

PENGARUH RELIGIULITAS, KONTROL DIRI DAN INKLUSI KEUANGAN TERHADAP PERILAKU MENABUNG NASABAH BANK MANDIRI SYARIAH UJUNG BATU

Richelia Efendi
Program Studi Manajemen, Universitas Pasir Pengaraian, Rokan Hulu, Indonesia
E-Mail: Richeliaefendi@gmail.Com

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh religiulitas, kontrol diri dan inklusi keuangan terhadap perilaku menabung nasabah bank mandiri syariah ujung batu. Pengujian hipotesis dalam penelitian ini menggunakan alat analisis regresi linier berganda dengan uji t, uji f dan koefisien determinasi (r^2). Populasi dari penelitian ini adalah nasabah bank mandiri syariah ujung batu sebanyak 14.566. Teknik pengambilan sampel menggunakan *accidental sampling*. Tehnik pengambilan data dalam penelitian ini menggunakan observasi dan kuesioner. Hasil dari penelitian ini menggunakan uji regresi linier berganda, dapat disimpulkan bahwa religiulitas, kontrol diri dan inklusi keuangan secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan, hasil uji analisis regresi linier berganda dinyatakan bahwa $r^2 = 0,918$ atau 91,8%, hal ini berarti variabel religiulitas, kontrol diri dan inklusi keuangan dapat digunakan untuk menjelaskan variabel perilaku menabung, dan sisa variabel penelitian 8,2% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak digunakan dalam penelitian ini. Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan diperoleh hasil secara parsial religiulitas berpengaruh signifikan terhadap perilaku menabung dengan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ $8,950 > 1.98447$, kontrol diri berpengaruh signifikan terhadap perilaku menabung dengan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ $4.712 > 1.98447$, inklusi keuangan berpengaruh signifikan terhadap perilaku menabung dengan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ $17.426 > 1.98447$. Secara simultan diperoleh hasil $f_{hitung} > f_{tabel}$ ($368,402 > 2.70$) maka H_0 diterima dan H_a ditolak yang berarti religiulitas, kontrol diri dan inklusi keuangan berpengaruh signifikan terhadap perilaku menabung.

Kata kunci: Religiusitas, Kontrol Diri, Inklusi Keuangan, Perilaku Menabung

THE EFFECT OF RELIGIULITY, SELF-CONTROL AND FINANCIAL INCLUSION ON THE SAVING BEHAVIOR OF MANDIRI SHARIA BANK UJUNG BANK CUSTOMERS

Abstract

This study aims to determine the effect of religiosity, self-control and financial inclusion on the saving behavior of bank mandiri syariah customers in ujung batu. Hypothesis testing in this study using multiple linear regression analysis with t test, f test and coefficient of determination (r^2). The population of this study were 14,566 customers of bank mandiri syariah ujung batu. The sampling technique used was accidental sampling. Data collection techniques in this study using observations and questionnaires. The results of the multiple linear regression analysis test stated that $r^2 = 0.918$ or 91.8%, this means that the variables of religiosity, self-control and financial inclusion can be used to explain the variable of saving behavior, and the remaining 8.2% of research variables are influenced by other factors that not used in this study. Based on the results of research and discussion, the results obtained that partially religiosity has a significant effect on saving behavior with a value of $t_{count} > t_{table}$ $8.950 > 1.98447$, self-control has a significant effect on saving behavior with a value of $t_{count} > t_{table}$ $4.712 > 1.98447$, financial inclusion has a significant effect on saving behavior with a value of $t_{count} > t_{table}$ $17,426 > 1,98447$. Simultaneously the results obtained $f_{count} > f_{table}$ ($368.402 > 2.70$) then H_0 is accepted and H_a is rejected, which means that religiosity, self-control and financial inclusion have a significant effect on saving behavior.

Keywords: Religiosity, Self-Control And Financial Inclusion, Saving Behavior

PENDAHULUAN

Pertumbuhan dan perkembangan perbankan syariah di Indonesia juga mengalami kemajuan yang pesat. Krisis keuangan global di satu sisi telah membawa hikmah bagi perkembangan perbankan syariah. Tak hanya masyarakat dunia, namun para pakar dan pengamat kebijakan ekonomi tak hanya sekedar melirik ke arah perbankan syariah namun lebih dari itu mereka tertarik untuk menerapkan konsep syariah secara serius. Selain itu prospek perbankan syariah diyakini sangat menjanjikan walau masih banyak yang harus diperbaiki.

