

PENGARUH PENGETAHUAN KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN MENJADI NASABAH PRODUK TABUNGAN WADIAH PADA KOPERASI SIMPAN PINJAM

Roiysatin, Rida Raudatun Nisa
Institut Ummul Quro Al-Islami Bogor
roisyatin@iuqibogor.ac.id

Naskah masuk:10-08-2021, direvisi: 30-08-2021, diterima: 10-09-2021, dipublikasi:18-09-2021

ABSTRAK

Penelitian ini berjudul "Pengaruh Pengetahuan Konsumen (*Consumer Knowledge*) Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Produk Tabungan Wadiah Pada Koperasi Simpan Pinjam Pesantren Modern Ummul Quro Al-Islami Bogor". Bertujuan untuk mengetahui pengaruh pengetahuan konsumen tentang keputusan menjadi nasabah produk tabungan wadiah pada Koperasi Simpan Pinjam Pesantren Modern Ummul Quro Al-Islami Bogor. Adapun jenis penelitian yang digunakan adalah dengan menggunakan pendekatan kuantitatif. Pengumpulan data dilakukan dengan penyebaran kuesioner pada 110 responden yang menggunakan produk tabungan wadiah. Teknik sampling yang digunakan adalah *simple random sampling*. Sedangkan untuk jenis data menggunakan data primer dan data sekunder. Data yang diperoleh dianalisis dengan teknik analisis data, yaitu uji validitas data, uji reliabilitas data, uji normalitas data, uji homogenitas data, uji t (parsial) dan uji koefisien determinasi. Dari uji hipotesis penelitian ini dinyatakan H_a (diterima) artinya adanya pengaruh pengetahuan konsumen (X) terhadap keputusan menjadi nasabah produk tabungan wadiah (Y). Dan dari hasil uji t terdapat nilai signifikansi sebesar 0.000 yang artinya lebih kecil dari 0.05. Kemudian variabel (X) variabel keputusan menjadi nasabah produk tabungan wadiah (Y) adalah 0.574 atau 57.4% dan sisanya 42.6% dipengaruhi oleh variabel-variabel lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini.

Kata Kunci: *Keputusan Menjadi Nasabah, Pengetahuan konsumen, Produk Tabungan Wadiah*

ABSTRACT

Organizational the thesis entitled "the impact of consumer knowledge on wadiah's savings decision on modern consumer knowledge on bookkeeping loans to modern consumer knowledge bogor." The objective is to know the impact of consumer knowledge on wadiah's savings decision to the modern consumer lending fund in Indonesia. Researchers took the title because of the people's lack of knowledge about operatives. As for the kind of research used is by using a quantitative approach. The data collection is done with a questionnaire spread at 110 who USES wadiah's savings products. The sampling technique used is the simple random sampling. As for types of data, it USES primary and secondary data. Data gained is analyzed by data analysis techniques, which are verifying the validity of data, data reliability tests, data normality tests, homophobic tests, t (partial) tests and determinative coefficients. From the research hypothesis test stated h_a (received) means the influence of consumer knowledge (x) on wadiah's savings products (y) decisions and of the t-test there was a staggering value of significance which was smaller than 0.05. Then the variable (x) decision variables for wadiah's savings product (y) is 574 or 57.4% and the rest is 42.6% affected by other variables not included in the research.

Keywords: *Consumer Decisions, Consumer Knowledge, Wadiah's Savings Products*

PENDAHULUAN

Perkembangan ekonomi syariah di Indonesia mengalami kemajuan yang cukup pesat. Hal ini ditandai dengan berkembangnya lembaga keuangan syariah baik berupa lembaga keuangan bank ataupun lembaga keuangan non bank (LKB dan LKNB). Salah satu lembaga keuangan non-bank adalah Koperasi. Koperasi merupakan organisasi yang unik, satu sisi menjalankan teori dan motif ekonomi, di sisi lain koperasi juga berwatak sosial. Sehingga dalam menjalankan usahanya kedua sisi tersebut secara tegas dinyatakan dalam penjelasan UU No. 25 Tahun 1992 tentang perkoperasian. (Republik Indonesia, UU No. 25 Tahun 1992 tentang perkoperasian).

