El-Mãl | Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam

**Vol 5 No 9 (2024) 3693 – 3704 P-ISSN 2620-295 E-ISSN 2747-0490**
**DOI: 1047467/elmal.v5i9.2402**

# *Systematic Literature Review* Analisa Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat Masyarakat dalam Menggunakan Layanan di Koperasi Syariah

**Hanifah Alhusna, Sebastian Herman**
instutut Agama Islam Tazkia
hanifahalhusna51@gmail.com, sebastianherman@tazkia.ac.id

***ABSTRACT***

*The aim of this research is to analyze factors that can influence people's interest in using services in sharia cooperatives, where sharia cooperatives have an important role in the economy after banking. This research uses qualitative methods, using the Publish or Perish application to analyze various journals that already exist on Google Scholar. which includes behavioral research on why people choose sharia cooperatives to use the services offered by sharia cooperatives. After that, what variables are found that influence members to want to use services at sharia cooperatives and then analyzed and identified. Using the method of collecting research results based on the reasons why people are interested in choosing to use services in sharia cooperatives that are not yet available, the results of this research can be used as evaluation material and become the basis for sharia cooperatives in designing strategies with significant variables that continue to develop or progress. The results of the analysis show that factors such as trust or religiosity, social and knowledge about sharia cooperatives themselves influence people's decisions in using services at sharia cooperatives. These findings provide insight or can be used as evaluation material for cooperative managers to increase community participation in using services in cooperative institutions.*

***Keywords:*** *Sharia Cooperatives, Behavior, Analysis*

**ABSTRAK**

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisa faktor-faktor yang dapat mempengaruhi minat pada masyarakat dalam Menggunakan Layanan di koperasi syariah, dimana koperasi syariah memiliki peran penting dalam perekonomian setelah perbankan. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif, dengan menggunakan aplikasi *Publish or Perish* untuk menganalisa berbagai jurnal yang sudah ada di Google Scholar. yang didalamnya merupakan penelitian perilaku mengapa masyarakat memilih koperasi syariah untuk menggunakan layanan yang di tawarkan koperasi syariah, setelah itu didapat variabel apa saja yang mempengaruhi para anggota untuk berkenan Menggunakan Layanan di koperasi syariah lalu dianalisa dan diidentifikasi. Menggunakan metode pengumpukan hasil penelitian dari alasan minat masyarakat memilih Menggunakan Layanan di koperasi syariah belum tersedia maka dengan Hasil dari penelitian ini dapat menjadi bahan evaluasi dan menjadi dasar bagi koperasi syariah dalam merancang strategi dengan variabel yang signifikan terus melakukan perkembangannya atau kemajuan. Adapun hasil dari analisis menunjukkan bahwa faktor-faktor seperti kepercayaan atau Religiusitas, Sosial dan pengetahuan mengenai koperasi syariah itu sendiri berpengaruh terhadap keputusan masyarakat dalam Menggunakan Layanan di koperasi syariah. Temuan ini memberikan wawasan atau dapat menjadi bahan evaluasi bagi para pengelola koperasi untuk meningkatkan partisipasi masyarakat dalam Menggunakan Layanan di lembaga koperasi.

El-Mãl | Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam

**Vol 5 No 9 (2024) 3693 – 3704 P-ISSN 2620-295 E-ISSN 2747-0490**
**DOI: 1047467/elmal.v5i9.2402**

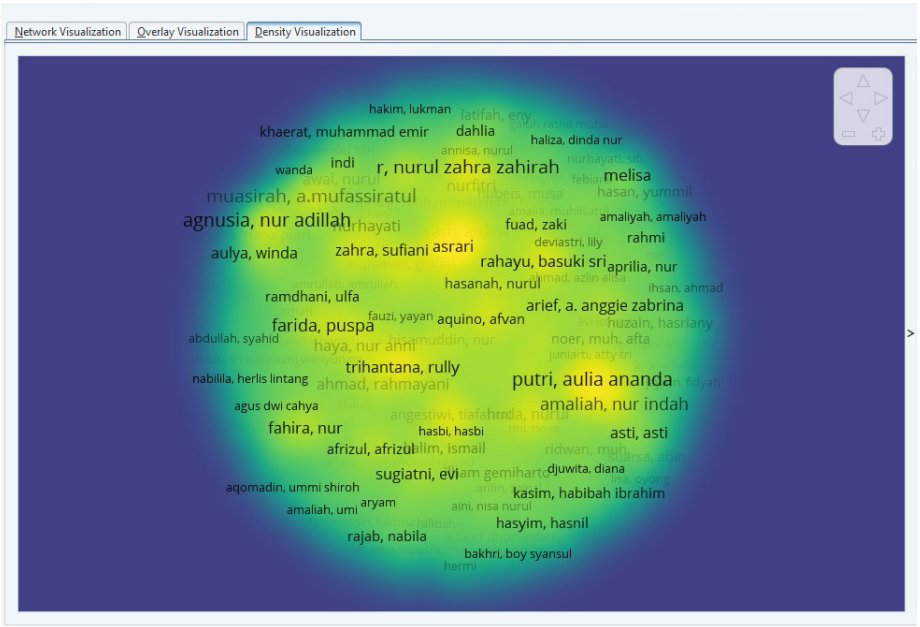
**Kata kunci:** Koperasi Syarih, Perilaku, Analisa