Terhitung sejak Undang-undang No. 10 tahun 1998 tentang perubahan Undang-undang no. 7 tahun 1992 mengenai Perbankan diberlakukan ditambah dengan hadirnya Undang-undang no. 21 tahun 2008 tentang Perbankan Syariah, Bank syariah di Indonesia terus tumbuh dan berkembang. Perkembangan industri perbankan syariah ini diharapkan mampu memperkuat stabilitas sistem keuangan nasional. Harapan tersebut memberikan suatu optimisme melihat penyebaran jaringan kantor perbankan syariah saat ini mengalami pertumbuhan yang sangat pesat.

Pesatnya perkembangan industri perbankan syariah ini dikarenakan perbankan syariah memiliki keistimewaan-keistimewaan dibanding perbankan konvensional. Salah satu keistimewaan yang utama adalah sistem perbankan yang melekat pada konsep (*build in concept*) dengan berorientasi pada kebersamaan. Orientasi kebersamaan inilah yang menjadikan bank syariah mampu tampil sebagai alternatif pengganti sistem bunga yang selama ini hukumnya (halal atau haram) masih diragukan oleh masyarakat muslim.

Bank syariah adalah bank yang melaksanakan kegiatannya berdasarkan prinsip syariah yang dalam kegiatannya memberikan jasa dalam lalu lintas pembayaran (UU No.10 Tahun 1998). Bank syariah menggunakan sistem bagi hasil atau tidak menggunakan bunga bank dalam kegiatan operasionalnya. Dalam prinsip islam bunga bank itu hukumnya haram karena mengandung riba. Secara istilah riba menurut Antonio (2012:18) adalah pengambilan tambahan dari harta pokok atau modal secara batil.

Perbankan syariah sebagaimana halnya perbankan konvensional pada umumnya merupakan lembaga intermediasi keuangan (*financial intermediary institution*) yakni lembaga yang melakukan kegiatan menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya kepada masyarakat lain yang membutuhkan dalam bentuk kredit atau pembiayaan. Sebagai lembaga keuangan, bank merupakan institusi yang sarat dengan pengaturan sehingga dikatakan bahwa perbankan merupakan *the most heavily regulated industry in the world*.

Bank merupakan lembaga yang eksistensinya membutuhkan adanya kepercayaan dari masyarakat (*fiduciary relation*). Peran Bank syariah dalam memacu pertumbuhan perekonomian daerah semakin strategis dalam rangka mewujudkan struktur perekonomian yang semakin berimbang. Dukungan terhadap pengembangan perbankan syariah juga diperlihatkan dengan adanya "*dual banking system*", bahwa bank konvensional diperkenankan untuk membuka unit usaha syariah.

Pemahaman dan sosialisasi terhadap masyarakat tentang produk dan sistem perbankan syariah di Indonesia masih sangat terbatas. *Market share* bank syariah di Indonesia, relative masih kecil, belum mencapai 5 % dari total asset bank secara nasional.

Menurut Siti Fajriyah, salah seorang mantan Deputy Gubernur Bank Indonesia, jumlah nasabah Bank syariah saat itu, baru sekitar 3 juta orang. Padahal jumlah umat Islam potensial untuk menjadi nasabah bank syariah lebih dari 100 juta orang. Hal tersebut mengindikasikan bahwa mayoritas umat Islam belum berhubungan dengan bank syariah. Sehingga sampai tahun 2018, aset bank syariah baru mencapai Rp 290 triliun. Aset tersebut masih sangat kecil bila dibanding dengan aset yang dimiliki perbankan konvensional.

Dengan demikian meskipun mayoritas penduduk Indonesia adalah kaum muslim, tetapi pengembangan produk syariah berjalan lambat dan belum berkembang sebagaimana halnya bank konvensional. Padahal, bagi kaum muslim sendiri terdapat alasan yang kuat mengapa harus ikut serta memanfaatkan keberadaan bank syariah dengan jalan menabung.

