

**PENGARUH BAGI HASIL DAN LOKASI TERHADAP KEPUTUSAN
MENABUNG ANGGOTA BMT-UGT SIDOGIRI CAPEM
PESANGGARAN KABUPATEN BANGYUWANGI**

Abil Hasan¹, Edy Sujoko²

*Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Insutitut Agama Islam Darussalam
Blokagung Banyuwangi*

Email: abilhasan128@gmail.com¹, edysujoko@iaida.ac.id²

Abstract

The purpose of this study is to find out whether the revenue sharing (X1) and location (X2) influence the decision to save members (Y) BMT-UGT Sidogiri Capem Pesanggaran Banyuwangi Regency. This type of research is quantitative with the hypothesis testing research approach, this approach is divided into 3 namely new hypothesis testing research, replication research, replication extension research. In this study using replication research techniques because it examines the hypotheses that have been developed by other researchers and re-tests in different areas or situations. Data analysis using the multiple regression formula manually and also SPSS assistance. The results of the study are the results (X1) and location (X2) significant and positive effect on the decision to save members (Y) BMT-UGT Sidogiri Capanggaran Pesanggaran Banyuwangi Regency.

Keywords: Revenue Share, Location, Decision to Save

Abstrak

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah bagi hasil (X1) dan lokasi (X2) mempengaruhi keputusan menabung anggota (Y) BMT-UGT Sidogiri Capem Pesanggaran Kabupaten Banyuwangi. Jenis penelitian ini ialah kuantitatif dengan pendekatan hypothesis testing research, pendekatan ini dibagi menjadi 3 yaitu penelitian pengujian hipotesis baru, penelitian replikasi, penelitian replikasi ekstensi. Dalam penelitian ini menggunakan teknik penelitian replikasi karena meneliti ulang hipotesis-hipotesis yang telah dikembangkan oleh peneliti lainnya dan melakukan pengujian ulang pada daerah atau situasi yang berbeda. Analisis data menggunakan rumus regresi ganda secara manual dan juga bantuan SPSS. Hasil penelitian yakni bagi hasil (X1) dan lokasi (X2) berpengaruh signifikan dan positif terhadap keputusan menabung anggota (Y) BMT-UGT Sidogiri Capem Pesanggaran Kabupaten Banyuwangi.

Kata Kunci: Bagi Hasil, Lokasi, Keputusan Menabung

A. PENDAHULUAN

Persaingan antar lembaga keuangan saat ini semakin meningkat, hal ini dapat dilihat dari banyaknya pendirian cabang-cabang lain dan juga cabang pembantu. Begitu juga dengan lembaga keuangan syariah, tidak hanya bersaing dengan sesama

lembaga keuangan syariah namun bersaing juga dengan lembaga keuangan konvensional, asing dan lembaga keuangan lainnya. Semakin banyaknya lembaga keuangan yang didirikan maka akan meningkatkan taraf persaingan antar lembaga keuangan (Yasri, 2012:19-20).

Banyak bank-bank konvensional yang dilikuidasi karena mengalami *negative spread* (tingkat suku bunga yang lebih rendah dari pada tingkat suku bunga tabungan) pada tahun 1962-1963 saat Indonesia mengalami krisis moneter. Namun hanya lembaga keuangan syariah yang menggunakan sistem bagi hasil yang dapat bertahan karena tidak di bebani kewajibannya untuk membayar bunga simpanan kepada nasabah. Lembaga keuangan syariah dapat menunjukan kinerja yang relatif lebih baik di dibandingkan bank konvensional (Abhimantra dkk, 2013:170).

Persaingan ketat dalam dunia perbankan antara lembaga keuangan syariah dan konvensional dalam merangsang minat masyarakat untuk menabung dilakukan dengan berbagai strategi untuk menghimpun dana dari masyarakat. Strategi ini dilakukan dengan variasi produk, lokasi/tempat yang strategis, bagi hasil, penawaran tingkat bunga yang cukup tinggi, pembukaan kantor cabang, undian hadiah dan kampanye di media masa (Abhimantra dkk, 2013:171).

Sebenarnya produk-produk yang ada dalam lembaga konvensional dan syariah hampir mirip. Namun terdapat perbedaan dalam prinsip, sistem dan prakteknya, karena dalam lembaga keuangan yang berprinsip syariah terdapat larangan *riba*, *gharar* dan *maysir* (Ekaningsih, 2016:8). Seperti dalam firman Allah SWT. surah Al-Baqarah: 275 sebagai berikut:

الَّذِينَ يَأْكُلُونَ الرِّبَا لَا يَقُومُونَ إِلَّا كَمَا يَقُومُ الَّذِي يَتَخَبَّطُهُ الشَّيْطَانُ مَنَآلِمًا ذَلِكَ بَأْنَهُمْ قَالُوا إِنَّمَا الْبَيْعُ مِثْلُ الرِّبَا وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا فَمَنْ جَاءَهُ مَوْعِظَةٌ مِنْ رَبِّهِ فَانْتَهَى فَلَهُ مَا سَلَفَ وَأَمْرُهُ إِلَى اللَّهِ وَمَنْ عَادَ فَأُولَئِكَ أَصْحَابُ النَّارِ هُمْ فِيهَا خَالِدُونَ

