

# **BAB 1**

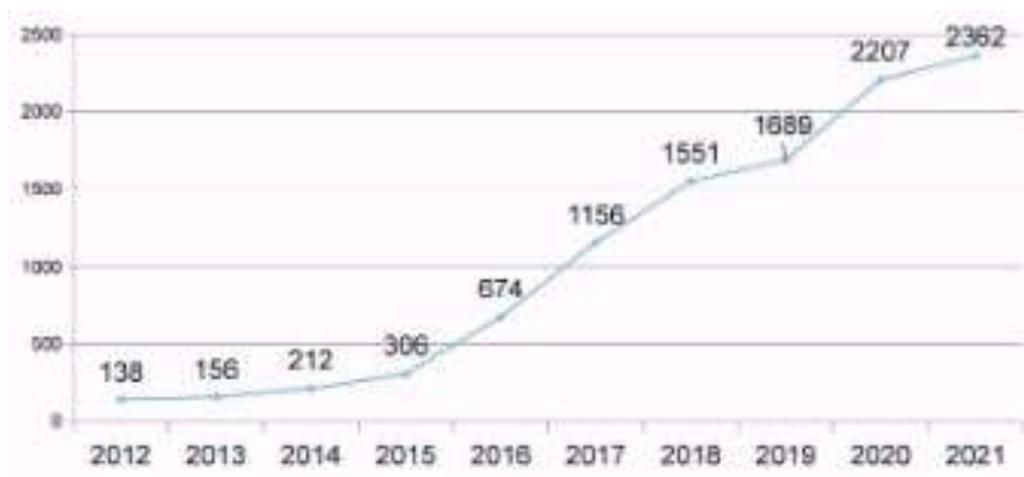
## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Masalah**

Koperasi saat ini menjadi lembaga keuangan yang mengalami perkembangan sangat pesat yang salah satunya tidak hanya pada koperasi konvensional tetapi juga koperasi berbasis Syariah. Koperasi Syariah dapat berkembang dengan pesat sebab adanya tingginya minat masyarakat terhadap lembaga keuangan yang sangat sesuai sebagai pendukung kegiatan masyarakat mikro yang berlandaskan sistem ekonomi Islam.

Perkembangan koperasi Syariah saat ini telah memasuki babak baru. Pertumbuhan koperasi Syariah telah bertransformasi dari hanya sekedar memperkenalkan suatu alternatif praktik Perbankan Syariah menjadi bagaimana koperasi Syariah menempatkan posisinya sebagai pemain utama. Koperasi Syariah memiliki potensi besar untuk menjadi pilihan utama dan pertama bagi nasabah. Persaingan semakin ketat, oleh karena itu penting sekali bagi pemasar untuk mengetahui apa yang menjadi kesukaan atau preferensi nasabah terhadap jasa yang ditawarkan. Dengan mengetahui apa yang menjadi preferensi nasabah, maka dapat diputuskan strategi pengembangan bagaimana yang akan dilakukan sehingga nasabah merasa puas akan produk yang diberikan.

Salah satu koperasi Syariah yang tumbuh dan berkembang khususnya di kota Banjarmasin adalah Koperasi Syariah Ar-Rahmah Banjarmasin. Sejak pertama kali berdiri pada tahun 2012 hingga saat ini jumlah anggotanya sudah mencapai 2362 orang, sebagaimana yang tersaji pada gambar berikut ini:



Gambar 1. 1

Pertumbuhan Jumlah Anggota Koperasi Syariah Ar-Rahmah periode 2012-2021

Gambar 1 di atas menunjukkan bahwa jumlah anggota Koperasi Syariah Ar-Rahmah Banjarmasin selalu mengalami pertumbuhan positif disetiap tahunnya. Namun berdasarkan studi pendahuluan yang dilakukan oleh peneliti terungkap bahwa sebagian besar anggota Koperasi Syariah Ar-Rahmah Banjarmasin berasal dari masyarakat yang lokasi tempat tinggalnya jauh dari Koperasi Syariah Ar-Rahmah. Hal ini kemudian menjadi pertanyaan besar bagi peneliti mengenai penyebab kurangnya masyarakat setempat yang menjadi anggota koperasi. Ada berbagai faktor yang menjadi pemicu semakin bertambahnya anggota Koperasi Syariah Ar-Rahmah Banjarmasin, diantaranya adalah literasi, promosi dan pendapatan.

