel}$ . Maka dapat disimpulkan bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima. Dengan demikian berarti variabel faktor budaya berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung anggota Baitul Maal wa Tamwil Istiqomah Karangrejo Tulungagung.

Hal tersebut juga dibuktikan dengan hasil koefisien regresi yang diperoleh nilai B dengan nilai positif atau memiliki pengaruh yang searah. Ini menandakan bahwa setiap penambahan untuk faktor budaya maka minat menabung anggota Baitul Maal wa Tamwil juga akan meningkat pula. Begitu pula sebaliknya, jika mengalami penurunan dalam faktor budaya maka minat menabung anggota juga akan menurun pula. Faktor budaya juga menjadi faktor yang mendorong minat anggota untuk menabung di Baitul Maal wa Tamwil Istiqomah Tulungagung.

Hal ini sesuai dengan teori yang dikemukakan oleh *William J. Stanton* bahwa kekuatan sosial budaya yaitu faktor budaya akan mempengaruhi tingkah laku seseorang dalam memutuskan tindakan pembelian. Faktor budaya mampu memberikan pengaruh yang paling luas dan terdalam terhadap perilaku nasabah. Manajemen bank syariah perlu mengetahui peran apa yang dimainkan oleh budaya, kelas sosial, dan sub-budaya dari diri seorang nasabah. Karena budaya adalah penyebab paling mendasar dari keinginan dan perilaku nasabah. Budaya pada suatu masyarakat selalu berkembang dan berubah. Perubahan ini membawa dampak pada perilaku masyarakat tersebut dan akan membawa pengaruh pada perilaku konsumsi mereka. Tugas dari manajemen bank syariah adalah menganalisis seperti apakah budaya yang dianut oleh masyarakat.

Penelitian ini didukung oleh Roni Andespa pada tahun 2017 yang berjudul “Pengaruh Budaya dan Keluarga terhadap Minat Menabung Nasabah di Bank Syariah”.<sup>79</sup> Dari penelitian ini diketahui bahwa hasil uji F menunjukkan bahwa nilai signifikansi (Sig.) model penelitian ini adalah sebesar 0,000 atau nilainya dibawah 0,05 ( $< 0,05$ ). Ini berarti budaya (X1) dan keluarga (X2) mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap minat menabung (Y). Hasil temuan ini terjadi karena Budaya (X1) dan Keluarga (X2) adalah hal yang mendorong Minat menabung (Y) nasabah bank syariah. Dari hasil tabel koefisien regresi yang diperoleh nilai

---

<sup>79</sup> Roni Andespa, “Pengaruh Budaya dan Keluarga terhadap Minat Menabung Nasabah di Bank Syariah”, *Jurnal Kajian Ekonomi Islam* Vol. 2 No. 1, Januari- Juni 2017, hal. 44-45

B dengan nilai positif atau memiliki pengaruh yang searah. Ini menandakan bahwa setiap penambahan untuk faktor budaya maka minat menabung nasabah di Bank Syariah juga akan meningkat pula. Begitu pula sebaliknya, jika mengalami penurunan dalam faktor budaya maka minat menabung nasabah juga akan menurun pula.

Dari hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor budaya memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung anggota Baitul Maal wa Tamwil Istiqomah Karangrejo Tulungagung. Hal ini menunjukkan bahwa minat menabung sudah menjadi kebiasaan dan membudaya di masyarakat khususnya bagi anggota Baitul Maal wa Tamwil Istiqomah Tulungagung.

#### **B. Pengaruh Kelas Sosial terhadap Minat Menabung Anggota Baitul Maal wa Tamwil Istiqomah Karangrejo Tulungagung.**

Berdasarkan hasil penelitian, kelas sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung anggota Baitul Maal wa Tamwil Istiqomah Karangrejo. Hal tersebut dibuktikan berdasarkan tabel *Coefficient* yang diperoleh nilai Sig. kurang dari  $\alpha$  dan  $t_{hitung}$  lebih dari  $t_{tabel}$ . Maka dapat disimpulkan bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima. Dengan demikian berarti variabel kelas sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung anggota Baitul Maal wa Tamwil Istiqomah Karangrejo Tulungagung.