Upaya pengembangan bank syariah tidak cukup hanya berlandaskan kepada aspek legal dan peraturan perundang-undangan namun juga harus berorientasi kepada pasar atau masyarakat sebagai pengguna jasa (konsumen) lembaga perbankan. Pola dan sistem pemasaran bank syariah selama ini masih belum tepat dan perlu perubahan yang mendasar. Sistem dan strategi pemasaran bank syariah selama ini belum bisa membuahkan pertumbuhan cepat atau loncatan pertumbuhan yang memuaskan (*quantum growing*) bank syariah. Karena itu tidak mengherankan bila *market share* bank syariah masih berkisar di angka 4 %. Padahal bank syariah telah hadir di Indonesia semenjak tahun 1990an. Bahkan pemerintah terus mendukung perkembangan perbankan syariah dengan mengeluarkan regulasi untuk memayungi bahkan mempermudah keberadaan bank syariah.

Indonesia dengan jumlah muslim yang besar tidak bisa menjadikan agama saja sebagai alasan untuk dapat mempengaruhi masyarakat dalam penggunaan suatu jenis jasa perbankan syariah. Selain itu aspek non ekonomis diduga juga dapat mempengaruhi interaksi masyarakat terhadap dunia perbankan. Dengan memahami cara pandang masyarakat terhadap bank, maka bank syariah memiliki *judgement* yang kuat untuk mendesain strategi dan kebijakan agar lebih bersifat *market driven*.

Satu dari sekian banyak bank syariah yang ada di Indonesia adalah Bank Syariah Mandiri. Bank Syariah Mandiri merupakan bank syariah dengan aset yang paling besar di Indonesia dan menjadi salah satu perbankan syariah yang sangat komitmen terhadap penerapan prinsip-prinsip syariah dalam kegiatan operasional bisnisnya. Hal tersebut membuat Bank Syariah Mandiri menjadi salah satu bank syariah yang memiliki potensi pengembangan yang cukup besar.

Bank Syariah Mandiri cukup potensial dengan nasabah tabungan yang terus berkembang dari waktu ke waktu. Namun, perkembangan tersebut belum mencukupi untuk bisa mengejar pangsa pasar bank konvensional. Diperlukan penjangkaran lebih

banyak lagi nasabah-nasabah baru. Sedangkan nasabah yang telah memutuskan untuk menabung di Bank Syariah Mandiri perlu untuk dipertahankan.

Untuk dapat menjaring nasabah baru, kita memerlukan informasi apa yang melatarbelakangi keputusan nasabah lama memilih Bank Syariah Mandiri sehingga hal itu dapat dijadikan tolak ukur dalam menentukan strategi pengembangan. Keputusan menabung para nasabah dapat dipengaruhi oleh perilaku nasabah itu sendiri. Menurut Suprpti perilaku konsumen adalah suatu studi tentang individu, kelompok, atau organisasi dan proses yang mereka gunakan untuk memilih, mendapatkan, menggunakan dan membuang produk jasa, pengalaman, atau gagasan untuk memenuhi kebutuhan dan dampak dari proses itu pada konsumen dan masyarakat.

Menurut Setiadi (2012:27), ada inti pengertian perilaku konsumen adalah (1) perilaku konsumen melibatkan berbagai aktivitas, baik yang sifatnya mental, emosi, dan fisik. Berfikir merupakan satu aktivitas mental, misalnya pengolahan informasi yang melibatkan memori otak ketika seseorang menerima suatu stimuli pemasaran. Aktivitas emosi menyangkut evaluasi terhadap suatu produk atau jasa sehingga menimbulkan perasaan senang atau tidak senang terhadap produk atau jasa tersebut. Aktivitas fisik misalnya, kegiatan memilih atau memutuskan satu produk yang akan dibeli di antara beberapa produk yang tersedia di pasar, (2) perilaku konsumen terjadi karena didasari motif tertentu. Setiap tindakan konsumen dilakukan untuk mencapai tujuan, yaitu memuaskan suatu kebutuhan atau keinginan, (3) perilaku konsumen menunjukkan sebuah proses yang berkesinambungan, sejak konsumen belum melakukan pembelian, saat pembelian, dan setelah pembelian, (4) Konsumen merupakan pusat perhatian utama. Istilah konsumen digunakan untuk menjelaskan dua jenis entitas konsumsi yaitu konsumen perorangan dan konsumen organisasi.

Pembelian bisa dilakukan oleh individu ataupun organisasi. Karena itu konsumen sering pula disebut sebagai unit pembelian.