Berkenaan dengan beragam faktor yang mempengaruhi keputusan seseorang dalam membuat keputusan termasuk keputusan menjadi anggota koperasi, terdapat sejumlah penelitian yang mengungkapkan hal tersebut. Asmar (2019) menyatakan bahwa promosi berpengaruh terhadap keputusan seseorang. Afriani dan Asadimitra (2020), Octavia (2020), Pratama (2021) yang

mengungkapkan dalam penelitiannya bahwa literasi keuangan berkontribusi pada keputusan seseorang. Begitu pula hasil telaahan Rahmah (2021) yang menyatakan bahwa promosi dan pendapatan berpengaruh signifikan terhadap keputusan.

Hasil temuan sejumlah penelitian terdahulu mengindikasikan bahwa keputusan seseorang untuk menjadi anggota sebuah koperasi berhubungan erat dengan literasi keuangan Syariah dan pendapatan yang dimilikinya, serta promosi yang dilakukan oleh koperasi.

Literasi merupakan upaya untuk menghilangkan segala bentuk hambatan terhadap akses masyarakat dalam memanfaatkan layanan jasa keuangan. Salah satu faktor berpengaruh terhadap keberhasilan upaya inklusi keuangan ini adalah tingkat literasi keuangan masyarakat. Literasi atau melek keuangan (*financial literacy*) menunjukkan kemampuan atau tingkat pemahaman masyarakat tentang bagaimana uang bekerja (Aisyah & Wicaksana, 2016, hlm. 47).

Pemahaman masyarakat tentang literasi keuangan dan tercapainya pemasaran yang baik sehingga para anggota akan mengetahui macam-macam produk koperasi Syariah sehingga tidak ada lagi kebingungan yang diciptakan oleh para anggota melalui bahasa asing yang tidak mereka ketahui. Produk koperasi adalah pembiayaan dan simpanan, seharusnya produk ini adalah produk yang sangat potensial dimana tidak adanya riba (Khosaso, 2018, hlm. 14).

Penelitian literasi juga dilakukan oleh Laily dengan judul pengaruh literasi keuangan terhadap perilaku mahasiswa dalam mengelola keuangan menemukan bahwa pengelolaan keuangan yang tersusun rapi dan terencana adalah dampak dari literasi keuangan (Laily, 2018, hlm. 50).

Semakin tinggi literasi keuangan individu akan semakin kecil pula kesalahan dalam keuangan tidak dapat dihindari bahwa dengan adanya literasi keuangan Syariah memiliki pengaruh terhadap keputusan dalam penggunaan produk perbankan Syariah hal ini bisa diketahui dengan melihat ketika seseorang akan memutuskan suatu produk, orang tersebut akan mencari informasi terlebih dahulu dan mengenali seperti apa produknya setelah itu barulah memutuskan untuk menggunakan produk.

Studi pendahuluan yang dilakukan kepada sejumlah masyarakat yang tinggal di sekitar Koperasi Syariah Ar Rahmah Banjarmasin melalui wawancara singkat mengungkapkan bahwa literasi keuangan masyarakat masih kurang, sebab masih ditemukan masyarakat yang beranggapan bahwa koperasi Syariah sama dengan koperasi konvensional. Selain itu ada pula masyarakat yang beranggapan bahwa koperasi Syariah adalah tempat meminjam uang dengan bunga rendah. Sebagian masyarakat juga tidak mengetahui adanya pembagian sisa hasil usaha yang akan diperoleh jika menjadi anggota sebuah koperasi Syariah.