Hal tersebut juga dibuktikan dengan hasil koefisien regresi yang diperoleh nilai B dengan nilai positif atau memiliki pengaruh yang searah. Ini menandakan bahwa setiap penambahan untuk kelas sosial maka minat menabung anggota Baitul Maal wa Tamwil juga akan meningkat pula. Begitu pula sebaliknya, jika mengalami penurunan dalam kelas sosial, maka minat menabung anggota juga akan menurun pula. Kelas sosial juga menjadi faktor yang mendorong minat anggota untuk menabung di Baitul Maal wa Tamwil Istiqomah Tulungagung.

Kelas sosial adalah pembagian masyarakat ke dalam kelas-kelas yang berbeda atau strata yang berbeda. Perbedaan kelas atau strata akan menggambarkan perbedaan pendidikan, pendapatan, gaya hidup dan nilai-nilai yang dianut. Kelas sosial seseorang akan mempengaruhi perilaku seseorang. Kelas sosial seseorang akan mempengaruhi minat mereka dalam menabung. Seperti halnya yang dikemukakan oleh *William J. Stanton*. Tingkat kelas sosial seseorang akan mempengaruhi perilaku mereka dalam melakukan atau memutuskan tindakan pembelian.

Hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Roni Andespa yang berjudul “Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah dalam Menabung di Bank Syariah”.<sup>80</sup> Dalam penelitian ini variabel independen yang digunakan antara lain : usia dan siklus hidup, keyakinan dan sikap, motivasi, kepribadian dan konsep diri, gaya hidup, pembelajaran, persepsi,

---

<sup>80</sup> Roni Andespa, “Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah dalam Menabung di Bank Syariah”, *Provita* Vol. 10 No. 1, April 2017, hal. 52

kelompok acuan, kelas sosial, peran dan status, produk, harga, promosi, distribusi, budaya dan keluarga. Variabel-variabel tersebut kemudian di kelompokkan menjadi 4 faktor. Berdasarkan hasil penelitian, faktor 2 yang terdiri dari persepsi, kelompok acuan, kelas sosial, peran dan status memiliki nilai *loading* lebih dari 0,5. Kelas sosial memiliki nilai *loading* sebesar 0,813. Sehingga dapat diperoleh kesimpulan bahwa kelas sosial menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi minat nasabah dalam menabung di bank syariah.

Dari hasil penelitian menunjukkan bahwa kelas sosial memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung anggota Baitul Maal wa Tamwil Istiqomah Karangrejo Tulungagung. Pihak manajemen harus melakukan kajian tentang kelas sosial, karena kelas sosial merupakan suatu yang ada di tengah masyarakat yang relatif bersifat homogen dan permanen yang tersusun dan anggotanya menganut nilai-nilai, minat dan perilaku yang hampir serupa. Kelas sosial menunjukkan preferensi produk dan merek yang berbeda dalam banyak hal. Dimana nilai, minat dan perilaku masyarakat akan cenderung sama dan mempengaruhi perilakunya dalam mengkonsumsi produk dan jasa yang ada di BMT.

### **C. Pengaruh Religiusitas terhadap Minat Menabung Anggota Baitul Maal wa Tamwil Istiqomah Karangrejo Tulungagung.**

Berdasarkan hasil penelitian, Religiusitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung anggota Baitul Maal wa Tamwil Istiqomah Karangrejo. Hal tersebut dibuktikan berdasarkan tabel *Coefficient* yang diperoleh nilai Sig. kurang dari  $\alpha$  dan  $t_{hitung}$  lebih dari  $t_{tabel}$ . Maka dapat disimpulkan bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima. Dengan demikian berarti variabel Religiusitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung anggota Baitul Maal wa Tamwil Istiqomah Karangrejo Tulungagung.