Swastha dan Irawan (2012:23), mengemukakan bahwa dengan mempelajari perilaku konsumen, manajer akan mampu mengetahui kesempatan yang baru yang berasal dari belum terpenuhinya kebutuhan dan kemudian mengidentifikasikannya untuk mengadakan segmentasi pasar. Demikian juga Peter dan Olson (2013:25) mengatakan bahwa dalam hal pengembangan strategi pemasaran, sifat dinamis perilaku konsumen menyiratkan bahwa seseorang tidak boleh berharap bahwa suatu strategi pemasaran yang sama dapat memberikan hasil yang sama di sepanjang waktu, pasar dan industri. Walaupun hal ini tampak sederhana, namun banyak perusahaan gagal menyadari kebutuhan untuk mengadaptasi strategi pemasaran di pasar yang berbeda.

Pengambilan keputusan konsumen adalah aspek lain yang sangat penting untuk dipahami oleh para pemasar. Pride dan Ferrel (2010:28), mengatakan bahwa bagian utama dari perilaku pembelian adalah proses keputusan yang dipergunakan untuk melakukan pembelian tersebut. Lebih lanjut Pride dan Ferrel (2010:28) menjelaskan bahwa terdapat tiga kategori pengaruh utama yang dianggap mempengaruhi proses keputusan pembelian konsumen, yaitu faktor pribadi, faktor psikologis dan faktor sosial.

Kotler (2015:78) menjelaskan bahwa minat menabung diasumsikan sebagai minat beli merupakan perilaku yang muncul sebagai respon terhadap objek yang menunjukkan keinginan pelanggan untuk melakukan pembelian.

Ruyatnasih dkk (2011:16) mengidentifikasi bahwa perilaku berpengaruh terhadap keputusan pembelian oleh konsumen. Faktor yang diduga berpengaruh terhadap perilaku menabung nasabah Bank Syariah Mandiri diantaranya religiusitas.

Religiulitas adalah pengabdian terhadap agama. Menurut Glock & Stark (2011), mengatakan bahwa terdapat lima dimensi dalam religiusitas yaitu dimensi ideologis, ritualistik, eksperensial, intelektual, dan konsekuensi. Dari pengukuran kelima dimensi tersebut akan menghasilkan bahwa tingkat religiusitas seseorang itu berbeda-beda. Ada yang memiliki tingkat religiusitas tinggi dan juga ada yang rendah. Bisa jadi hal yang menyebabkan rendahnya nasabah yang menabung di bank syariah karena mayoritas umat muslim di Indonesia tingkat religiusitasnya rendah. Lain halnya jika religiusitas seseorang itu tinggi tentu akan komitmen dalam menjalankan syariat agama secara totalitas termasuk dalam aktivitas ekonomi yaitu ia akan memilih lembaga keuangan yang sesuai dengan prinsip islam.

Menurut Omer (2011:28) perilaku ekonomi sangat ditentukan oleh tingkat keimanan seseorang atau masyarakat yang kemudian perilaku tersebut akan membentuk kecenderungan perilaku konsumsi dan produksi di pasar. Lebih khusus Metawa and Almossawi (2012:19) mengungkapkan bahwa kriteria pemilihan bank oleh nasabah didominasi oleh kepatuhan terhadap prinsip syariah. Nasabah yang merupakan penganut taat Agama Islam dapat memilih perbankan syariah sebagai wujud ketaatannya terhadap nilai-nilai agama. Mereka memandang bahwa partisipasinya menabung di bank syariah merupakan ibadah.

Faktor lain yang mempengaruhi perilaku menabung nasabah Bank Mandiri Syariah adalah kontrol diri. kontrol diri atau *self control*. Seseorang yang memiliki kontrol diri atau *self control* akan mempertimbangkan terlebih dahulu apakah pembelian yang akan dilakukan itu merupakan pembelian yang benar-benar dibutuhkan atau tidak. Kontrol diri merupakan sebuah aktivitas yang dapat berfungsi untuk mendorong penghematan serta menekan pembelian *impulsive*. Agar tidak terjadi pengeluaran yang tidak terkontrol, maka dibutuhkan faktor psikologi untuk mengendalikannya yaitu kontrol diri. Kontrol diri merupakan hal yang penting sebelum individu memutuskan untuk mengambil keputusan dalam berperilaku. Ketika individu mempunyai kontrol diri yang baik, maka akan mengendalikan penggunaan uangnya dan dapat melakukan pengelolaan keuangan dengan lebih baik dan mempunyai niat untuk menabung. Kontrol diri dalam mengelola keuangan sangat diperlukan. Mahasiswa lebih berhati-hati dalam menggunakan uang yang dimiliki, seperti mempertimbangan terlebih dahulu sebelum membeli sesuatu agar terhindar dari perilaku konsumtif.