## PENDAHULUAN

Pertumbuhan industri keuangan syariah di Indonesia dalam beberapa tahun terakhir ini mengalami pertumbuhan yang di signifikan salah satu faktornya adalah meningkatkan kesadaran masyarakat akan prinsip-prinsip syariah dalam masalah keuangan hal ini di tandai oleh dibentuknya Bank Syariah Indonesia 5 lima tahun lalu dengan komposisi pemegang saham adalah bank mandiri, bank negara Indonesia, dan bank rakyat Indonesia. Selain perbankan yang menjadi sorotan dalam sektor keuangan negara, koperasi juga menjadi daya tarik dan memiliki kontribusi juga dalam sektor keuangan, koperasi dan perbankan memiliki beberapa perbedaan dalam beberapa hal, dalam hal kepemilikan koperasi biasanya dimiliki dan dijalankan oleh para anggota saja yang sudah sah menjadi anggota tersebut sehingga setiap keputusan para anggota memiliki hak suara yang berhak untuk didengar sedangkan perbankan tidak dikhususkan menjadi anggota, pemegang saham dan manajemen dan yang tunduk melalui BI, selain itu dalam hal sosial dan regulasi koperasi syariah dapat membuat bisnis dibawah naungan koperasi tersebut dengan tujuan menyejahterakan para anggotanya sedangkan perbankan bertujuan untuk memperoleh keuntungan. ,Di tahun 2022 perkembangan koperasi syariah digital di Indonesia mengalami pertumbuhan yang meningkat ini di sebabkan meningkat pula teknologi saat ini. Dalam kementerian koperasi dan UKM Republik Indonesia jumlah koperasi yang sudah terdata atau yang sudah bersertifikat sebanyak 130.207, hal ini menjadi pembuktian bahwa koperasi juga banyak diminati oleh masyarakat dalam membantu keuangan mereka seperti mengajukan modal untuk usaha, menabung dsb. Hal itu dapat dibuktikan dengan pemetaan dengan menggunakan VOSviewer yang menunjukkan banyaknya peneliti yang menjadikan koperasi syariah menjadi bahan untuk ditelitinya.

El-Mãl | Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam
Vol 5 No 9 (2024) 3693 – 3704 P-ISSN 2620-295 E-ISSN 2747-0490
DOI: 1047467/elmal.v5i9.2402

**Gambar 1. Metadata Vos Viewer**
Sumber: data penulis , April 2024




Koperasi syariah di Indonesia sudah menjadi solusi perekonomian bagi masyarakat Untuk memenuhi kebutuhannya dan juga membantu pada UMKM yang membutuhkan modal, selain itu koperasi juga memberikan edukasinya masyarakat yang menjadi anggota sehingga memiliki pemahaman mengenai fiqih kontemporer melalui program atau sosialisasi yang sering diadakan oleh pihak koperasi syariah. Dengan minatnya dari masyarakat untuk Menggunakan Layanan di koperasi syariah maka kita harus mengetahui alasan bagi anggota yang sudah menabung di koperasi syariah agar menjadi bahan evaluasi, diantara alasannya adalah

Faktor yang mempengaruhi minat masyarakat untuk menabung di lembaga keuangan syariah khususnya koperasi syariah yaitu Pelayanan, Bagi Hasil, Keyakinan atau Religiusitas, dan Lokasi (Muhammad: 2014). Dari beberapa faktor, faktor religiusitas sangat berkaitan erat dengan minat menabung masyarakat di koperasi syariah karena tingkat religiusitas yang berbeda antar individu satu dengan individu yang lain, lalu penelitian yang dilakukan oleh ( Suprihati 2020) menjelaskan bahwa religiusitas tidak berpengaruh signifikan terhadap minat masyarakat untuk menabung di koperasi syariah, budaya berpengaruh signifikan terhadap minat masyarakat untuk menabung di koperasi syariah. pengetahuan tidakberpengaruh signifikan terhadap minat masyarakat untuk menabung di koperasi syariah. Secara simultan terdapat pengaruh antara religiusitas, budaya dan pengetahuan terhadap minat masyarakat untuk menabung di koperasi syariah. Koperasi syariah, sebagai lembaga keuangan yang berlandaskan prinsip-prinsip syariah, telah menjadi sebuah alternatif menarik bagi masyarakat dalam memenuhi kebutuhan perbankan dan keuangan mereka. Seiring dengan pertumbuhan industri keuangan syariah, koperasi syariah telah muncul sebagai entitas yang memainkan peran penting dalam menyediakan berbagai produk dan layanan keuangan yang sesuaidengan prinsip-

El-Mãl | Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam
Vol 5 No 9 (2024) 3693 – 3704 P-ISSN 2620-295 E-ISSN 2747-0490
DOI: 1047467/elmal.v5i9.2402