Hal tersebut juga dibuktikan dengan hasil koefisien regresi yang diperoleh nilai B dengan nilai positif atau memiliki pengaruh yang searah. Ini menandakan bahwa setiap penambahan untuk religiusitas maka minat menabung anggota Baitul Maal wa Tamwil juga akan meningkat pula. Begitu pula sebaliknya, jika mengalami penurunan dalam religiusitas, maka minat menabung anggota juga akan menurun pula. Religiusitas juga menjadi faktor yang mendorong minat anggota untuk menabung di Baitul Maal wa Tamwil Istiqomah Tulungagung.

Religiusitas menunjukkan seberapa jauh pengetahuan, seberapa kokoh keyakinan, dan seberapa dalam penghayatan atas agama yang dianutnya. Religiusitas merupakan sistem yang kompleks yang terdiri dari kepercayaan dan keyakinan yang tercermin dalam sikap. Seperti teori yang dikemukakan oleh *William J. Stanton*. Aspek religiusitas atau kepercayaan

seseorang akan mempengaruhi sikap seseorang dalam melakukan tindakan pembelian. Dalam hal ini menunjuk pada bentuk kegiatan menabung. Anggapan mereka bahwa menabung merupakan kegiatan pengendalian diri terhadap sikap konsumtif dan sebagai wujud syukur atas rezeki yang diberikan Tuhan.

Hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Kristiyadi yang berjudul “Pengaruh Kelompok Acuan, Religiusitas, Promosi dan Pengetahuan tentang Lembaga Keuangan Syariah terhadap Minat Menabung di Koperasi Jasa Keuangan Syariah” menunjukkan bahwa variabel religiusitas memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung.<sup>81</sup> Dari hasil uji hipotesis dapat diketahui bahwa variabel religiusitas memiliki nilai b sebesar 0,069. Ini menunjukkan bahwa setiap penambahan 1% tanggapan responden mengenai religiusitas maka akan mempengaruhi minat menabung sebesar 6,9%.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Religiusitas memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung anggota Baitul Maal wa Tamwil Istiqomah Karangrejo Tulungagung. Hal ini menunjukkan bahwa Religiusitas menunjukkan sikap seseorang untuk membiasakan hidup hemat dan sederhana sesuai dengan anjuran agama Islam.

---

<sup>81</sup> Kristiyadi, “Pengaruh Kelompok Acuan, Religiusitas, Promosi dan Pengetahuan tentang Lembaga Keuangan Syariah terhadap Minat Menabung di Koperasi Jasa Keuangan Syariah”, Jurnal Ekonomi dan Teknik Informatika Vol. 5 No. 9, Februari 2016, hal. 59

#### **D. Pengaruh Faktor Budaya, Religiusitas dan Kelas Sosial terhadap Minat Menabung Anggota Baitul Maal wa Tamwil Istiqomah Karangrejo Tulungagung**

Berdasarkan hasil penelitian, Faktor Budaya, Kelas Sosial dan Religiusitas berpengaruh secara bersama-sama (simultan) terhadap minat menabung anggota Baitul Maal wa Tamwil Istiqomah Karangrejo. Hal tersebut dibuktikan berdasarkan tabel ANOVA yang menunjukkan nilai  $\text{Sig.} < 0,05$ . Selain itu, dapat diketahui dengan nilai  $F_{\text{hitung}} > F_{\text{tabel}}$ . Hal ini berarti menolak  $H_0$  dan menerima  $H_a$ . Dengan demikian berarti variabel Faktor Budaya, Kelas Sosial dan Religiusitas berpengaruh secara bersama-sama (simultan) terhadap minat menabung anggota Baitul Maal wa Tamwil Istiqomah Karangrejo Tulungagung.