Artinya: “Orang-orang yang makan (mengambil) *riba* tidak bisa berdiri kecuali berdirinya seperti orang yang kerasukan syaitan lantaran (tekanan) penyakit gila. Keadaan mereka yang seperti itu, adalah dikarenakan mereka berkata (berpendapat), sesungguhnya jual beli itu sama dengan *riba*, padahal Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan *riba*. Orang-orang yang telah melakukan larangan dari Tuhannya, lalu ia berhenti (dari mengambil *riba*), maka baginya apa yang telah diambilnya dahulu (sebelum datang larangan); dan urusannya (terserah) kepada Allah. Orang yang kembali (mengambil *riba*), maka orang itu adalah penghuni-penghuni neraka; mereka kekal di dalamnya”(KEMENAG-RI, 2015:2).

Maksud dari ayat di atas yaitu, apabila orang-orang mengambil riba maka mereka akan bangkit dari kubur layaknya bangkitnya orang yang kemasukan setan karena penyakit gila yang menyerang mereka. Semua itu dikarenakan mereka mengatakan bahwa jual beli itu sama seperti riba dalam hal diperbolehkannya padahal dalam firman Allah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba (Tafsir Jalalayn, 2019).

Perkembangan perbankan non Bank Syariah di Indonesia yang begitu pesat mendorong perkembangan lembaga keuangan non bank syariah lainnya seperti antara lain asuransi syariah, lembaga pembiayaan syariah, pegadaian syariah, koperasi syariah dan juga lembaga keuangan mikro syariah yang sering disebut dengan *Baitul Mal wat Tamwil* (BMT) yaitu lembaga keuangan mikro yang berbadan hukum koperasi syariah atau koperasi jasa keuangan syariah (KJKS) (Wiroso, 2010:1). Perkembangan ini dapat dilihat dari jumlah perusahaan syariah sebanyak 67 unit dan jumlah perusahaan unit usaha syariah sebanyak 96 unit dengan total aset Rp. 98,186 (Ojk, 2018). Perkembangan ini juga membangkitkan kesadaran masyarakat muslim akan riba yang secara tegas dilarang dalam Al-Qur'an, perkembangan perbankan Syariah tentunya akan semakin membuat masyarakat memiliki pilihan untuk menentukan keputusannya dalam menyimpan dananya (Ilmi, 2002:1).

Pengambilan keputusan merupakan suatu kegiatan individu yang secara langsung terlibat dalam mendapatkan dan mempergunakan barang yang ditawarkan. Keputusan juga harus menjawab pertanyaan, tentang apa yang harus dan dilakukan dan apa yang dibicarakan dalam hubungannya dengan perencanaan. Keputusan dapat merupakan tindakan terhadap pelaksanaan yang sangat menyimpang dari rencana semula. Keputusan yang baik pada dasarnya dapat digunakan membuat rencana dengan baik pula (Putri, 2016:25). Pengambilan keputusan memiliki lima tahap yaitu pengenalan masalah, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian dan perilaku pasca pembelian (Kotler dan Keller, 2018:234).

BMT-UGT Sidogiri Capem Pesanggaran Kabupaten Banyuwangi merupakan salah satu lembaga keuangan yang berlandaskan prinsip syariah Islam. Hal ini dapat dilihat dari produk-produk dan juga akad yang digunakan dalam kegiatan transaksi.

Pada dasarnya ada 2 jenis produk yang ditawarkan oleh BMT yaitu tabungan dan pembiayaan. Produk tabungan yang ditawarkan ini menggunakan sistem bagi hasil yang memberikan dan menawarkan keuntungan, keadilan, manfaat sesuai syariat Islam dan menghindari riba, *gharar*, dan *maysir*. Hal ini sesuai situasi dan kondisi di sekitar BMT-UGT Sidogiri Capem Pesanggaran Kabupaten Banyuwangi yang mana merupakan tempat bertemunya penjual dan pembeli (pasar) dan toko-toko berdiri disepanjang jalan, yang cukup ramai dalam kegiatan jual beli barang dan jasa sehingga para pengusaha ekonomi mikro pastinya membutuhkan tempat untuk menyimpan dananya untuk keperluan dimasa mendatang ataupun perkembangan usahanya. Setiap individu memiliki sikap dan pemikiran yang berbeda dalam menilai sesuatu begitu juga dalam menilai lembaga keuangan yang akan digunakan sebagai tempat menyimpan dananya.

Bagi hasil selain untuk menghindari praktik riba yang ada pada lembaga keuangan konvensional, menjadi variabel yang mempengaruhi keputusan menabung dikarenakan oleh tingkat keuntungan, kemudahan, keadilan yang akan diperoleh anggota/nasabah. Hasil tersebut sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Muhammad Afief Amrullah (2016) dan Susanti Mei Diana (2017) dengan hasil penelitian terdapat pengaruh signifikan dari variabel bagi hasil terhadap keputusan menabung.