prinsip Islam. Salah satu produk yang paling mendasar dan esensial yang ditawarkan oleh koperasi syariah adalah tabungan syariah. Tabungan syariah menawarkan berbagai manfaat, seperti penghindaran riba (bunga) dan kepatuhan terhadap prinsip-prinsip keuangan syariah, yang membuatnya menarik bagi sebagian besar masyarakat yang ingin mengelola keuangan mereka sesuai dengan ajaran Islam. Namun, kendati potensi yang dimiliki tabungan syariah, minat masyarakat dalam menabung di koperasi syariah masih menjadi isu yang belum sepenuhnya terpecahkan. Beberapa faktor yang memengaruhi minat masyarakat dalam menabung di koperasi syariah perlu dipahami secara lebih mendalam. Dengan demikian petingnya meningkatkan dalam pemahaman keuangan syariah dengan sosialisasi, pelatihan dalam seminar dan juga konten yang menjadi wasilah teredukasinya para masyarakat di era digital ini. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk melakukan analisis mendalam terkait faktor-faktor yang memengaruhi minat masyarakat dalam menabung di koperasisyariah. Dengan pemahaman yang lebih baik tentang faktor-faktor ini, koperasi syariahdapat merancang strategi yang lebih efektif untuk meningkatkan minat masyarakat dalam menggunakan produk tabungan syariah. Peningkatan minat ini tidak hanya akanmenguntungkan koperasi syariah itu sendiri, tetapi juga akan mendukung pertumbuhanekonomi yang berkelanjutan dan berlandaskan prinsip-prinsip syariah.

## METODE PENELITIAN

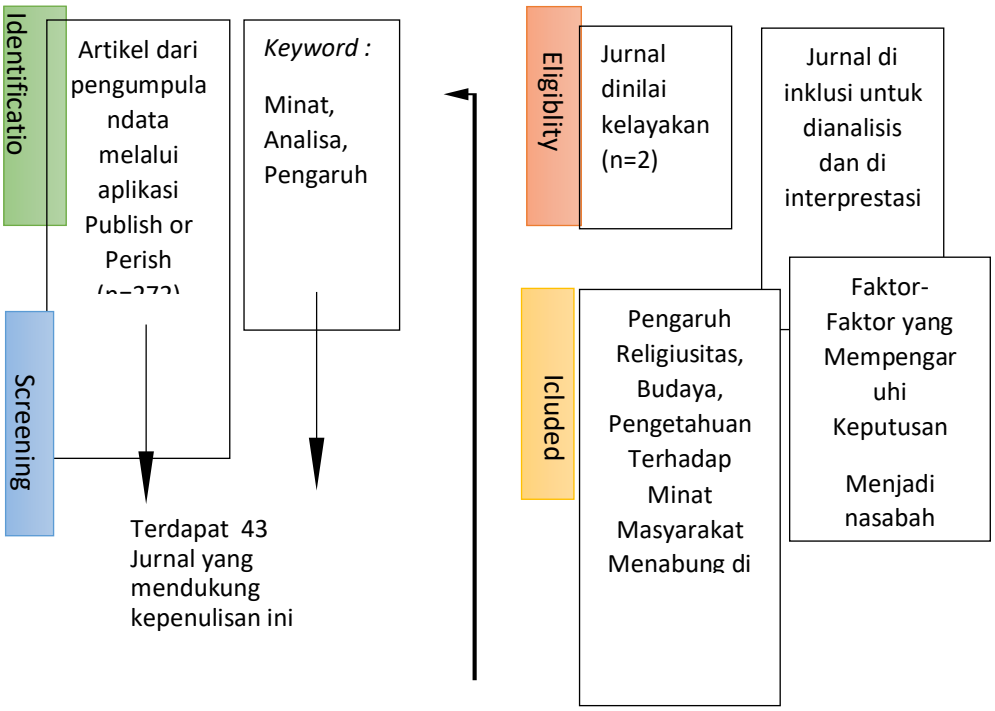
Tulisan ini dibuat untuk mengidentifikasi mengamati dan kemudian menilai, Penelitian ini menggunakan metode Systematic Literature Review (SLR), dengan mencari beberapa sumber melalui aplikasi Publish or Perish kuantitatif yang diawali dengan pengembangan hipotesis untuk mendapatkan konsep baru dari pengelolaan data secara kuantitatif (Ferdinand, 2014), Penelitian yang memerlukan penjelasan menyeluruh berdasarkan alat dan bahan yang digunakan. Penelitian kuantitatif terdapat penjelasan mengenai kehadiran peneliti, subjek, informan, metode pengumpulan data, dan analisis data. Subyek penelitian ini adalah masyarakat atau anggota koperasi syariah, teknik pengumpulandari beberapa jurnal sehingga di dapat kesimpulan melalui beberapa tahapan. Langkah pertama adalah mencari tema, judul atau *keywords* di Publish or Perish dan Google Scholar dengan batasan waktu lima tahun dari tahun 2020 sampai dengan 2024, langkah kedua adalah menganalisa *paper* yang muncul dan terdapat 272 Artikel di Publish or Perish yang kemudian dikurasi *paper* tersebut agar sesuai dengan tema yang ditentukan dan agar untuk mengetahui pengaruh minat masyarakat menggunakan layanan koperasi syariah. dari 272 artikel yang sudah di inklusi dan di eksekusi tersebut peneliti mendapatkan 43 jurnal yang sesuai. Langkah terakhir, peneliti melakukan tahapan pengulasan dan mengkaji artikel secara rinci yang kemudian dibandingkan dengan artikel jurnal lainnya lalu dibuatkan kesimpulan.

El-Mãl | Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam
Vol 5 No 9 (2024) 3693 – 3704 P-ISSN 2620-295 E-ISSN 2747-0490
DOI: 1047467/elmal.v5i9.2402

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Diagram alur artikel dalam tahapan sistematik

**Tabel 1. Diagram Alur**




Pada tabel 1 di atas penulis membahas hasil dari analisis dari penelitian dari beberapa jurnal melalui Publish or Perish. Terdapat 43 yang dapat peneliti dari 272jurnal.