Secara umum pengetahuan merupakan segala sesuatu yang diketahui berkenaan dengan suatu hal. Semakin tinggi pengetahuan masyarakat mengenai perbankan Syariah dan produk mengikutinya maka akan semakin tinggi pula keputusan masyarakat untuk menggunakan produknya dan sebaliknya semakin masih rendah mengenai lembaga keuangan Syariah dan produknya akan menyebabkan pandangan yang kurang positif terhadap lembaga keuangan Syariah.

Aspek penting yang menjadi faktor penentu seseorang dalam mengambil keputusan adalah *Marketing mix* atau bauran pemasaran sebagai salah satu bentuk

strategi guna melihat perilaku masyarakat dalam mengambil keputusan menjadi anggota sebuah lembaga keuangan termasuk Koperasi Syariah Ar-Rahmah Banjarmasin, yaitu berupa promosi.

Promosi secara sederhana dapat diartikan sebagai upaya untuk memperkenalkan suatu produk kepada masyarakat yang dapat dilakukan melalui periklanan (*advertising*), promosi penjualan (*sales promotion*), penjualan tatap muka (*personal selling*) dan publisitas atau *public relation* (PR). Promosi merupakan suatu fungsi atau proses untuk memberi informasi, membujuk, dan mempengaruhi suatu keputusan pembelian konsumen. Tanpa promosi nasabah tidak akan mengenal bank, oleh karena itu promosi merupakan sarana yang paling ampuh untuk menarik dan mempertahankan nasabahnya (Kasmir, 2018, hlm. 175). Hasil studi pendahuluan yang dilakukan oleh peneliti mengungkapkan bahwa saat ini pihak Koperasi Syariah Ar Rahmah Banjarmasin melakukan promosi melalui periklanan, promosi penjualan, penjualan perseorangan, hubungan masyarakat dan pemasaran langsung. Dari seluruh metode promosi tersebut yang paling mudah dilihat itu adalah promosi melalui brosur yang diletakkan di ruang tunggu atau ruang pelayanan nasabah, selain itu pemasangan papan nama yang berisikan identitas Koperasi Syariah Ar Rahmah Banjarmasin juga merupakan salah satu teknik yang digunakan sebagai media promosi.

Aspek lain yang menjadi pertimbangan seseorang dalam memutuskan sesuatu yang berkaitan dengan pengelolaan keuangannya adalah pendapatan. Pendapatan adalah sejumlah uang yang diterima oleh individu dalam jangka waktu tertentu maupun hasil yang diterima atas upaya yang telah dilakukan sebagai balas

jasa baik berupa uang maupun barang. Hasil wawancara dengan beberapa orang anggota Koperasi Syariah Ar Rahmah Banjarmasin mengungkapkan bahwa sebagian besar anggota akan menyetorkan simpanan dalam jumlah lebih besar saat pendapatan mereka tinggi, sedangkan sebagian lainnya mengungkapkan bahwa mereka rutin menyetorkan simpanan pokok saja sesuai dengan ketentuan Koperasi Syariah Ar Rahmah Banjarmasin, saat pendapatan mereka sedang tinggi, ataupun saat pendapatan mereka kurang bagus. Hal ini sesuai dengan pendapat Keynesian yang menyatakan bahwa pendapatan adalah motor penggerak tabungan (Maisur, Arfan, & Shabri, 2015, hlm. 1).

Berdasarkan pada uraian di atas, maka penulis tertarik untuk mengadakan penelitian lebih lanjut mengenai pengaruh literasi keuangan Syariah, promosi dan pendapatan terhadap keputusan masyarakat menjadi anggota Koperasi Syariah Ar Rahmah Banjarmasin.

## **B. Rumusan Masalah**

Merujuk pada latar belakang masalah di atas, maka permasalahan dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Apakah terdapat pengaruh literasi keuangan Syariah terhadap keputusan masyarakat menjadi anggota Koperasi Syariah Ar Rahmah Banjarmasin?
2. Apakah terdapat pengaruh promosi terhadap keputusan masyarakat menjadi anggota Koperasi Syariah Ar Rahmah Banjarmasin?
3. Apakah terdapat pengaruh pendapatan terhadap keputusan masyarakat menjadi anggota Koperasi Syariah Ar Rahmah Banjarmasin?