Minat dapat pula diartikan sebagai kecenderungan dalam diri individu untuk tertarik pada suatu objek atau menyenangi suatu objek. Minat sebagai objek kejiwaan bukan hanya mewarnai perilaku seseorang untuk melakukan aktifitas yang menyebabkan seseorang merasa tertarik kepada sesuatu. Dengan demikian, pengertian minat nasabah yaitu pengaruh eksternal, kesadaran akan kebutuhan, pengenalan produk, dan evaluasi alternatif adalah hal yang dapat menimbulkan minat beli konsumen. Pengaruh eksternal ini terdiri dari usaha pemasaran dan faktor sosial budaya. Hal ini sesuai dengan teori yang dikemukakan oleh *William J. Stanton* bahwa minat beli seseorang dipengaruhi oleh kekuatan sosial budaya dan kekuatan psikologis.



Hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Roni Andespa yang menunjukkan bahwa faktor budaya, kelas sosial dan religiusitas merupakan faktor yang mempengaruhi minat nasabah untuk menabung serta memiliki pengaruh yang simultan (bersama-sama) terhadap minat nasabah dalam menabung di Bank Syariah.<sup>82</sup> Faktor budaya merupakan penentu keinginan dan perilaku yang paling mendasar. Budaya merupakan penentu keinginan dan perilaku yang mendasar bagi nasabah. Kelas sosial menunjukkan preferensi dan merek yang berbeda dalam banyak hal. Dimana nilai, minat dan perilaku masyarakat di suatu daerah cenderung sama dan akan mempengaruhi perilakunya dalam mengkonsumsi produk dan jasa. Keyakinan atau religiusitas seseorang akan mempengaruhi mereka untuk menabung. Hal ini menunjukkan bahwa Religiusitas menunjukkan sikap seseorang untuk membiasakan hidup hemat dan sederhana sesuai dengan anjuran agama islam.

#### **E. Variabel yang paling dominan berpengaruh dalam peningkatan minat menabung anggota**

Dari variabel Faktor Budaya, Kelas Sosial dan Religiusitas yang berpengaruh dominan terhadap peningkatan minat menabung anggota Baitul Maal wa Tamwil Istiqomah Karangrejo Tulungagung adalah variabel religiusitas dengan nilai beta paling tinggi diantara variabel lainnya yaitu 0,501, sedangkan variabel Faktor Budaya sebesar 0,333 dan variabel kelas

---

<sup>82</sup> Roni Andespa, "*Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah dalam Menabung di Bank Syariah*", Provita Vol. 10 No. 1, April 2017, hal. 56

sosial sebesar 0,214. Adapun variabel yang lebih berpengaruh terhadap minat menabung anggota Baitul Maal wa Tamwil Istiqomah Karangrejo adalah variabel Religiusitas.

Hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Kristiadi pada tahun 2016 dengan judul Pengaruh Kelas Sosial, Religiusitas, Promosi dan Pengetahuan tentang Lembaga Keuangan Syariah terhadap Minat Menabung di Koperasi Jasa Keuangan Syariah. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa secara simultan keempat variabel mempengaruhi minat menabung sebesar 33,5 % dan dari penelitian ini juga diketahui bahwa variabel yang paling dominan adalah variabel religiusitas.<sup>83</sup>

Hal ini juga sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Chindy Audina Putribastumi pada tahun 2018 yang berjudul Pengaruh Budaya, Pengetahuan, dan Religiusitas terhadap Minat Menabung di BMT Ponorogo” menunjukkan bahwa variabel religiusitas adalah variabel yang paling berpengaruh terhadap Minat Menabung di BMT Ponorogo. Hal ini menunjukkan bahwa Religiusitas merupakan variabel yang paling dominan karena keyakinan seseorang di dalam agamanya untuk tidak bersikap boros akan mempengaruhi minat mereka dalam menabung di BMT.

---

<sup>83</sup> Kristiyadi, “Pengaruh Kelas Sosial, Religiusitas, Promosi dan Pengetahuan tentang Lembaga Keuangan Syariah terhadap Minat Menabung di Koperasi Jasa Keuangan Syariah”, Jurnal Ekonomi dan Teknik Informatika Vol. 5 No. 9, Februari 2016, hal. 59