Dari 43 Jurnal yang sudah penulis analisa terdapat faktor yang mempunyai nilai signifikan terhadap minat menggunakan layanan koperasi syariah. Diantaranya adalah

**Tabel 2. Daftar Jurnal**

| N | Authors | Title | Year | Variabel Signifikan |
|---|---|---|---|---|
| 36 | FV Anugrah | ANALISIS PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN RELIGIUSITAS TERHADAP KEPUASAN DAN LOYALITAS NASABAH KOPERASI SIMPAN PINJAM DAN PEMBIAYAAN SYARIAH (KSPPS) DI YOGYAKARTA | 2022 | Religiusitas |
| 33 | YR Auliya | Pengaruh Religiusitas, Produk, Promosi, Dan Lokasi Terhadap Minat Menabung Masyarakat Pada Lembaga Keuangan Mikro Syariah (Studi Pada Koperasi Simpan Pinjam Dan Pembiayaan Syariah Baitul Maal Wa Tamwil Usaha Gabungan Terpadu Sidogiri Kantor Cabang Kramat Jati, Jakarta Timur) | 2021 | Religiusitas |
| 4 | Y Rahmawati | … , Religiusitas, Pengetahuan Tentang Lembaga Keuangan Syariah Terhadap Minat Menabung Di Koperasi Simpan Pinjam Pembiayaan Syariah (Studi Kasus pada … | 2020 | Religiusitas |
| 42 | A Rastari | Pengaruh religiusitas, bagi hasil dan kemudahan akses terhadap keputusan masyarakat mengambil pembiayaan di Koperasi Syariah MSI | 2019 | Religiusitas |

Terdapat empat jurnal di tahun 2019,2020,2021 dan 2022 yang hasil analisanya bahwa faktor religiusitas yang memiliki nilai yang signifikan terhadap, Minat Masyarakat dalam menggunakan layanan atau produk yang koperasi syariah

El-Mãl | Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam
Vol 5 No 9 (2024) 3693 – 3704 P-ISSN 2620-295 E-ISSN 2747-0490
DOI: 1047467/elmal.v5i9.2402

tawarkan.

Pengetahuan termasuk menjadi faktor minat masyarakat menggnakan layanan atau produk dari koperasi syariah, jurnal yang di tulis oleh para *authors* di tahun 2023, 2022, dan 2022 terdapat layanan yang berbeda beda diantaranya adalah minat menabung, minat berwakaf dan simpan pinjam

**Tabel 3. Daftar Jurnal**

| N | Authors | Title | Year | Variabel Signifikan |
|---|---|---|---|---|
| 1 | ST SANTOSA, I Piliyanti | PENGARUH KELOMPOK ACUAN, RELIGIUSITAS, PROMOSI DAN PENGETAHUAN TENTANG LEMBAGA KEUANGAN SYARIAH TERHADAP MINAT MENABUNG DI KOPERASI JASA KEUANGAN SYARIAH (Studi Kasus pada BMT TAMZIS Wonosobo) | 2023 | Pengetahuan |
| 16 | NC Rosmini, A Luthfi... | Sikap, Norma Subjektif dan Pengetahuan Terhadap Minat Berwakaf Tunai Pada Koperasi Syariah | 2023 | Pengetahuan |
| 22 | N Nuriana | PENGARUH SOSIALISASI DAN PENGETAHUAN TERHADAP MINAT MASYARAKAT MENGGUNAKAN PRODUK KOPERASI BAKHTI HURIA SYARIAH KOTA ... | 2022 | pengetahuan |
| 2 | A Zulianto | Pengaruh Pengetahuan dan Brand Image Terhadap Minat Memilih Produk Tabungan Mudharabah pada Koperasi Syariah BTM Dinar Nasyiah 2 Sumberrejo | 2019 | Pengetahuan |
| 32 | EVIN SANTI | **PENGARUH PENGETAHUAN, LOKASI DAN PROMOSI TERHADAP MINAT ANGGOTA MEMILIH PRODUK PEMBIAYAAN MURABAHAH DI KOPERASI SIMPAN PINJAM PEMBIAYAAN SYARIAH BAITUL MAAL WA TAMWIL PEREKONOMIAN TASYRIKAH AGUNG TULUNGAGUNG** | 2019 | Pengetahuan |

Faktor Selanjutnya yang banyak berpengaruh setelah Reriligiusitas dan pengetahuan terahadap minat masyarakat untuk menggunakan layanan atau produk kopersi syariah adalah literasi terhadap masyarakat mengenai layanan koperasi syariah tersebut selain itu literasi menganai muamalah kontemporer yang sering di syiarkan oleh pihak koperasi syariah tersebut.

**Tabel 3. Daftar Jurnal**

| Authors | Title | Year | Variabel Signifikan |
|---|---|---|---|
| L MUJI | **PENGARUH MOTIVASI, TINGKAT PENDAPATAN DAN LITERASI KEUANGAN SYARIAH TERHADAP MINAT UMKM MENGAJUKAN PEMBIAYAAN DI LEMBAGA KEUANGAN MIKRO SYARIAH (Studi pada Koperasi Serba Usaha BMT Bagus Lanang Belitang OKU Timur)** | 2023 | Literasi |
| S Ramdayani | Faktor-Faktor Penentu Minat Berinvestasi Masyarakat Di Koperasi Syariah 212 Banda Aceh | 2020 | Literasi |
| M Muflih, ME Syarief, F Afiyanti, I Setiawan... | Minat Masyarakat Desa terhadap Jasa Koperasi Syariah: Peran Literasi dan Kenyamanan | 2019 | Literasi |