Faktor berikutnya dalam penelitian ini yang diduga mempengaruhi perilaku menabung nasabah Bank Syariah Mandiri adalah inklusi keuangan. Inklusi keuangan adalah kemampuan individu untuk mengakses macam-macam produk jasa keuangan

yang dapat dijangkau sesuai kebutuhan yang diperlukan. Kemampuan yang dimaksud adalah kemampuan terkait pemahaman atas *financial awareness*, pengetahuan perihal berbagai macam layanan, jaringan serta fasilitas perbankan yang telah disediakan. Untuk mendorong individu agar terbiasa menabung dibutuhkan latihan kontrol diri yang baik, inklusi keuangan dan pengalaman perihal perbankan untuk asset di masa mendatang. Adapun data nasabah Bank Syariah Mandiri (BSM) dapat dilihat pada Tabel berikut:

Tabel 1.1 Jumlah Nasabah Bank Syariah Mandiri (BSM) Ujung batu

No	Tahun	Target	Realisasi	Total jumlah nasabah/tahun
1.	2015	1.500 orang	1.292 orang	10.207 orang
2.	2016	1.500 orang	1.029 orang	11.236 orang
3.	2017	1.500 orang	917 orang	12.153 orang
4.	2018	1.500 orang	1.246 orang	13.399 orang
5.	2019	1.500 orang	1.167 orang	14.566 orang

Sumber: Bank Mandiri Syariah (BSM) Ujung Batu

Berdasarkan Tabel 1. dapat dijelaskan bahwa setiap tahunnya Bank Syariah Mandiri (BSM) belum bisa mencapai target nasabah yang diinginkan dan terjadi fluktuatif atau naik turun pencapaian peningkatan jumlah nasabah. Sebagai contoh pada tahun 2015 yang semula ditargetkan jumlah nasabah 1.500 orang, namun yang terealisasi hanya 1.292 orang. Hal ini dapat diartikan bahwa masyarakat belum sepenuhnya tertarik terhadap produk Bank Syariah Mandiri (BSM) Ujung Batu. Selain itu, adanya tingkat persaingan antar bank yang semakin ketat serta di dukung keunggulan-keunggulan yang di miliki antar bank diduga sebagai pendorong nasabah kurang berminat menabung di Bank Syariah Mandiri Ujung Batu.

Hasil observasi pada variabel religiulitas ditemukan permasalahan berupa:

1. Dari sudut pandang dimensi praktik agama (*ritualistik*) berupa kurangnya komitmen nasabah dalam menjalankan syariat agama secara totalitas termasuk dalam aktivitas ekonomi yaitu dalam hal memilih lembaga keuangan yang sesuai dengan prinsip islam.
2. Dari sisi dimensi praktik agama berupa kurangnya pemahaman tentang ajaran pokok dalam agama bahwa pilihan menabung yang baik adalah pada bank syariah yang tidak memiliki sistem bunga bank karena bunga bank haram dalam ajaran agama Islam.
3. Dari sisi dimensi pengetahuan agama walaupun mengetahui tentang hukum menabung di bank konvensional, namun nasabah masih mengharapkan adanya bunga tabungan, hal ini menyebabkan kurangnya minat nasabah menabung di bank syariah yang notabennya tidak menggunakan sistem bunga bank.

Dari segi kontrol diri permasalahan yang ditemui berupa kurangnya kontrol kognitif masyarakat yaitu dalam hal memperhatikan segi-segi positif secara subjektif berupa pendapat jika menabung di bank syariah sebagai umat Islam untuk menghindari riba dalam kegiatan muamalahnya, memperoleh kesejahteraan lahir batin dan menjadi alternatif dalam menikmati jasa-jasa perbankan yang sesuai dengan hukum-hukum Islam. Sehingga hal tersebut berpengaruh terhadap *decisional control* (mengontrol keputusan), dengan tetap memilih bank konvensional sebagai tempat menabung.

Selanjutnya jika dikaitkan dengan permasalahan inklusi keuangan, berupa masih terbatasnya akses dalam menggunakan jasa produk bank, misalnya tersedianya ATM hanya pada wilayah Kota Ujung Batu saja. Begitu juga dengan ketersediaan kantor bank, hanya ada satu kantor bank Mandiri Syariah yang terdapat di Ujung Batu.