4. Apakah terdapat pengaruh literasi keuangan Syariah, promosi dan pendapatan secara simultan terhadap keputusan masyarakat menjadi anggota Koperasi Syariah Ar Rahmah Banjarmasin?

### **C. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan pada rumusan masalah di atas, maka tujuan dalam penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh literasi keuangan Syariah terhadap keputusan masyarakat menjadi anggota Koperasi Syariah Ar Rahmah Banjarmasin.
2. Untuk mengetahui pengaruh promosi terhadap keputusan masyarakat menjadi anggota Koperasi Syariah Ar Rahmah Banjarmasin.
3. Untuk mengetahui pengaruh pendapatan terhadap keputusan masyarakat menjadi anggota Koperasi Syariah Ar Rahmah Banjarmasin.
4. Untuk mengetahui pengaruh literasi keuangan Syariah, promosi dan pendapatan secara simultan terhadap keputusan masyarakat menjadi anggota Koperasi Syariah Ar Rahmah Banjarmasin.

### **D. Kegunaan Penelitian**

1. Secara Teoritis

Secara teoritis tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh literasi keuangan Syariah, promosi dan pendapatan secara parsial terhadap keputusan masyarakat menjadi anggota / nasabah pada lembaga keuangan

tertentu dan diharapkan penelitian ini dapat dijadikan referensi untuk penelitian sejenis di masa yang akan datang.

## 2. Secara Praktis

- a. Bagi peneliti, sebagai penambah pengetahuan penulis dalam pemahaman mengenai pengaruh literasi keuangan Syariah, promosi dan pendapatan terhadap keputusan masyarakat menjadi anggota Koperasi Syariah Ar Rahmah Banjarmasin, serta media untuk belajar dalam memecahkan masalah.
- b. Bagi pihak luar, penelitian ini dapat digunakan bahan masukan bagi Koperasi Syariah Ar Rahmah Banjarmasin untuk dapat meningkatkan jumlah anggotanya.
- c. Bagi akademisi, penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan bagi peneliti lain yang akan melakukan penelitian mengenai faktor yang mempengaruhi keputusan masyarakat untuk menjadi anggota sebuah koperasi Syariah.

## **E. Definisi Operasional**

Guna memperoleh data dan informasi yang diperlukan dalam melakukan penelitian guna membantu dalam penulisan skripsi ini, perlu merasa memberikan definisi operasional sebagaimana berikut ini:

### 1. Pengaruh

Pengaruh adalah dampak yang muncul atau akibat dari sesuatu.

Pengaruh yang dimaksud dalam penelitian ini adalah pengaruh literasi

keuangan Syariah, promosi dan pendapatan terhadap keputusan masyarakat menjadi anggota Koperasi Syariah Ar Rahmah Banjarmasin.

## 2. Literasi keuangan Syariah

Literasi adalah pengetahuan atau keterampilan dalam bidang atau aktivitas tertentu. Sedangkan literasi yang penulis maksud adalah tingkat pengetahuan seseorang yang mempengaruhi sikap untuk, mengambil keputusan untuk mencapai kesejahteraan (Chen dan Volpe, 1998, hlm. 109). Literasi keuangan Syariah yang dimaksud dalam penelitian ini adalah literasi keuangan Syariah masyarakat yang tinggal di wilayah kerja Koperasi Syariah Ar Rahmah Banjarmasin yang diukur melalui indikator pengetahuan umum tentang keuangan, pemahaman akan lembaga keuangan Syariah, tabungan dan pinjaman, asuransi dan investasi