Lokasi menjadi salah satu variabel yang mempengaruhi keputusan menabung dikarenakan adanya kedekatan antara rumah nasabah dengan lokasi lembaga keuangan dan lokasi yang mudah dijangkau oleh kendaraan serta kondisi gedung dengan adanya pengaturan ruang, pemeliharaan gedung sehingga membuat nasabah menjadi nyaman (Yulianto, 2009:313). Hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Muh. Afief Amrullah (2016) dengan hasil penelitian terdapat pengaruh signifikan dari variabel lokasi terhadap keputusan menabung. Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan di atas, maka penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah ada pengaruh bagi hasil dan lokasi terhadap keputusan menabung anggota BMT-UGT Sidogiri Capem Pesanggaran Kabupaten Banyuwangi.

B. LANDASAN TEORI

1. Lembaga Keuangan Syariah Non Bank

Lembaga keuangan adalah lembaga yang fungsinya mengelola keuangan yang dihimpun dari masyarakat dan didistribusikan kembali kepada masyarakat yaitu dari pihak kelebihan dana (*unit surplus*) kepada pihak kekurangan dana (*unit deficit*). Dalam hal ini lembaga keuangan mempunyai peran sebagai mediator permodalan (*financial intermediaries*) antara pihak rumah tangga, pemerintah, dan dunia usaha (pengusaha) (Ekaningsih dkk, 2016:1). Lembaga keuangan Non Bank di Indonesia yang secara prakteknya menggunakan prinsip syariah diantaranya yaitu *Baitul mal wat tamwil* (BMT) dan masih banyak yang lain seperti koperasi syariah, asuransi syariah, pegadaian syariah dan lainnya. Dalam penelitian ini lebih fokus membahas pada *Baitul Mal Wat Tamwil* (BMT) (Ekaningsih dkk, 2016:7).

BMT adalah lembaga keuangan yang menggunakan pola bagi hasil dalam transaksinya, bagi hasil adalah suatu sistem/cara mengelola hasil usaha antara penyedia dana dengan pengelola dana. Bagi hasil juga dapat disebut sistem dimana dilakukannya perjanjian atau ikatan bersama di dalam melakukan kegiatan usaha. Di dalam usaha tersebut diperjanjikan adanya pembagian hasil atas keuntungan yang akan didapat antara kedua belah pihak (Putri dkk, 2019:2). Adapun produk yang menggunakan sistem bagi hasil yaitu:

- a. *Mudharabah*
- b. *Musyarakah*, akad *musyarakah* dibagi menjadi 4 yaitu, *syirkah al-inan*, *ayirkah al-abdan*, *syirkah al-mufawadah*, *syirkah al-wujuh*
- c. *Tijaroh* (jual beli), akad *tijaroh* dibagi menjadi 2: *murabahah*, *istishna'*
- d. *Ijaroh* (sewa)
- e. *Fee-based service* (prinsip jasa), pada prinsip jasa terdapat beberapa akad: *wakalah*, *kafalah*, *hawalah*, *rahn*, *qardh*

2. Manajemen Pemasaran

Menurut Kotler dan Armstrong (2009:135) terdapat 3 tujuan *marketing mix* yaitu periklanan (*advertising*), promosi (*sales promotion*), pemasaran langsung (*direct marketing*). *Marketing mix* menggunakan konsep 4P yakni konsep marketing yang berfokus pada 4 hal yaitu *product* (produk), *price* (harga), *place* (tempat), *promotion* (promosi). Namun dikarenakan perkembangan keadaan pasar

saat ini banyak pengamat yang merasa perlu ditambahkannya poin lain dari konsep tersebut. Hingga dipopulerkan istilah *marketing mix 7P* dengan penambahan *process* (proses), *people* (orang), *physical evidence* (bukti fisik).

a. Lokasi

Menurut Lupiyoadi (2009:61) yang dikutip oleh Diana (2017) Lokasi adalah tempat dimana perusahaan harus bermarkas melakukan operasi, Jadi lokasi adalah tempat dimana suatu jenis usaha akan dilaksanakan. Lokasi adalah aspek penting dari strategi saluran, Lokasi yang bagus memudahkan akses ke tempat usaha menarik banyak konsumen.

Sedangkan menurut Wahjono (2010:126) yang dikutip oleh Diana (2017:41) dalam pemasaran bank, lokasi adalah jejaring (*net working*) dimana produk dan jasa bank disediakan dan dapat dimanfaatkan oleh nasabah. Secara umum tujuan strategi lokasi adalah untuk memaksimalkan keuntungan Yang diperoleh, lokasi menjadi salah satu yang mempengaruhi nasabah untuk menabung di bank dikarenakan kedekatan antara rumah nasabah dengan lokasi bank dan lokasi yang mudah dijangkau oleh kendaraan serta kondisi gedung dengan adanya pengatur ruangan, pemeliharaan gedung sehingga membuat nasabah merasa nyaman.

Penentuan lokasi pada hakikatnya adalah untuk mendekatkan diri dengan nasabah, baik nasabah sumber dana maupun nasabah kredit, namun selain itu terdapat beberapa tujuan dalam penentuan lokasi bank, yaitu:

- 1) Memudahkan pelayanan;
- 2) Kemudahan pemasangan dan ketersambungan dengan jejaring teknologi;
- 3) Lokasi memungkinkan bank menata kantor dan tata letak *in/out-door* dengan leluasa;
- 4) Tata letak di dalam kantor memungkinkan sistem antrian yang efektif tapi sekaligus efisien;
- 5) Memudahkan tenaga kerja penggerak kantor bank dalam mencapainya (Wahjono, 2010:128).