Dari permasalahan tersebut baik langsung maupun tidak langsung tentu akan mempengaruhi perilaku nasabah dalam hal menabung. Berdasarkan hasil observasi dan wawancara, berikut temuan peneliti dilapangan terkait permasalahan perilaku menabung nasabah Bank Syariah Mandiri Ujung Batu:

1. Dari segi kekayaan yang telah terkumpul, sebagian nasabah berpendapat bahwa menabung tidak harus terlalu berlebihan, tetapi tetap tetap rutin dilakukan setiap bulannya, hal ini dikarenakan banyak keperluan lain yang harus dipenuhi selain untuk menabung.
2. Tidak adanya sistem bunga tabungan di Bank Syariah Mandiri Ujung Batu membuat nasabah kurang tertarik untuk giat menabung dan menetapkan target nominal uang bulanan dalam jumlah besar yang harus diatbung.
3. Adanya asumsi nasabah bahwa sikap hemat yang mereka lakukan bukan harus dengan cara menyisihkan uang untuk ditabung di bank, namun bisa juga dilakukan dengan mengurangi sikap konsumtif.
4. Sulitnya ekonomi masyarakat saat ini membuat nasabah berat untuk menyisihkan uang setiap bulannya, dikarenakan besarnya kebutuhan yang harus dipenuhi tidak seimbang dengan penghasilan yang dimiliki nasabah.

Sesuai dengan latar belakang dan rumusan masalah yang telah disusun, maka dikemukakan tujuan dalam penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh religiulitas terhadap perilaku menabung nasabah Bank Syariah Mandiri Ujung Batu.
2. Untuk mengetahui pengaruh kontrol diri terhadap perilaku menabung nasabah Bank Syariah Mandiri Ujung Batu.
3. Untuk mengetahui pengaruh inklusi keuangan terhadap perilaku menabung Nasabah Bank Syariah Mandiri Ujung Batu.
4. Untuk mengetahui pengaruh religiulitas, kontrol diri dan inklusi keuangan secara simultan terhadap perilaku menabung nasabah Bank Syariah Mandiri Ujung Batu.
5. Menurut Thohir (2011:16), *religiusitas* merupakan dorongan jiwa seseorang yang mempunyai akal, dengan kehendak dan pilihannya sendiri mengikuti peraturan tersebut guna mencapai kebahagiaan dunia akhirat. Sedangkan menurut Darajat

(2013:17) dalam psikologi agama dapat difahami *religiusitas* merupakan sebuah perasaan, pikiran dan motivasi yang mendorong terjadinya perilaku beragama.

Secara terperinci *religiusitas* memiliki 5 indikator penting dalam penilaian *religiusitas* menurut Suroso (2012:34) yaitu:

1. Dimensi keyakinan (*Ideologis*)

Hal ini berisi Pengharapan-pengharapan dimana orang yang religius berpegang teguh pada pandangan teologis tertentu dan mengakui kebenaran-kebenaran doktrin tersebut. Dimensi ini menunjuk pada seberapa tingkat keyakinan Muslim terhadap kebenaran ajaran-ajaran agamanya, terutama terhadap ajaran-ajaran yang bersifat fundamental menyangkut keyakinan pada Allah SWT, Malaikat, Rasul. Setiap agama mempertahankan seperangkat kepercayaan dimana para penganut diharapkan akan taat.

2. Dimensi praktik agama (*Ritualistik*)

Hal ini mencakup pemujaan atau ibadah, ketaatan, dan hal-hal yang dilakukan orang untuk menunjukkan komitmen terhadap agama yang dianutnya. Dimensi ini mencakup perilaku ibadah, ketaatan, dan hal-hal yang dilakukan orang untuk menunjukkan komitmen atau tingkat kepatuhan muslim terhadap agama yang dianutnya menyangkut pelaksanaan shalat, puasa, zakat, haji. Praktik keagamaan ini terdiri dari dua kelas penting yaitu ritual dan ketaatan.

3. Dimensi pengalaman (*Eksperensial*)

Berkaitan dengan pengalaman keagamaan, perasaan-perasaan, persepsi-persepsi, dan sensasi-sensasi yang dialami seseorang atau diidentifikasi oleh suatu kelompok keagamaan yang melihat komunikasi walaupun kecil dalam suatu esensi ketuhanan yaitu Tuhan.