## 3. Promosi

Promosi adalah suatu komunikasi dari pihak bank kepada nasabah dengan bentuk informasi yang bertujuan untuk lebih mengenalkan nasabah pada bank serta jasa yang diberikan serta untuk merubah sikap dan tingkah laku nasabah terhadap bank (Laksana, 2017, hlm. 133). Promosi yang dimaksud dalam penelitian ini adalah promosi yang dilakukan oleh Koperasi Syariah Ar Rahmah Banjarmasin untuk memperkenalkan berbagai jenis produk dan jasa yang dimiliki Koperasi Konsumen Syariah Ar Rahmah Banjarmasin kepada masyarakat, misalnya melalui brosur, selebaran atau penyebaran informasi melalui media sosial dan media massa yang diukur melalui indikator periklanan

(*advertising*), promosi penjualan (*sales promotion*), penjualan tatap muka (*personal selling*) dan publisitas atau *public relation* (PR).

#### 4. Pendapatan

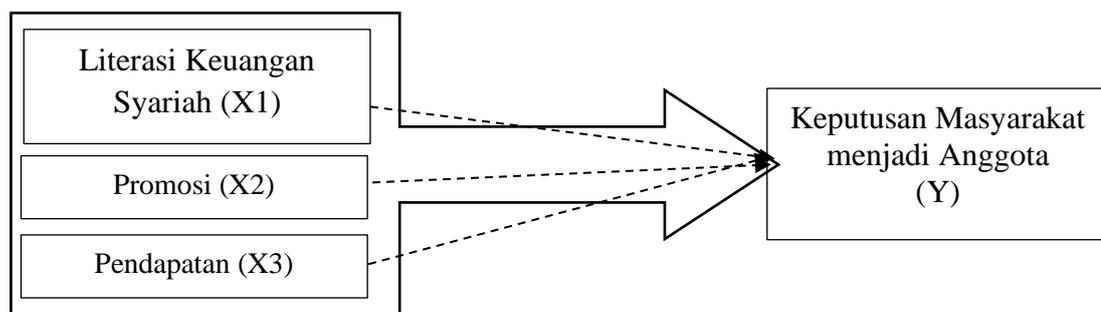
Pendapatan adalah sejumlah uang yang diterima oleh individu dalam jangka waktu tertentu maupun hasil yang diterima atas upaya yang telah dilakukan sebagai balas jasa baik berupa uang maupun barang (Mulyanto, 2016, hlm. 92-94). Pendapatan yang dimaksud dalam penelitian ini adalah pendapatan Anggota Koperasi Syariah Ar Rahmah Banjarmasin yang diukur melalui indikator: pendapatan berupa uang, pendapatan berupa barang dan penerimaan yang bukan pendapatan.

#### 5. Keputusan Menjadi Anggota

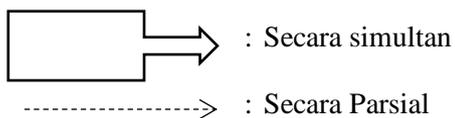
Keputusan menjadi anggota sama artinya dengan keputusan pembelian yaitu tindakan dari konsumen untuk mau membeli atau tidak terhadap produk (Kotler & Keller, 2017, hlm. 221). Keputusan yang dimaksud dalam penelitian ini adalah keputusan masyarakat yang tinggal di wilayah kerja Koperasi Syariah Ar Rahmah Banjarmasin untuk menjadi anggota Koperasi Syariah Ar Rahmah Banjarmasin melalui berbagai tahapan seperti pengenalan masalah di mana masalah akan kebutuhan yang harus dipenuhi, pencarian informasi terhadap jasa yang digunakan, evaluasi berbagai pilihan jasa, mengambil keputusan dan yang terakhir perilaku setelah melakukan pengambilan keputusan.

## F. Kerangka Pikir

Adapun kerangka pikir penelitian ini dapat dilihat pada gambar berikut ini:



Keterangan:



Gambar 1. 2  
Kerangka Pikir Penelitian

## G. Hipotesis

Hipotesis atau kesimpulan yang sifatnya sementara tentang pengaruh variabel yang digunakan dalam model dan yang akan dibuktikan kebenarannya dalam penelitian ini adalah;

Hipotesis 1

H<sub>01</sub> : Literasi keuangan Syariah tidak berpengaruh terhadap Keputusan Masyarakat menjadi Anggota Koperasi Syariah Ar Rahmah Banjarmasin.