El-Mãl | Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam

Vol 5 No 9 (2024) 3693 – 3704 P-ISSN 2620-295 E-ISSN 2747-0490
DOI: 1047467/elmal.v5i9.2402

| N | Authors | Title | Year | Variabel Signifikan |
|---|---|---|---|---|
| 17 | A Yeswanto | **Pengaruh Persepsi, Pengetahuan Perkoperasian Dan Motivasi Berkoperasi Terhadap Minat Menjadi Anggota Koperasi Syariah Melalui Citra Koperasi Sebagai Variabel Moderasi** | 2023 | Presepsi |
| 38 | M Majduddin, M Abidin, M Anas | Efek Pelayanan Prima dan Tingkat Keuntungan pada Sikap Anggota Memilih Pembiayaan di Koperasi Syariah Di Kabupaten Malang | 2023 | pelayanan prima |
| 7 | U Hani'in, H Santosa | Pengaruh Pelayanan, Produk Pembiayaan, dan Persepsi Nasabah Terhadap Minat Produk Pembiayaan Koperasi Simpan Pinjam dan Pembiayaan Syariah BMT ... | 2022 | Presepsi |
| 12 | O Komariyah, JT Akmal | Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Anggota Koperasi Syariah Memilih Pembiayaan Mikro Mitra Usaha (MMU) | 2021 | prosedur pembiayaan dan pelayanan |
| 21 | SB Fitriyah | PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN PELAYANAN KOPERASI SYARIAH TERHADAP MINAT MENABUNG PADA KOPERASI SIMPAN PINJAM PEMBIAYAAN SYARIAH PERMATA BAROKAH JAYA PANDAAN PASURUAN | 2021 | kualitas produk |
| 31 | H Satia | ANALIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT MENJADI ANGGOTA KOPERASI SIMPAN PINJAM DAN PEMBIAYAAN SYARIAH (KSPPS) BINA WARGA ... | 2021 | Kemudahan Transaksi Rerigiusitas |
| 41 | N Jamaludin, R A'is | Pengaruh Citra Merek, Kemudahan Transaksi dan Lokasi terhadap Keputusan Menjadi Anggota Koperasi Syariah BMT Bisma Tangerang | 2021 | Kemudahan Transaksi |
| 43 | S Suprihati, S Sumadi, M Tho'in | Pengaruh Religiusitas, Budaya, Pengetahuan Terhadap Minat Masyarakat Menabung di Koperasi Syariah | 2021 | Budaya |
| 27 | EVAAYU KRISDAYANTI | **PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, PROMOSI, KUALITAS PRODUK TERHADAP MINAT ANGGOTA MENGGUNAKAN PRODUK SIMPANAN ARISAN(Studi Kasus pada Koperasi Syariah Podojoyo Sejahtera Blitar dan BMT Muamalah Tulungagung)** | 2020 | promosi |
| 29 | N Nurlaela | Pengaruh sistem bagi hasil terhadap minat menabung nasabah pada produk tabungan mudharabah di koperasi syariah Baituttamkin Kediri Lombok Barat | 2020 | Sistem Bagi hasil |
| 6 | A Sari | Minat masyarakat dalam menggunakan produk Koperasi Syariah 'Ar-Rahman'kota Palangka Raya | 2019 | pelayanan |
| 24 | R Erliza, N Noprizal, B Birahmat | Analisis Minat Masyarakat Desa Batu Panco Melakukan Pembiayaan pada Koperasi Syariah Maju Bersama Sejahterah | 2019 | Pelayanan |
| 39 | R Audia | Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Masyarakat Menjadi Anggota Koperasi Syariah 212 (Studi Kasus Pada Komunitas Koperasi Syariah 212 Banda Aceh) | 2019 | Promosi Religiusitas |

Masih ada faktor lain yang dapat berpengaruh terhadap minat masyarakat di antaranya adalah persepsi masyarakat yang berpengaruh juga terhadap budaya atau kebiasaan masyarakat dan kemudahan pelayanan dari koperasi tersebut kepada masyarakat.

**Pengaruh Religiusitas, Budaya, Pengetahuan Terhadap Minat Masyarakat Menabung di Koperasi Syariah**

Pada penelitian ini penulis menggunakan metode pengumpulan data melalui observasi langsung dengan cara menyebarkan kuesioner dan wawancara dengan para nasabah yang menabung di koperasi tersebut. Dalam menganalisanya melalui beberapa uji di antaranya adalah uji multikolinearitas dengan hasil signifikan, uji hateroskedastisitas yang menghasilkan model regresi tidak mengandung hateroskedastisitas. Uji F dengan hasil bahwa faktor pengetahuan, religiusitas dan budaya sama-sama mempengaruhi secara simultan, hasil uji t dengan hasil religiusitas tidak berpengaruh terhadap variabel y karena lebih besar dari 5%, budaya dan pengetahuan bernilai kurang dari 5% persen, sehingga di nyatakan signifikan

Faktor : Penelitian tersebut menggunakan tiga variabel independen yang terdiri dari budaya, religiusitas dan pengetahuan terhadap minat masyarakat dalam menabung. Di koperasi Bina Insan Mandiri

Kesimpulan : Dari ketiga faktor tersebut yang terdiri dari pengetahuan, religiusitas dan budaya, memiliki pengaruh yang berbeda beda. Untuk pengetahuan anggota tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan dalam menabung di koperasi syariah, dan religiusitas juga tidak berpengaruh terhadap variabel