Koperasi berasal dari bahasa Inggris *Co* artinya bersama dan *operation* artinya bekerja. Jadi koperasi artinya bekerja bersama. Namun koperasi kemudian didefinisikan secara jelas (Hafidz Abdurrahman dkk, 2015:7). Koperasi simpan pinjam merupakan lembaga keuangan non bank yang menerima simpanan dari para anggota serta memberikan pinjaman uang kepada para anggotanya dengan bunga sangat rendah. Hal ini karena tidak dilindungi oleh asuransi jiwa, seperti perbankan, sehingga bunga yang dibebankan juga lebih rendah. Koperasi simpan pinjam juga sering disebut sebagai koperasi kredit. Lembaga ini berdiri sendiri, maka tidak heran jika jumlah anggotanya jauh lebih sedikit dibanding nasabah perbankan.

Sejarah koperasi di Indonesia bermula ketika pada tahun 1896 di Purwokerto Jawa Tengah, R. A, Aria Wiriatmadja atau Tirti Adisuryo mendirikan koperasi kredit dengan tujuan membantu rakyatnya yang terjerat hutang kepada rentenir. Seorang pejabat Belanda, yang kemudian menjadi sarjana ekonomi, *Booke*, menaruh perhatian terhadap koperasi. Pada tanggal 12 Juli 1947, pergerakan koperasi di Indonesia mengadakan kongres koperasi yang pertama di Tasikmalaya (Hafidz Abdurrahman dkk, 2015:6). Lahirnya Koperasi Simpan Pinjam dan Usaha Simpan Pinjam (KSP/USP) selama ini dilatar belakangi oleh berbagai alasan yang berbeda. Ada KSP/USP yang lahir dari adanya kepentingan dan kebutuhan bersama akan layanan jasa keuangan (simpanan, kredit dan *payment point*). Ada juga yang lahir karena didorong adanya program pemerintah dalam pemberdayaan masyarakat, dan ada juga yang lahir karena gerakan sosial keagamaan, ada juga KSP yang didirikan oleh LSM yang bergerak dalam pemberdayaan ekonomi masyarakat, dan ada juga KSP/USP yang sengaja didirikan oleh sekelompok orang sebagai unit usaha komersial keuangan, serta ada pula KSP/USP yang dibentuk sebagai kepanjangan layanan keuangan dari Lembaga Keuangan (Bank dan bukan-Bank) (Ahmad Subagyo, 2014:1).

Tujuan pendirian koperasi simpan pinjam atau pembentukan usaha simpan pinjam pada koperasi adalah untuk meningkatkan kesejahteraan anggota koperasi, yang pada akhir periode kerja pencapaian tujuan tersebut harus dapat ditampilkan dalam laporan promosi ekonomi anggota. Oleh karena itu, tujuan yang sudah dirumuskan harus dapat diterjemahkan kedalam ukuran kuantitatif dan dapat diukur dengan satuan uang (Ahmad Subagyo, 2014:8). Koperasi syariah merupakan sebuah konversi dari koperasi konvensional melalui pendekatan yang sesuai dengan syariat Islam dan peneladanan ekonomi yang dilakukan Rasulullah dan para sahabatnya (Hafidz Abdurrahman dkk, 2015:15).

Dalam tradisi fiqih Islam prinsip titipan atau simpanan dikenal dengan prinsip al-wadiah. Secara Bahasa al-wadiah adalah al-tark artinya peninggalan. Sedangkan secara



terminologi, al-wadi'ah adalah memberikan kekuasaan kepada orang lain untuk menjaga harta benda, atau dapat diartikan sebagai titipan murni dari satu pihak ke pihak lain, baik individu maupun badan hukum yang harus dijaga dan dikembalikan kapan saja si penitip menghendaki. Secara Bahasa akad adalah:

الرِّبْطُ بَيْنَ أَطْرَافِ الشَّيْءِ، سِوَاهُ أَكَّانَ رِبْطًا حَسِيًّا أَمْ مَعْنَوِيًّا، مِنْ جَانِبٍ وَاحِدٍ أَوْ مِنْ جَانِبَيْنِ

"Ikatan antara ujung-ujung sesuatu, baik ikatan itu secara nyata atau maknawi yang berasal dari satu sisi atau dua sisi." (Wahbah Az-Zhaili, 1984:80).

Dan di jelaskan dalam ayat suci Al-Qur'an:

إِنَّ اللَّهَ يَأْمُرُكُمْ أَنْ تُؤَدُّوا الْأَمَانَاتِ إِلَىٰ أَهْلِهَا

"Sesungguhnya Allah menyuruh kamu untuk menyampaikan amanat (titipan), kepada yang berhak menerima." (Q.S An-Nisa' (5:58:87)).