H<sub>a1</sub> : Literasi keuangan Syariah berpengaruh terhadap Keputusan Masyarakat menjadi Anggota Koperasi Syariah Ar Rahmah Banjarmasin.

### Hipotesis 2

H<sub>02</sub> : Promosi tidak berpengaruh terhadap Keputusan Masyarakat menjadi Anggota Koperasi Syariah Ar Rahmah Banjarmasin.

H<sub>a2</sub> : Promosi berpengaruh terhadap Keputusan Masyarakat menjadi Anggota Koperasi Syariah Ar Rahmah Banjarmasin.

### Hipotesis 3

H<sub>03</sub> : Pendapatan tidak berpengaruh terhadap Keputusan Masyarakat menjadi Anggota Koperasi Syariah Ar Rahmah Banjarmasin.

H<sub>a3</sub> : Pendapatan berpengaruh terhadap Keputusan Masyarakat menjadi Anggota Koperasi Syariah Ar Rahmah Banjarmasin.

### Hipotesis 4

H<sub>04</sub> : Literasi keuangan Syariah, promosi dan pendapatan tidak berpengaruh terhadap Keputusan Masyarakat menjadi Anggota Koperasi Syariah Ar Rahmah Banjarmasin.

H<sub>a4</sub> : Literasi keuangan Syariah, promosi dan pendapatan tidak berpengaruh terhadap Keputusan Masyarakat menjadi Anggota Koperasi Syariah Ar Rahmah Banjarmasin.

## **H. Penelitian Terdahulu**

Berdasarkan hasil telaahan terhadap penelitian terdahulu ada beberapa penelitian yang berkaitan dengan penelitian yang akan peneliti lakukan. Adapun penelitian terdahulu yang relevan dengan penelitian yang akan diteliti adalah sebagai berikut:

Karima Halimah Asmar (2019) dalam penelitian berjudul "Pengaruh Pelayanan, Promosi, Lokasi dan Bagi Hasil Bank terhadap Keputusan Nasabah Menabung pada PT. Bank BRI Syariah KCP Sudirman Lubuk Pakam". Tujuan penelitian ini untuk mengetahui pengaruh pelayanan, promosi, lokasi, dan bagi hasil PT. Bank BRI Syariah KCP. Sudirman Lubuk Pakam terhadap keputusan nasabah menabung. Berdasarkan hasil penelitian, maka diperoleh fakta bahwa pelayanan menjadi variabel yang sangat signifikan dan berpengaruh positif terhadap peningkatan keputusan nasabah menabung. Dengan pelayanan yang baik dan sikap ramah para pegawainya, mampu membuat nasabah merasa nyaman dan aman ketika melakukan transaksi di bank mereka. Lalu tingkat bagi hasil yang juga menjadi salah satu variabel yang memiliki pengaruh positif terhadap peningkatan keputusan nasabah menabung. Berbeda dengan lokasi dan promosi yang tidak memiliki pengaruh positif dalam penelitian ini. Lokasi yang kurang strategis menjadi sedikit cela untuk pemasukan sumbangsih dampak negatif dalam penelitian ini. Selain tidak berada ditengah kota tidak adanya sarana umum atau angkutan umum menjadi tolak ukur nasabah untuk sering melakukan transaksi di dalam bank. Sama halnya dengan promosi yang tidak memiliki pengaruh positif untuk peningkatan minat nasabah karena banyak nasabah yang tidak pernah melihat adanya promosi dari pihak bank untuk mengenalkan produk mereka (Asmar, 2019, hlm. iv).