3. Perilaku konsumen

James F. Engel, mengungkapkan bahwa perilaku seorang konsumen dapat diartikan sebagai suatu kegiatan individu yang secara langsung terlibat dalam

mendapatkan dan mempergunakan suatu barang-barang dan jasa-jasa. Ada dua elemen penting dari arti perilaku konsumen diatas, yaitu suatu proses pengambilan keputusan dan kegiatan yang semua itu melibatkan individu dalam menilai, mendapatkan, dan mempergunakan suatu barang dan jasa ekonomis (Swastha dan Handoko, 2000:10).

a. Keputusan Konsumen

Pengambilan keputusan konsumen pada dasarnya merupakan proses pemecahan masalah. Keputusan konsumen merupakan sikap dari seorang konsumen untuk membeli atau menggunakan suatu produk baik itu berupa barang maupun jasa yang sudah diyakini akan memuaskan dirinya dan kesediaan menggunakan resiko-resiko yang mungkin akan timbul (Boyd, 2000:120).

Keputusan pembelian merupakan sebuah keputusan seseorang dalam memilih salah satu dari beberapa alternative pilihan yang sudah ada. Dengan adanya berbagai pilihan yang ditawarkan konsumen dapat mengambil keputusan yang terbaik dari yang ditawarkan (Schiffman dan Kanuk, 2008:485).

b. Proses pengambilan keputusan

Sebelum konsumen mengambil keputusan dalam membeli atau menggunakan produk terdapat beberapa proses pembelian yang harus dilalui yaitu pengenalan masalah kebutuhan, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian, dan perilaku pasca pembelian.

C. METODE PENELITIAN

1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan adalah kuantitatif menggunakan pendekatan *hypothesis testing research*, pendekatan ini dibagi menjadi 3 yaitu, penelitian pengujian hipotesis baru, penelitian replikasi, penelitian replikasi ekstensi (Ferdinand, 2013:10). Penelitian ini adalah suatu jenis penelitian yang mereplikasikan penelitian orang lain dalam artian meneliti ulang hipotesis-hipotesis yang telah dikembangkan oleh peneliti lainnya dan melakukan pengujian ulang pada daerah atau situasi yang berbeda, maka menggunakan penelitian replikasi (Ferdinand, 2013:10). Penelitian ini menggunakan pendekatan *hypothesis testing*

research guna menguji ulang hipotesis yang ada secara parsial dan juga simultan, berikut adalah hipotesis pada penelitian ini:

- a. Diduga terdapat pengaruh pada variabel bagi hasil (X_1) dan lokasi (X_2) terhadap keputusan menabung (Y) anggota BMT-UGT Sidogiri Capem Pesanggaran kabupaten Banyuwangi.
- b. Diduga tidak terdapat pengaruh pada variabel bagi hasil (X_1) dan lokasi (X_2) terhadap keputusan menabung (Y) anggota BMT-UGT Sidogiri Capem Pesanggaran kabupaten Banyuwangi.

2. Lokasi

Waktu penelitian ini dilaksanakan mulai pada tanggal 01 Maret sampai dengan 30 Agustus 2020. Bertempat di BMT-UGT Sidogiri Cabang Pembantu Pesanggaran Dusun Krajan Desa Pesanggaran Kecamatan Pesanggaran Kabupaten Banyuwangi Jawa Timur.

3. Sumber Data

Menurut Arikunto (2010:96) sumber data adalah subyek darimana data diperoleh. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan angket sebagai alat untuk pengumpulan data penelitian. Data tersebut diperoleh dari anggota yang menabung di BMT-UGT Sidogiri Capem Pesanggaran Kabupaten Banyuwangi. Selain itu menggali data dari dokumen-dokumen, jurnal, buku, penelitian terdahulu dan arsip-arsip yang diperlukan.

4. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dapat disebut juga cara atau metode yang digunakan untuk memperoleh data dengan benar yang nantinya akan sangat berguna bagi hasil penelitian yang dilaksanakan (Subagiyo, 2017:82). Teknik pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan teknik penyebaran kuesioner, wawancara, dokumentasi dan observasi.

5. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data adalah cara dalam melaksanakan analisis terhadap data, untuk tujuan mengolah data yang ada untuk menjawab rumusan masalah (Subagiyo, 2017:100). Oleh karena itu, setelah semua data yang dibutuhkan terkumpul maka data tersebut dianalisis menggunakan regresi berganda. Analisis regresi berganda

adalah suatu peramalan keadaan variabel dependen, bila dua atau lebih variabel independen sebagai faktor prediktor dimanipulasi (Sugiyono, 2006:250).

D. HASIL PENELITIAN

1. Hasil Uji Parsial

Tabel 1. Hasil Uji Signifikansi

		Keputusan Menabung	Bagi hasil	Lokasi
Pearson <i>Correlation</i>	Keputusan Menabung	1,000	0,654	0,630
	Bagi hasil	0,654	1,000	0,637
	Lokasi	0,630	0,637	1,000
Sig. (1-tailed)	Keputusan Menabung		0,000	0,000
	Bagi hasil	0,000		0,000
	Lokasi	0,000	0,000	
N	Keputusan Menabung	30	30	30
	Bagi hasil	30	30	30
	Lokasi	30	30	30

Sumber: Data diolah, 2020

- a. Hasil corelation variabel Bagi Hasil (X_1) dengan Keputusan Menabung (Y). Nilai diperoleh 0,654 yang digunakan untuk membuktikan hipotesis: Apakah Bagi Hasil (X_1) berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Menabung (Y) anggota BMT UGT Sidogiri Capem Pesanggaran.