Dan dijelaskan dari hadist: Dari Abu Hurairah ra. Diriwayatkan bahwa Rasulullah SAW bersabda,

"Sampaikanlah (tunaikanlah) amanat kepada yang berhak menerimanya dan jangan membalas khianat kepada orang yang telah mengkhianatimu." (HR. Abu Daud dan menurut Tirmidzy hadist ini Hasan sedang Imam Hakim mengkategorikannya Shahih)

Menitipkan ataupun menerima titipan hukum asalnya adalah boleh atau *jaiz*. Namun, hukumnya Sunnah bagi orang yang yakin pada dirinya mampu untuk memelihara barang titipan. Menerima titipan bias menjadi wajib apabila *wadi'* (orang yang menitipkan barang) sangat membutuhkan, sedangkan orang yang ketika itu dianggap mampu menerima amanat hanya dia seorang. Hukum menerima amanat menjadi makruh terhadap orang yang mampu memelihara barang yang diamanatkan, tetapi ia tidak percaya kepada dirinya. Boleh jadi, dikemudian hari dia akan berkhianat terhadap apa yang diamanatkan kepadanya. Bahkan, bisa menjadi haram terhadap orang yang tidak mampu menjaga barang yang dititipkan kepadanya sebagaimana mestinya (Rozalinda, 2016:160).

Pengetahuan menurut *Women and Minor* adalah sejumlah pengalaman dengan informasi tentang produk atau jasa tertentu yang dimiliki seseorang (Ujang, 2011:147). Pengetahuan menurut *Engel Blackwell* dan *Miniard*, secara umum pengetahuan dapat didefinisikan sebagai informasi yang tersimpan dalam ingatan. Himpunan bagian dari informasi total yang relevan dengan fungsi konsumen didalam konsumen (Ujang, 2011:147). Pengetahuan dibagi menjadi beberapa bagian, antara lain: (1) Dimensi pengetahuan produk, Citra yang dipunyai produk tertentu dalam pikiran konsumen yaitu, pengaturan posisinya mungkin lebih penting bagi sukses akhir daripada karakteristik produk yang sebenarnya. (2) Dimensi pengetahuan pemakaian, Simpanan, pengeluaran, dan pemakaian tampaknya ada hubungannya dengan kedudukan kelas sosial. Para konsumen kelas atas lebih berorientasi ke masa depan dan yakin terhadap kepandaian mereka dalam mengatur keuangan. (3) Dimensi pengetahuan pembelian, Pengetahuan pembelian *purchase knowledge* mencakupi bermacam potongan informasi yang dimiliki konsumen yang berhubungan erat dengan perolehan produk (Engel, alih Bahasa Budiyanto, 316).



Perilaku konsumen adalah tindakan langsung untuk mendapatkan, mengkonsumsi dan menghabiskan produk dan jasa, termasuk proses keputusan yang mendahului dan mengikuti tindakan ini (Ratih, 2005:84) Diantara materialisme untuk membeli atau memiliki terdapat gagasan keterikatan yang mendalam dalam mengkonsumsi atau memiliki. Para konsumen yang berperasaan mendalam tidak merahasiakan barang-barang atau pembelian barang yang diminatinya, sebaliknya mereka mempertunjukkannya. Dan keterlibatan mereka secara terbuka dilakukan bersama orang-orang lain yang mempunyai minat yang sama (Leon, 119). Katakteristik yang mempengaruhi perilaku konsumen antara lain, (1) Faktor kebudayaan (2) Faktor sosial (3) Faktor pribadi (4) Faktor psikologi (Ratih, 2005:67)

Proses pengambilan keputusan membeli mengacu pada tindakan konsisten dan bijaksana yang dilakukan untuk memenuhi kebutuhan. Keputusan pembelian sebagai pemilihan suatu tindakan dari dua atau lebih pilihan alternatif. Seorang konsumen yang hendak melakukan pilihan maka mereka memiliki pilihan alternatif, jika konsumen sudah memutuskan alternatif yang akan dipilih dan mungkin penggantinya jika diperlukan maka ia akan melakukan pembelian. Dalam melakukan pembelian terdapat beberapa tahap yang dilalui konsumen dalam proses pengambilan keputusan yaitu antara lain, (1) Pengenalan kebutuhan (2) Pencarian informasi (3) Evaluasi alternatif (4) Keputusan pembelian (5) Perilaku pasca pembelian.