Tia Afriani dan Nadia Asandimitra (2020) dalam jurnal berjudul "Determinants of Customer Preference to Save in Islamic Bank". Tujuan utama penelitian ini adalah untuk menguji pengaruh literasi keuangan, bagi hasil,

pengetahuan pelanggan, jenis kelamin, usia, pendidikan, pendapatan terhadap keputusan menabung. Hasil penelitian menemukan bahwa literasi keuangan pelanggan memiliki pengaruh sedang sekitar 72.1% terhadap keputusan menabung. Tingkat literasi keuangan pelanggan yang lebih tinggi meningkatkan kemampuan mereka untuk mengelola keuangan dan tabungan. Sedangkan bagi hasil berpengaruh terhadap keputusan menabung, karena semakin tinggi tingkat bagi hasil akan meningkatkan minat masyarakat untuk menabung di bank Syariah. Jika tidak, pengetahuan pelanggan dan faktor demografis (jenis kelamin, usia, pendidikan dan pendapatan) tidak berpengaruh pada keputusan menabung mereka (Afriani & Asandimitra, 2020, hlm. 1).

Octavia (2020) dalam penelitian berjudul Pengaruh Literasi Keuangan Syariah dan Pemasaran terhadap Pengambilan Keputusan Nasabah Melakukan Pembiayaan Mikro di Bank Wakaf Mikro Mawaridussalam. Dalam hal ini bertujuan untuk menguji dan menganalisis seberapa besar pengaruh literasi keuangan Syariah dan pemasaran terhadap pengambilan keputusan nasabah melakukan pembiayaan mikro di Bank Wakaf Mikro Mawaridussalam. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan menggunakan data primer. Populasi penelitian yang di gunakan adalah seluruh nasabah pembiayaan mikro yang ada di Bank Wakaf Mikro Mawaridussalam dengan total nasabah 94 orang. Dengan sampel data yang diambil secara keseluruhan yaitu 94 orang. Teknik yang digunakan untuk mengumpulkan data dalam penelitian ini adalah dengan cara penyebaran kuisisioner kepada seluruh nasabah pembiayaan mikro Bank Wakaf Mikro Mawaridussalam. Analisis yang digunakan dalam penelitian adalah analisis

linier berganda yang diolah melalui bantuan Software IBM SPSS statistics version 20. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial literasi keuangan Syariah tidak berpengaruh terhadap pengambilan keputusan. Sedangkan pemasaran secara parsial berpengaruh sebesar 7,874 dengan tingkat signifikansi yang diperoleh sebesar 0,000 terhadap pengambilan keputusan. Secara simultan literasi keuangan Syariah dan pemasaran berpengaruh terhadap pengambilan keputusan sebesar 104,996 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,000. Sedangkan dari hasil koefisien determinasi ( $R^2$ ) menunjukkan pengaruh literasi keuangan Syariah dan pemasaran berpengaruh sebesar 0,691 terhadap pengambilan keputusan. Hal ini menunjukkan bahwa sebesar 69,1% pengambilan keputusan dipengaruhi oleh literasi keuangan Syariah dan pemasaran. Sedangkan sisanya 30,9% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. (Octavia, 2020).

Rahmah, (2021) dalam penelitian berjudul Pengaruh Promosi, Bagi Hasil dan Pendapatan terhadap Keputusan Menabung pada Bank Muamalat Kantor Cabang Pembantu Barabai. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh secara parsial dan simultan dari promosi, bagi hasil dan pendapatan terhadap Keputusan Menabung pada Bank Muamalat Kantor Cabang Pembantu Barabai. Penelitian ini merupakan penelitian lapangan dengan pendekatan kuantitatif. Populasi penelitian ini adalah nasabah Bank Muamalat Kantor Cabang Pembantu Barabai sebanyak 7.675 orang. Sampel ditentukan sebanyak 99 orang melalui rumus Slovin dan teknik penarikan sampel yang digunakan adalah *Accidental Sampling*. Data dikumpulkan melalui kuesioner dan dokumentasi kemudian dianalisis menggunakan regresi linier berganda. Penelitian ini menghasilkan