- 1) Uji signifikansi ditunjukkan oleh tabel *correlations*. Hipotesis penelitian yang diuji dirumuskan secara statistik sebagai berikut:

$$H_a : r_{x_1y} \neq 0$$

$$H_o : r_{x_1y} = 0$$

Hipotesis bentuk kalimat:

H_a : ada pengaruh pada variabel Bagi Hasil (X_1) terhadap keputusan menabung anggota BMT UGT Sidogiri Capem Pesanggaran.

H_o : tidak ada pengaruh pada variabel Bagi Hasil (X_1) terhadap keputusan menabung anggota BMT UGT Sidogiri Capem Pesanggaran.

Kaidah keputusan:

- a) Jika nilai probabilitas 0,05 lebih kecil atau sama dengan nilai probabilitas sig, maka H_o diterima dan H_a ditolak

- b) Jika nilai probabilitas 0,05 lebih besar atau sama dengan nilai probabilitas sig, maka H_a diterima dan H_o ditolak

Tabel *correlation* pada variabel Bagi Hasil diperoleh nilai sig. (2 tailed) sebesar 0,000, kemudian dibandingkan dengan nilai probabilitas 0,05 ternyata ($0,05 > 0,000$), maka H_a diterima dan H_o ditolak yang artinya variabel Bagi Hasil berpengaruh signifikan.

- b. Hasil *correlation* variabel Lokasi (X_2) dengan Keputusan Menabung (Y). Diperoleh nilai sebesar 0,630 yang digunakan untuk membuktikan hipotesis: Apakah Lokasi (X_2) berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Menabung (Y) anggota BMT UGT Sidogiri Capem Pesanggaran.

- 1) Uji signifikansi ditunjukkan oleh tabel *correlations*. Hipotesis yang diuji dirumuskan secara statistik berikut:

$$H_a : r_{x_2y} \neq 0$$

$$H_o : r_{x_2y} = 0$$

Hipotesis bentuk kalimat:

H_a : ada pengaruh pada variabel Lokasi (X_2) terhadap Keputusan Menabung Anggota BMT UGT Sidogiri Capem Pesanggaran.

H_o : tidak ada pengaruh pada variabel Lokasi (X_2) terhadap Keputusan Menabung Anggota BMT UGT Sidogiri Capem Pesanggaran.

Kaidah keputusan:

- a) Jika nilai probabilitas 0,05 lebih kecil atau sama dengan nilai probabilitas Sig, maka H_o diterima dan H_a ditolak.
 b) Jika nilai probabilitas 0,05 lebih besar atau sama dengan nilai probabilitas Sig, maka H_a diterima dan H_o ditolak.

Tabel *correlation* pada variabel Lokasi (X_2) diperoleh nilai Sig. (2-tailed) sebesar 0,000, kemudian dibandingkan dengan nilai probabilitas 0,05 ternyata ($0,05 > 0,000$), maka H_a diterima dan H_o ditolak yang artinya berpengaruh signifikan.

2. Uji Simultan

Uji simultan digunakan untuk mengetahui pengaruh secara bersama-sama dari masing masing variabel independen terhadap variabel dependen. Hasil uji simultan dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 2. Hasil Uji F

	Model	Sum of Square	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regresi	217,561	2	108,780	13,731	0,000
	Residual	213,906	27	7,922		
	Total	431	29			

Sumber data SPSS, 2019

Hasil uji anova, bagian ini menampilkan nilai $F = 13,731$ dengan tingkat probabilitas $\text{sig.} = 0,000$. Oleh karena probabilitas (0,000) jauh lebih kecil dari 0,05, maka model regresi ganda dilakukan untuk memprediksi keputusan menabung (Y). Hipotesis yang diuji adalah:

H_0 : Tidak ada pengaruh antara bagi hasil dan lokasi terhadap keputusan menabung BMT UGT Sidogiri Capem Pesanggaran

H_a : Ada pengaruh antara bagi hasil dan lokasi terhadap keputusan menabung BMT UGT Sidogiri Capem Pesanggaran

Data dikatakan berpengaruh signifikan apabila $F_{\text{hitung}} > F_{\text{tabel}}$ maka dapat disimpulkan menolak H_0 dan menerima H_a . Dibuktikan dari tabel anova diatas $F_{\text{hitung}} = 13,731$ sedangkan $F_{\text{tabel}} = 3,354$ yang berarti bagi hasil (X_1) dan lokasi (X_2) berpengaruh signifikan terhadap keputusan menabung anggota BMT-UGT Capem Pesanggaran (Y).

3. Koefisien Determinasi (R^2)

Uji koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk melihat seberapa besar pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Adapun hasil uji R^2 dapat dilihat pada tabel di bawah ini.