El-Mãl | Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam
Vol 5 No 9 (2024) 3693 – 3704 P-ISSN 2620-295 E-ISSN 2747-0490
DOI: 1047467/elmal.v5i9.2402

dependen, sedangkan budaya anggota berpengaruh secara signifikan terhadap minat menabung di koperasi syariah

**Pengaruh Faktor Sosial, Budaya Dan Religiusitas Terhadap Keputusan Anggota Menabung di BMT UGT Sidogiri Capem Sempu**

Dengan menggunakan uji t yang menghasilkan pengaruh sosial, budaya dan religiusitas bernilai positif karena di bawah 5% dan signifikan. Uji simultan secara bersama sama bernilai simultan arti ya berpengaruh terhadap variabel dependen. Uji R yang sebesar 20,1%, yang artinya informasi yang terkandung sebesar itu dan sisanya di jelaskan oleh faktor lain.

Penulis memilih 3 variabel independen yang terdiri dari sosial, reliusitas, dan budaya**.** Kesimpulan : Hasil dari penelitian ini adalah

- Variabel sosial dan regiliusitas berpengaruh secara signifikan dan positif
- Variabel budaya tidak berpengaruh posistif dan signifikan terhadap anggota menabung di BMT
- Namun secara simultan ketiga ini berpengaruh positif dan simultan

**Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pedagang Pasar dan Kaki Lima Menabung di BPRSMitra Mentari Sejahtera Ponorogo**

Analisa ini menggunakan metode kuantitatif menggunakan regresi linear berganda, dengan variabel dependen yaitu keputusan para pedagang pasar kaki lima menabung di BPRS, dengan variabel independen yaitu budaya, sosial, faktor pribadi dan faktor psikologi. Adapun hasilnya dari penelitian yang menggunakan 3 uji yaitu uji normalitas, uji linear dan uji multikolineritaas dengan rincian hasil di bawah berikut :

**Tabel 4. Hasil Dari Uji Penelitian**

| Nama Uji | Uji Normalitas | Uji Linearitas | Uji Multikolineritas |
|---|---|---|---|
| Hasil Uji | bernilai signifikan. | - Budaya : 0.215 > 0.05 (signifikan)<br>- Sosial : 0,496 > 0,05 (signifikan)<br>- Pribadi : 0,440> 0,05 (tidak signifikan)<br>- Psikologi : 0,415> 0,05 (tidak signifikan) | - budaya (X1) memiliki VIF1,531 < 10, maka H0 diterima,<br>- sosial (X2) memiliki VIF 1,751 < 10, maka H0 diterima<br>- pribadi (X3) memiliki VIF 1,639 < 10, maka H0 diterima<br>- psikologis (X4) memiliki VIF 1,443 < 10, maka H0 diterima |

Kesimpulan : Dapat disimpulkan bahwa dari empat faktor di atas terdapat 2 faktor yang berpengaruh secara signifikan yaitu budaya dan sosial, dua faktor lainya yaitu psikologi dan pribadi tidak berpengaruh secara signifikan

Namun dari semua faktor secara bersama sama berpengaruh secara signifikan.

El-Mãl | Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam

**Vol 5 No 9 (2024) 3693 – 3704 P-ISSN 2620-295 E-ISSN 2747-0490**
**DOI: 1047467/elmal.v5i9.2402**

**Pengaruh Motivasi Menghindari Riba Dan Pengetahuan Produk Koperasi Syariah Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Di Koperasi Simpan Pinjam Pembiayaan Syariah (KSPPS)Nur Hayyu Ambara Ntb**

1. Uji Normalitas

   Uji ini digunakan untuk mengetahui apakah data yang diambil bersifat normal atau tidak norma. Untuk menguji normalitas peneliti menggunakan nilai di sebut signifikan apabila nilai tersebut lebih dari 0,05.

   Adapun hasil dari uji normalitas Y, X1,X2 ( 0,852 ) > 0,05. Maka dapat disimpulkan bahwa data yang dipakai normal.

2. Uji Multikoleneritas

   Tujuan dari uji ini adalah untuk menguji apakah pada model yang sudah diolah adanya korelasi diantara variabel independen, model regresi yang baik tidak adanya korelasi antar variabel tersebut, hal ini di tunjukan bila nilai VIF kurang dari 10 dan Tolerance lebih 0,1.

   X1 (1,000) <10
   X2 (1,000) <10

   Hasil dari uji ini menunukan bahwa variabel X1 (Motivasi terhindar dari riba) dan X2 (Pengetahuan Produk Perbankan) ini bebas dari adanya multikolineritas karena masing-masing dari variabel tersebut kurang dari 10.