temuan-temuan: *Pertama*: Secara parsial masing-masing variabel bebas memberikan pengaruh yang signifikan terhadap keputusan menabung pada Bank Muamalat Kantor Cabang Pembantu Barabai. Promosi memberikan pengaruh yang signifikan terhadap keputusan menabung dengan nilai koefisien regresi sebesar 0,335. Bagi hasil memberikan pengaruh yang signifikan terhadap keputusan menabung dengan nilai koefisien regresi sebesar 0,369. Pendapatan memberikan pengaruh yang signifikan terhadap keputusan menabung dengan nilai koefisien regresi sebesar 0,227. Variabel yang berpengaruh dominan terhadap keputusan menabung bagi hasil. *Kedua*: Secara simultan promosi, bagi hasil dan pendapatan memberikan pengaruh yang signifikan terhadap keputusan menabung yaitu sebesar 0,586 (58,6%) (Rahmah, 2021).

Pratama (2021) dengan penelitian berjudul Analisis Pengaruh Literasi Keuangan Syariah terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Produk Perbankan Syariah (Studi pada Bank BSI di Kotabumi Lamung Utara). Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh literasi keuangan Syariah terhadap keputusan nasabah menggunakan produk perbankan Syariah. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan angket/kuesioner. Teknik pengambilan sampel menggunakan accidental sampling sebanyak 79 responden. Metode penelitian yang digunakan adalah analisis regresi sederhana dengan bantuan software SPSS versi 20. Indikator yang terdapat dalam literasi keuangan Syariah adalah pengetahuan, kemampuan, sikap dan kepercayaan. Berdasarkan hasil deskriptif data dalam penelitian ini dapat diketahui bahwa literasi keuangan Syariah termasuk dalam kategori keuangan yang cukup baik (sedang), hal ini ditunjukkan karena nilai rata-

rata lebih besar dari nilai standar deviasi. Berdasarkan uji koefisien determinasi diperoleh nilai R square sebesar 0,304. Artinya, pengaruh yang diberikan oleh literasi keuangan Syariah terhadap keputusan nasabah menggunakan produk perbankan Syariah sebesar 30,4% sedangkan 69,6% dipengaruhi oleh variabel lain. Dari hasil uji statistik secara parsial, variabel literasi keuangan Syariah berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah menggunakan produk perbankan Syariah. Artinya semakin tinggi literasi keuangan Syariah seorang nasabah maka akan semakin baik pula terhadap sikap seorang nasabah dalam mengambil keputusan untuk menggunakan produk perbankan Syariah atau dengan kata lain responden sudah mengetahui tentang pengetahuan dasar keuangan Syariah, produk pada perbankan Syariah dan juga mengetahui bahwa perbankan Syariah terhindar dari unsur riba. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa literasi keuangan Syariah berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menggunakan lembaga keuangan Syariah. (Pratama, 2021)

## **I. Sistematika Penelitian**

Hasil penelitian akan disusun ke dalam 5 (lima) Bab sebagai berikut:

Bab I Pendahuluan. Berisi latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, signifikansi penelitian, definisi operasional, kerangka pemikiran, hipotesis penelitian, penelitian terdahulu dan sistematika penulisan.

Bab II Landasan Teori, yang memuat landasan teoritis berkaitan dengan literasi keuangan Syariah, promosi, pendapatan dan keputusan masyarakat menjadi anggota.

Bab III Metode Penelitian, berisi jenis dan pendekatan penelitian, lokasi penelitian, populasi dan sampel, data dan sumber data, Teknik Pengumpulan data, desain pengukuran dan Teknik Analisa Data.

Bab IV Hasil Penelitian, berisi Data Penelitian dan Analisis Data yang terdiri dari gambaran umum Koperasi Syariah Ar Rahmah Banjarmasin, karakteristik responden, deskripsi variabel penelitian, hasil uji asumsi klasik, analisis regresi berganda, uji hipotesis dan Pembahasan.

Bab V Penutup, berisi simpulan dan saran

Daftar Pustaka

Lampiran