Tabel 3. Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	0,710	0,504	0,468	2,815

Sumber data SPSS, 2019

Hasil dari tabel model summary, bagian ini menampilkan nilai $R = 0,710$ dan koefisien determinasi (R_{square}) sebesar 0,504. Ini menunjukkan bahwa keputusan

menabung (Y) dipengaruhi sebesar 50,4 % oleh variabel bagi hasil (X_1) dan lokasi (X_2) sedangkan sisanya ($100\% - 50,4\% = 49,6\%$) dipengaruhi oleh sebab-sebab lain.

E. PEMBAHASAN

1. Apakah Bagi Hasil (X_1) Berpengaruh Signifikan terhadap Keputusan Menabung Anggota (Y) BMT-UGT Sidogiri Capem Pesanggaran Kabupaten Banyuwangi.

Berdasarkan hasil uji regresi ganda menggunakan SPSS 23 *correlation* didapat hasil uji parsial antara variabel Bagi Hasil (X_1) terhadap Keputusan Menabung (Y) dengan nilai sig.(2-tailed) sebesar 0,000 sedangkan nilai probabilitas sebesar 0,05 yang artinya adalah nilai probabilitas $\geq$ probabilitas sig.(2-tailed). Maka dapat diambil kesimpulan bahwasannya terdapat pengaruh signifikan pada variabel Bagi Hasil (X_1) terhadap Keputusan Menabung Anggota (Y). Adapun faktor-faktor yang mempengaruhi adalah:

- a. Menguntungkan, maksudnya yaitu mendapat penambahan saldo dari pemberian bagi hasil yang diberikan BMT dan juga jelas bagi hasilnya.
- b. Memudahkan, maksudnya memberi kenyamanan dalam bertransaksi dengan memberikan pelayanan yang baik, sistem jemput bola.
- c. Bermanfaat, maksudnya yaitu memberikan manfaat ekonomi dikarenakan diberikan penambahan bagi hasil setiap bulannya.
- d. Adil, maksudnya yaitu adil dalam pembagian hasil dan telah disepakati oleh kedua belah pihak dengan akad-akad sesuai syariat Islam.

Hal ini sesuai dengan penelitian yang telah dilakukan oleh Muhammad Afief Amrullah (2016), Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh secara simultan pada variabel bagi hasil, lokasi, citra merek terhadap proses keputusan menabung. Hasil penelitian ini juga menemukan bahwa secara parsial pada uji determinasi terdapat pengaruh sebesar 65,7% dari variabel bagi hasil, lokasi dan citra merek terhadap keputusan menabung. Sedangkan sebanyak 34,4% dipengaruhi variabel lainnya.

Dan penelitian yang dilakukan oleh Susanti Mei Diana (2017), hasil penelitian ini berdasarkan uji t menyatakan bahwasannya variabel pengetahuan, kualitas pelayanan, bagi hasil berpengaruh signifikan terhadap keputusan

menabung, sedangkan variabel lokasi tidak berpengaruh terhadap keputusan menabung karena nilai signifikansi $\geq \alpha$ ($0,308 \geq 0,05$).

2. Apakah Lokasi (X₂) Berpengaruh Signifikan terhadap Keputusan Menabung Anggota (Y) BMT-UGT Sidogiri Capem Pesanggaran Kabupaten Banyuwangi.

Berdasarkan hasil uji regresi ganda menggunakan SPSS 23 *correlation* didapat hasil uji parsial antara variabel Lokasi (X₂) terhadap Keputusan Menabung (Y) dengan nilai sig.(2-tailed) sebesar 0,000 sedangkan nilai probabilitas sebesar 0,05 yang artinya adalah nilai probabilitas $\geq$ probabilitas sig.(2-tailed). Maka dapat diambil kesimpulan bahwasannya terdapat pengaruh signifikan pada variabel Lokasi (X₂) terhadap Keputusan Menabung Anggota (Y). Adapun faktor-faktor yang mempengaruhi yaitu:

- a. Akses, maksudnya yaitu mudah dijangkau, dekat dengan pasar, dekat dengan rumah, dekat dengan kantor atau tempat kerja.
- b. Visibilitas, maksudnya yaitu terlihat dengan jelas dari tepi jalan.
- c. Tempat parkir, memiliki tempat parkir yang luas dan aman bagi anggota.

Hal ini sesuai dengan penelitian yang telah dilakukan oleh Muhammad Afief Amrullah (2016), Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh secara simultan pada variabel bagi hasil, lokasi, citra merek terhadap proses keputusan menabung. Hasil penelitian ini juga menemukan bahwa secara parsial pada uji determinasi terdapat pengaruh sebesar 65,7% dari variabel bagi hasil, lokasi dan citra merek terhadap keputusan menabung. Sedangkan sebanyak 34,4% dipengaruhi variabel lainnya.