Menurut kamus besar Bahasa Indonesia keputusan adalah hasil putusan: yang telah ditetapkan (sudah dipertimbangkan, dipikirkan, dsb). *Tengku Enzy Balqiah* dan *Hapsari S* mendefinisikan secara umum, suatu keputusan adalah seleksi dari dua atau lebih alternatif pilihan. Dengan kata lain, bagi seseorang yang membuat keputusan, beberapa alternatif pilihan harus tersedia (Tengku, 2014:165). Menurut *Kloter* dan *Grray* keputusan pembelian adalah tahap dalam proses pengambilan keputusan yaitu ketika anggota benar-benar membeli produk. Pengambilan keputusan merupakan suatu kegiatan individu yang secara langsung terlibat dalam mendapatkan dan mempergunakan barang yang ditawarkan oleh produsen (Philip, 165).

Perilaku Yang dimaksud dalam penelitian ini adalah suatu proses penentuan untuk menjadi nasabah pada Koperasi Simpan Pinjam Pesantren Modern Ummul Quro Al-Islami Bogor. Karena keputusan dari seorang nasabah sangat berpengaruh terhadap Koperasi Simpan Pinjam Pesantren Modern Ummul Quro Al-Islami Bogor. Setelah melewati berbagai macam proses pengambilan keputusan, maka konsumen harus mengambil sebuah keputusan. Memilih menjadi nasabah produk tabungan wadiah pada Koperasi Simpan Pinjam Pesantren Modern Ummul Quro Al-Islami Bogor adalah sebuah keputusan.

Berdasarkan data lapangan atau observasi diketahui bahwa banyak sekali masyarakat yang belum mengetahui keberadaan koperasi. Maka dari itu, Koperasi Simpan Pinjam Pesantren Modern Ummul Quro Al-Islami hadir untuk membantu dan menolong sesama anggota. Dengan adanya Koperasi Simpan Pinjam Pesantren Modern Ummul Quro Al-Islami masyarakat menjadi aman dan sejahtera.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Metode ini disebut metode kuantitatif karena data penelitian berupa angka-angka dan analisis menggunakan statistik.



Dan penelitian ini menggunakan regresi linear. Regresi linear adalah sebuah pendekatan untuk memodelkan hubungan antara variabel terikat Y dan satu atau lebih variabel bebas yang disebut X. Salah satu kegunaan dari regresi linear adalah untuk melakukan prediksi berdasarkan data-data yang telah dimiliki sebelumnya. Adapun variabel bebas (independen) dalam penelitian ini yaitu pengaruh pengetahuan konsumen dan variabel terikat (dependen) yaitu keputusan menjadi nasabah produk tabungan wadiah. Alat analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi. Data yang diperoleh dalam penelitian ini memiliki 2 sumber yaitu primer dan sekunder.

Adapun yang menjadi populasi pada penelitian ini adalah nasabah produk tabungan wadiah pada Koperasi Simpan Pinjam Pesantren Modern Ummul Quro Al-Islami Leuwiliang Bogor yang berjumlah 150 nasabah. Dan diambil sampel 5% dari populasi yaitu 110 responden dengan menggunakan *simple random sampling*. Teknik pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan angket (kuesioner) dan observasi. Sebelum kuesioner disebar, peneliti melakukan uji coba terlebih dahulu agar saat kuesioner disebar pada responden sudah benar-benar valid. Setelah melakukan uji coba kuesioner, penelitian ini dilanjutkan ke tahap berikutnya, yaitu uji validitas, uji reliabilitas, uji normalitas, uji homogenitas, uji hipotesis dengan menggunakan uji regresi linear sederhana, uji t (parsial) dan terakhir menggunakan uji koefisien determinasi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui apakah ada pengaruh pengetahuan konsumen (X) terhadap keputusan menjadi nasabah produk tabungan wadiah (Y). Data-data diperoleh dengan cara penyebaran angket kepada nasabah produk tabungan wadiah pada Koperasi Simpan Pinjam Pesantren Modern Ummul Quro Al-Islami Bogor. Adapun data-data tersebut dihitung dengan menggunakan *software SPSS* dan menggunakan uji koefisien determinasi sebagai berikut:

Tabel 1
Data nilai uji koefisien determinasi
Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.758 ^a	.574	.570	5.3287



Pada tabel diatas, maka diperoleh nilai koefisien determinasi sebesar 0.574. Hal ini menyatakan bahwa pengetahuan konsumen mempengaruhi keputusan menjadi nasabah produk tabungan wadiah sebesar 0.574 atau 57.4%. Sedangkan sisanya sebesar 42.6% dipengaruhi oleh variabel-variabel lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini seperti promosi dan letak lokasi.