3. Regresi Linear Berganda

**Tabel 5.Hasil uji variabel indepent**

| Variabel | Nilai t | Kesimpulan |
|---|---|---|
| Motivasi menghindari riba | 0,918 <1,672 (Ho diterima) | Tidak memiliki hubungan serah dengan Y |
| Pengetahuan produk koperasi syariah | 4,9677 > 1,672 (Ho ditolak ) | memiliki hubungan hubungan serah dengan Y |

El-Mãl | Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam
Vol 5 No 9 (2024) 3693 – 3704 P-ISSN 2620-295 E-ISSN 2747-0490
DOI: 1047467/elmal.v5i9.2402

**Tabel 6. Daftar Jurnal yang Sudah Dikurasi**

| Authors | Title | Metode |
|---|---|---|
| S Suprihati, S Sumadi, M Tho'in | Pengaruh Religiusitas, Budaya, Pengetahuan Terhadap Minat Masyarakat Menabung di Koperasi Syariah | Regresi |
| A Zulianto | Pengaruh Pengetahuan dan Brand Image Terhadap Minat Memilih Produk Tabungan Mudharabah pada Koperasi Syariah BTM Dinar Nasyiah 2 Sumberrejo | Regresi Beganda |
| A Rastari | Pengaruh religiusitas, bagi hasil dan kemudahan akses terhadap keputusan masyarakat mengambil pembiayaan di Koperasi Syariah MSI | Regresi Berganda |
| R Audia | Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Masyarakat Menjadi Anggota Koperasi Syariah 212 (Studi Kasus Pada Komunitas Koperasi Syariah 212 Banda Aceh) | Regresi Berganda |
| ST SANTOSA, I Piliyanti | PENGARUH KELOMPOK ACUAN, RELIGIUSITAS, PROMOSI DAN PENGETAHUAN TENTANG LEMBAGA KEUANGAN SYARIAH TERHADAP MINAT MENABUNG DI KOPERASI JASA KEUANGAN SYARIAH (Studi Kasus pada BMT TAMZIS Wonosobo) | Regresi Linear Berganda |
| NC Rosmini, A Luthfi … | Sikap, Norma Subjektif dan Pengetahuan Terhadap Minat Berwakaf Tunai Pada Koperasi Syariah | Regresi Linear Berganda |
| L MUJI | **PENGARUH MOTIVASI, TINGKAT PENDAPATAN DAN LITERASI KEUANGAN SYARIAH TERHADAP MINAT UMKM MENGAJUKAN PEMBIAYAAN DI LEMBAGA KEUANGAN MIKRO SYARIAH (Studi pada Koperasi Serba Usaha BMT Bagus Lanang Belitang OKU Timur)** | Regresi Linear Berganda |
| U Hani'in, H Santosa | Pengaruh Pelayanan, Produk Pembiayaan, dan Persepsi Nasabah Terhadap Minat Produk Pembiayaan Koperasi Simpan Pinjam dan Pembiayaan Syariah BMT … | Regresi Linear Berganda |
| N Nuriana | PENGARUH SOSIALISASI DAN PENGETAHUAN TERHADAP MINAT MASYARAKAT MENGGUNAKAN PRODUK KOPERASI BAKHTI HURIA SYARIAH KOTA … | Regresi Linear Berganda |
| A Jawara | Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Bagi Hasil Terhadap Minat Menabung Anggota Pada Koperasi Syariah Podo Joyo Sejahtera Blitar | Regresi Linear Berganda |
| TR Handayani | **PENGARUH KUALITAS PRODUK TABUNGAN DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP MINAT MENABUNG ANGGOTA PADA KOPERASI SYARIAH AL-MAWADDAH NGUNUT TULUNGAGUNG** | Regresi Linear Berganda |
| O Komariyah, JT Akmal | Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Anggota Koperasi Syariah Memilih Pembiayaan Mikro Mitra Usaha (MMU) | Regresi Linear Berganda |
| YR Auliya | Pengaruh Religiusitas, Produk, Promosi, Dan Lokasi Terhadap Minat Menabung Masyarakat Pada Lembaga Keuangan Mikro Syariah (Studi Pada Koperasi Simpan Pinjam Dan Pembiayaan Syariah Baitul Maal Wa Tamwil Usaha Gabungan Terpadu Sidogiri Kantor Cabang Kramat Jati, Jakarta Timur) | Regresi Linear Berganda |
| N Jamaludin, R A'is | Pengaruh Citra Merek, Kemudahan Transaksi dan Lokasi terhadap Keputusan Menjadi Anggota Koperasi Syariah BMT Bisma Tangerang | Regresi Linear Berganda |
| K FITROH | PENGARUH BRAND MUHAMMADIYAH DAN KEPERCAYAAN TERHADAP MINAT MENGGUNAKAN JASA KOPERASI SYARIAH BTM SURYA UMBULHARJO DI … | Regresi Linear Berganda |
| Y Rahmawati | … , Religiusitas, Pengetahuan Tentang Lembaga Keuangan Syariah Terhadap Minat Menabung Di Koperasi Simpan Pinjam Pembiayaan Syariah (Studi Kasus pada … | Regresi Linear Berganda |
| EVIN SANTI | **PENGARUH PENGETAHUAN, LOKASI DAN PROMOSI TERHADAP MINAT ANGGOTA MEMILIH PRODUK PEMBIAYAAN MURABAHAH DI KOPERASI SIMPAN PINJAM PEMBIAYAAN SYARIAH BAITUL MAAL WA TAMWIL PEREKONOMIAN TASYRIKAH AGUNG TULUNGAGUNG** | Regresi Linear Berganda |
| N Nurlaela | Pengaruh sistem bagi hasil terhadap minat menabung nasabah pada produk tabungan mudharabah di koperasi syariah Baituttamkin Kediri Lombok Barat | Regresi Linear Sederhana |
| EVAAYU KRISDAYANTI | **PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, PROMOSI, KUALITAS PRODUK TERHADAP MINAT ANGGOTA MENGGUNAKAN PRODUK SIMPANAN ARISAN(Studi Kasus pada Koperasi Syariah Podojoyo Sejahtera Blitar dan BMT Muamalah Tulungagung)** | Uji regresi Berganda |

Berdasarkan ulasan di atas dari beberapa jurnal yang sudah penulis kurasi agar sesuai dengan pembahasan penulis terdapat empat jurnal yang terpilih dengan kata kunci keputusan menjadi nasabah di koperasi, dari jurnal di atas banyak yang menggunakan metode kuantitatif dengan regresi berganda.