Eka Sukma Fitri Cahyani (2016), Hasil penelitian didapat nilai R square sebesar 0,935 menunjukkan bahwa 93,5% variabel bebas (X₁, X₂, X₃ dan X₄) secara bersama-sama mempunyai pengaruh terhadap variabel terikat (Y), sedangkan sisanya 6,5% keputusan konsumen dijelaskan oleh sebab-sebab lain di luar penelitian. Melalui analisis uji t, masing-masing variabel X memiliki nilai t-hitung $>$ t-tabel, dimana yang memiliki nilai t hitung tertinggi adalah variabel Lokasi (X₃) yaitu sebesar 3,214 (32,14%) dan nilai t hitung terendah adalah variabel Produk (X₄) yaitu sebesar 2,090 (20,90%). Sedangkan hasil analisis uji F menunjukkan bahwa F-hitung $>$ F-tabel dengan nilai 357,902 $>$ 2,47 yang berarti

variabel X (Produk, promosi, tempat, proses, dan bukti fisik) berpengaruh signifikan terhadap keputusan konsumen.

Susanti Mei Diana (2017), hasil penelitian ini berdasarkan uji t menyatakan bahwasannya variabel pengetahuan, kualitas pelayanan, bagi hasil berpengaruh signifikan terhadap keputusan menabung, sedangkan variabel lokasi tidak berpengaruh terhadap keputusan menabung karena nilai signifikansi $\geq \alpha$ ($0,308 \geq 0,05$).

Dan Eka Nopitasari (2017), Untuk variabel dependen (Y) dari penelitian ini adalah keputusan menabung nasabah. Untuk variabel independen (X) meliputi : lokasi (X1), produk (X2), reputasi (X3), dan pelayanan (X4). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara simultan ketiga variabel berpengaruh signifikan terhadap keputusan menabung nasabah. Sedangkan Pelayanan secara parsial tidak berpengaruh terhadap keputusan nasabah memilih bank syariah.

3. Apakah Bagi Hasil (X₁) dan Lokasi (X₂) Berpengaruh Signifikan Secara Simultan terhadap Keputusan Menabung Anggota (Y) BMT-UGT Sidogiri Capem Pesanggaran kabupaten Banyuwangi.

Berdasarkan hasil uji regresi ganda menggunakan SPSS 23 pada tabel *Anova* didapat hasil uji simultan antara variabel Bagi Hasil (X₁) dan Lokasi (X₂) terhadap Keputusan Menabung (Y) dengan nilai F_{hitung} sebesar 13,731 dengan tingkat sig.(2-tailed) sebesar 0,000 sedangkan nilai probabilitas sebesar 0,05 yang artinya adalah nilai probabilitas $\geq$ probabilitas sig.(2-tailed). Maka dapat diambil kesimpulan bahwasannya terdapat pengaruh signifikan secara simultan pada variabel Bagi Hasil (X₁) dan Lokasi (X₂) terhadap Keputusan Menabung Anggota (Y). Adapun faktor-faktor yang memengaruhi keputusan yaitu:

- a. Pengenalan masalah, sebelum mengambil keputusan seorang anggota harus mengenali kebutuhan mendasar dan psikologis dirinya.
- b. Mencari informasi, sebelum memilih sebaiknya seorang anggota mencari informasi yang terpercaya terlebih dahulu seperti dari teman, promosi, organisasi, atau mendatangi langsung.
- c. Evaluasi alternatif, mengevaluasi alternatif-alternatif yang ada sehingga dapat meminimalisir kerugian.

- d. Keputusan pembelian, kemudian menentukan apakah membeli atau menggunakan produk, dan jasa yang telah ditawarkan.
- e. Pasca pembelian, mengevaluasi apakah setelah menggunakan produk dan jasa yang di tawarkan sesuai kebutuhan atau tidak.

Hal ini sesuai dengan penelitian yang telah dilakukan oleh Muhammad Afief Amrullah (2016), Eka Sukma Fitri Cahyani (2016), Susanti Mei Diana (2017) dan Eka Nopitasari (2017) yang menyatakan bahwasannya variabel bagi hasil dan lokasi berpengaruh signifikan terhadap keputusan menabung anggota/nasabah.

F. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil dari penelitian yang berjudul Pengaruh Bagi Hasil (X_1) dan Lokasi (X_2) terhadap Keputusan Menabung Anggota (Y) BMT-UGT Sidogiri Capem Pesanggaran kabupaten Banyuwangi, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Bagi hasil secara parsial berpengaruh signifikan dan positif terhadap keputusan menabung anggota BMT-UGT Sidogiri Capem Pesanggaran Kabupaten Banyuwangi. Adapun faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan menabung anggota yaitu: Menguntungkan, Memberikan kemudahan, Bermanfaat, adil.
2. Lokasi secara parsial berpengaruh signifikan dan positif terhadap keputusan menabung anggota BMT-UGT Sidogiri Capem Pesanggaran Kabupaten Banyuwangi. Adapun faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan menabung anggota yaitu: Akses transportasi yang mudah karena dekat dengan rumah, pasar, toko, tempat kerja, visibilitas, dan juga tempat parkir yang mencukupi.
3. Bagi hasil dan Lokasi secara simultan berpengaruh signifikan dan positif terhadap keputusan menabung anggota BMT-UGT Sidogiri Capem Pesanggaran Kabupaten Banyuwangi.

DAFTAR PUSTAKA

- Abhimantra, A.,Maulina. A. R., dan Agustianingsih.E. 2013. *Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Nasabah (mahasiswa) dalam Memilih Menabung pada Bank Syariah.jurnal Proceeding PESAT (Psikologi, Ekonomi, Sastra, Arsitektur & Teknik Sipil)* Vol. 5 170-177.
- Alma, Buchori & Priansa, Donni Juni. 2014. *Manajemen Bisnis Syariah*. Bandung: Alfabeta.