Berdasarkan pengujian data menggunakan statistik mendapatkan hasil Signifikansi sebesar 0.000 lebih kecil dari 0.05. Sehingga dapat disimpulkan bahwa H_0 yang menyatakan pengetahuan konsumen tentang produk tabungan wadiah berpengaruh secara Sig terhadap keputusan menjadi nasabah produk tabungan wadiah pada Koperasi Simpan Pinjam Pesantren Modern Ummul Quro Al-Islami Bogor diterima. Artinya semakin tinggi pengetahuan konsumen tentang produk tabungan wadiah akan mempengaruhi besarnya keputusan untuk menjadi nasabah pada Koperasi Simpan Pinjam Pesantren Modern Ummul Quro Al-Islami Bogor.

SIMPULAN

Hasil setelah pengujian hipotesis dan pembahasan hasil pada penelitian mengenai Pengaruh Pengetahuan Konsumen (*Consumer Knowledge*) Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Produk Tabungan Wadiah Pada Koperasi Simpan Pinjam Pesantren Modern Ummul Quro Al-Islami sebagai berikut:

Pertama, dalam pengujian hipotesis, pengetahuan konsumen mengenai produk tabungan wadiah berpengaruh signifikan terhadap keputusan menjadi nasabah diterima (H_a), karena hipotesis alternative pada $\alpha = 0.05$ atau 5% dan Confidence Interval sebesar 95% yang artinya taraf kepercayaan dari 110 nasabah menyatakan bahwa ada pengaruh yang signifikan terhadap pengetahuan konsumen terhadap keputusan menjadi nasabah produk tabungan wadiah pada Koperasi Simpan Pesantren Modern Ummul Quro Al-Islami Bogor.

Kedua, pengetahuan konsumen mempengaruhi terhadap menjadi nasabah produk tabungan wadiah sebesar 0.574 atau 57.4%. Sedangkan sisanya 42.6% dipengaruhi oleh variabel-variabel lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini, seperti promosi dan letak lokasi.

Berdasarkan kesimpulan dari penelitian yang dikemukakan di atas, maka perlu adanya penelitian lanjutan untuk memperkuat hasil pada penelitian ini. Di samping itu, pengurus koperasi diharapkan untuk meningkatkan promosi terhadap masyarakat dan juga menambah sumber daya manusia (SDM) agar Koperasi Simpan Pinjam Pesantren Modern Ummul Quro Al-Islami terus maju.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdurrahman, Hafidz & Abdurrahman, Yahya. 2015. *Bisnis dan Muamalah Kontemporer*. Cet. 2. Bogor: Al-Azhar Freshzone Publishing.
- Balqiah, Tengku Enzy & Setyowardhani, Hapsari. 2014. *Perilaku Konsumen*. Tangerang Selatan: Universitas Terbuka.
- Heri Gunawan, Jamaludin & Sholikul Hadi. 2019. *PENGARUH NISBAH BAGI HASIL DEPOSITO MUDHARABAH TERHADAP MINAT NASABAH BERINVESTASI PADA BANK SYARIAH*



- MANDIRI CABANG TAJUR BOGOR PENGAMATAN 2017. Al-Mubin; Islamic Scientific Journal,
- Hurriyati,Ratih. 2005. *Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*. Bandung: CV Alfabeta
- Jamaludin, R Syafrizal ,2020. [Konsep Dasar Ekonomi Menurut Syariat Islam](#), Jurnal Muamalatuna,
- Jamaludin,2018. *Pengorganisasian Dalam Pandangan Islam*,Jurnal El-Maal Republik Indonesia, UU No. 25 Tahun 1992 *Tentang Perkoperasian*
- Jamaludin, Roisyatin,2020. [Kesejahteraan Mustahiq dan Non Mustahiq Perspektif Maqaashidus Syariah Pada Petani Sehat Dompot Dhuafa Dan Program Nasional Pemberdayaan Masyarakat*](#). Laa Maisyir: Jurnal Ekonomi Islam
- Rozalinda.2016.*Fikih Ekonomi Syariah (Prinsip dan Implementasinya pada Sektor Keuangan Syariah)*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Subagyo,Ahmad. 2014. *Manajemen Koperasi Simpan Pinjam*. Jakarta; Penerbit Mitra Wacana Media