El-Mãl | Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam

**Vol 5 No 9 (2024) 3693 – 3704 P-ISSN 2620-295 E-ISSN 2747-0490**
**DOI: 1047467/elmal.v5i9.2402**

## KESIMPULAN DAN SARAN

Dengan menggunakan metode SLR dapat kita simpulkan dari berbagai jurnal yang sudah penulis kurasi sehingga sesuai dengan pembahasan, SLR juga mempunyai berbagai tahapan pertanyaan tersusun dengan topik yang dibutuhkan, proses dalam mencari sumber yang digunakan dari Publish or Perish memilih berbagai macam sumber yang diperoleh sesuai dengan adanya data yang digunakan, dan memeriksa serta menyeleksi hasil yang diperoleh dari proses sebelumnya seperti judul dan abstrak dilihat dahulu untuk menentukan penelitian tersebut sudah relevan. Dari sekian penelitian variabel yang mempengaruhi masyarakat dalam menabung dikoperasi syariah adalah religiusitas, pengetahuan tentang koperasi tersebut, dan pelayanan

Berdasarkan temuan dan keterbatasan penelitian ini saran penulis untuk adanya uji kembali variabel yang tidak signifikan untuk diketahui mengapa hal itu bisa terjadi. Dan kemungkinan ada faktor-faktor lain yang mempengaruhi minat masyarakat dalam menabung namun tidak di ukur dan melakukan analisa perbandingan antar koperasi syariah dan lembaga keuangan konvensional untuk mengetahui kelebihan dan kelemahan masing-masing sektor

## DAFTAR PUSTAKA

Ajibi, Y. F., & Amri, M. (2022). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pedagang Pasar dan Kaki Lima Menabung di BPRS Mitra Mentari Sejahtera Ponorogo. *SAUJANA: Jurnal Perbankan Syariah dan Ekonomi Syariah*, *4*(02), 36-48

Astriyani, G. A., Dhiya'Ulhaq, J., Ramandhani, R., Fakhriyah, F., & Ismaya, E. A. (2023). Systematic Literature Review (Slr): Meningkatkan Hasil Belajar Siswa Sd Menggunakan Media Lagu. *JISPENDIORA Jurnal Ilmu Sosial Pendidikan Dan Humaniora*, *2*(1), 198-208.

Hani'in, U., & Santosa, H. (2022). Pengaruh Pelayanan, Produk Pembiayaan, dan Persepsi Nasabah Terhadap Minat Produk Pembiayaan Koperasi Simpan Pinjam dan Pembiayaan Syariah BMT Samara. Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam, 8(3), 3676-3680.

Hutagalung, M. W. R., & Batubara, S. (2021). Peran Koperasi Syariah Dalam Meningkatkan Perekonomian dan Kesejahteraan Masyarakat Di Indonesia. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, *7*(3), 1494-1498.

Muflih, M., Syarief, M. E., Afiyanti, F., Setiawan, I., & Herli, D. (2019, November). Minat Masyarakat Desa terhadap Jasa Koperasi Syariah: Peran Literasi dan Kenyamanan. In Prosiding Seminar Nasional Politeknik Negeri Bandung (Vol. 20).

Suprapto, R., Susanti, N. I., & Ferikha, Z. (2022). Pengaruh Faktor Sosial, Budaya Dan Religiusitas Terhadap Keputusan Anggota Menabung Di BMT UGT Sidogiri

El-Mãl | Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam

**Vol 5 No 9 (2024) 3693 – 3704 P-ISSN 2620-295 E-ISSN 2747-0490**
**DOI: 1047467/elmal.v5i9.2402**

Capem Sempu. *JPSDa: Jurnal Perbankan Syariah Darussalam*, *2*(1), 28-39.

Suprihati, S., Sumadi, S., & Tho'in, M. (2021). Pengaruh Religiusitas, Budaya, Pengetahuan Terhadap Minat Masyarakat Menabung di Koperasi Syariah. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, *7*(1),443-450.

Suprihati, S., Sumadi, S., & Tho'in, M. (2021). Pengaruh Religiusitas, Budaya, Pengetahuan Terhadap Minat Masyarakat Menabung di Koperasi Syariah. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, *7*(1), 443-450.

Tantriana, D., & Fauziah, N. H. (2018). Analisis Strategi Integrated Marketing Dan Islamic Experiential Marketing Produk Simpanan Kencleng Koperasi Syariah Dalam Upaya Menarik Minat Anggota Pada Koperasi Syariah (Kopsyah) Manfaat Surabaya. El-Qist: Journal of Islamic Economics and Business (JIEB), 8(1), 1565-1576.

Utomo, D. P., Jailani, H., & Cahyati, R. A. (2021). Pengaruh Motivasi Menghindari Riba dan Pengetahuan Produk Koperasi Syariah Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah di Koperasi Simpan Pinjam Pembiayaan Syariah (KSPPS) Nur Hayyu Ambara NTB. *IQTISHADUNA*, *12*(2), 161-170.