- Amrullah, Muhammad Afief. 2016. *Pengaruh Bagi Hasil, Lokasi dan Citra Merek terhadap Proses Keputusan Menabung (Studi Kasus Produk Tabungan IB Hasanah Mahasiswa Pada BNI Syariah Cabang Banjarmasin)*. UIN.
- Arikunto, S. 2010. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Basu Swastha Dharmmesta, T. Hani Handoko. 2000. *Manajemen Pemasaran: Analisa perilaku konsumen*. Edisi Pertama Cetakan Ketiga. Yogyakarta: BPFYogyakarta.
- Boyd, Harper W, dkk. 2000. *Manajemen Pemasaran*. Edisi kedua. Erlangga. Jakarta.
- Diana, Susanti Mei. 2017. *Pengaruh Pengetahuan, Lokasi, Kualitas, Pelayanan dan Bagi Hasil terhadap Keputusan Anggota Menabung di BMT Umat Sejahtera Kalijambe*. IAIN SURAKARTA.
- Ekaningsih, Lelyana Ferawati, Dkk. 2016. *Lembaga Keuangan Syariah Bank & Non Bank*. Surabaya: Kopertais Press.
- Fahrudin, Muhammad Fajar. 2015. *Pengaruh Promosi, Lokasi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Nasabah Menabung Pada Bank Mandiri di Surabaya*. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE).
- Fatwa DSN-MUI, No: 14/DSN-MUI/IX/2000. *Tentang Sistem Distribusi Hasil Usaha Dalam Lembaga Keuangan Syaria'ah*.
- Fatwa DSN-MUI, No: 15/DSN-MUI/IX/2000. *Prinsip Distribusi Hasil Usaha Dalam Lembaga Keuangan Syaria'ah*.
- Ferdinand, Agusty. 2013. *Metodo Penelitian Manajemen Pedoman Penelitian untuk Penulisan Penelitian, Tesis, dan Disertasi Ilmu Manajemen*. Malang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam. 2011. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Kasmir. 2010. *Pemasaran Bank*. Jakarta: Kencana.
- Kotler dan keller. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Jilid 1. Edisi 13. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong. 2009. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, Jakarta: Erlangga
- Lupiyoadi, R dan Hamdan A. 2009. *Manajemen Pemasaran Jasa (Ed Ke-2)*. Jakarta: Salemba Empat.
- Noor, juliansyah. 2015. *Metodologi Penelitian: Penelitian, Tesis, Disertasi, dan Karya Ilmiah*. Jakarta: Media Kencana.
- Nopitasari, Eka. 2017. *Pengaruh Lokasi, Produk, Reputasi, dan Pelayanan Terhadap Keputusan Mahasiswa IAIN Surakarta menggunakan Bank Syari'ah*. IAIN SURAKARTA.
- Putri, vivi, A. 2016. *Pengaruh Lokasi, Kualitas Pelayanan, dan Bagi Hasil Syariah Cabang Solo, Jurusan Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Surakarta*.
- Riduwan & Sunarto. 2017. *Pengantar Statistika Untuk Penelitian: Pendidikan, Sosial, Komunikasi, Ekonomi, dan Bisnis*. Bandung: CV Alfabeta.
- Riduwan. 2004. *Metode dan Teknik Menyusun Tesis*. Bandung: Alfabeta.
- Schiffman dan Kanuk. 2008. *Perilaku Konsumen*. Edisi 7. Jakarta: Indeks

- Setiadi, Nugroho J. 2008. *Perilaku Konsumen: Konsep dan Implikasi Untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Subagiyo, Rokhmat. 2017. *Metode Penelitian Ekonomi Islam*. Jakarta Timur: Alim's Publishing.
- Sugiyono. 2017. *Statistik Untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta
- Sujarweni, V.Wiratna. 2008. *Statistik Untuk Bisnis & Ekonomi*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.
- Supangat, Andi. 2008. *Statistika: Dalam Kajian Deskriptif, Inferensi, dan Nonparametrik*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Suwiknyo, Dwi. 2009. *Kamus Lengkap Ekonomi Islam*. Yogyakarta: Total Media.
- Tjiptono, Fandy. 2006. *Manajemen Jasa*. Yogyakarta: Andi.
- Usman, Husaini & Akbar, Purnomo Setiady. 2008. *Pengantar Statistika*. Jakarta: PT Bumi Aksara.
- Wahjono, I. Sentot. 2010. *Manajemen Pasaran Bank (Ed. Ke-1)*. Yagyakarta: Graham Ilmu.
- Yasri. 2012. *Analisis Faktor Penentu Menjadi Nasabah Bank Syaraiah: (Pebandingan Segmen BPR Syari'ah dan Bank Umum Unit Usaha Syari'ah di Sumatra Barat)*. Jurnal Kajian Manajemen Bisnis Vol. 1, No. 2, 19-44.
- Yulianto, Firman. 2009. *Pengaruh Faktor Bauran Pemasaran Terhadap Nasabah Memilih Bank Syariah di Kota Medan*. Medan: Fakultas Ekonomi.