4. Dimensi pengetahuan agaman (*Intelektual*)

Sejauh mana individu mengetahui, memahami ajaran-ajaran agamanya terutama yang ada dalam kitab suci dan sumber lainnya. Dimensi ini menunjuk pada seberapa tingkat pengetahuan dan pemahaman muslim terhadap ajaran-ajaran pokok dari agamanya.

Kontrol diri menurut Amalia (2010:78) adalah kemampuan individu untuk menahan dorongan-dorongan dan kemampuan individu untuk mengendalikan tingkah lakunya pada saat tidak adanya kontrol dari lingkungan. Individu biasanya memiliki kesulitan untuk menolak kesenangan yang menghampirinya, meskipun kesenangan akan memberikan dampak atau konsekuensi negatif di masa yang akan datang. Individu dengan kontrol diri yang baik akan mampu mengambil pilihan yang dapat memberikan dampak positif yang lebih besar di masa yang akan datang meskipun perlu mengesampingkan kesenangan sesaat.

Goldfried dan Merbaum (2012:16), mengemukakan tiga indikator kontrol diri yakni:

1. *Behavioral Control* (Kontrol Perilaku)

Behavioral control merupakan kemampuan individu dalam mengendalikan diri pada suatu keadaan yang tidak menyenangkan. Kemampuan mengontrol perilaku ini dirinci

menjadi dua komponen yakni kemampuan mengatur pelaksanaan (*regulated administration*) dan kemampuan memodifikasi perilaku (*stimulus modifiability*). Kemampuan mengatur pelaksanaan merupakan kemampuan individu dalam menentukan siapa yang akan mengendalikan situasi atau keadaan, apakah dirinya sendiri atau aturan perilaku dengan menggunakan sumber eksternal. Sedangkan kemampuan memodifikasi perilaku merupakan kemampuan untuk mengetahui bagaimana dan kapan suatu stimulus yang tidak dikehendaki akan dihadapi oleh individu.

2. *Cognitif Control* (Kontrol Kognitif)

Cognitif control diartikan sebagai kemampuan individu dalam mengendalikan diri untuk mengolah informasi yang tidak diinginkan dengan cara menginterpretasi, menilai, atau menghubungkan suatu kejadian kedalam suatu kerangka kognitif sebagai adaptasi psikologis untuk mengurangi tekanan yang dihadapi. Aspek ini terdiri dari dua komponen, yakni memperoleh informasi (*information gain*) dan melakukan penilaian (*appraisal*). Dengan informasi yang dimiliki oleh individu mengenai keadaan yang tidak menyenangkan, individu dapat mengantisipasi keadaan tersebut dengan berbagai pertimbangan. Melakukan penilaian berarti individu berusaha menilai dan menafsirkan suatu keadaan atau peristiwa dengan cara memperhatikan segi-segi positif secara subjektif.

3. *Decisional Control* (Mengontrol Keputusan)

Decisional control merupakan kemampuan individu dalam mengendalikan diri untuk memilih suatu tindakan berdasarkan pada sesuatu yang diyakini atau disetujui. Kontrol diri akan sangat berfungsi dalam menentukan pilihan, baik dengan adanya suatu kesempatan maupun kebebasan pada diri individu untuk memilih berbagai kemungkinan tindakan.

Menurut Peraturan Presiden Republik Indonesia No 82 Tahun 2016 *inklusi* keuangan didefinisikan sebagai kondisi ketika setiap anggota masyarakat mempunyai akses terhadap berbagai layanan keuangan formal yang berkualitas secara tepat waktu, lancar, dan aman dengan biaya terjangkau sesuai dengan kebutuhan dan kemampuan dalam rangka meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Layanan keuangan yang disediakan harus dapat diterima oleh masyarakat sesuai dengan kebutuhan dan mudah untuk diakses dari sisi persyaratan serta layanan. Selain itu, layanan keuangan yang aman dimaksudkan agar masyarakat terlindungi hak dan kewajibannya dari risiko yang mungkin timbul.

Peraturan Presiden Republik Indonesia No 82 Tahun 2016 Pengukuran IKI pada dasarnya merupakan upaya yang dilakukan Bank Indonesia untuk mengkombinasikan berbagai indikator sektor perbankan, sehingga pada akhirnya *inklusi* keuangan dapat menggabungkan beberapa informasi mengenai berbagai dimensi dari sebuah sistem keuangan yang inklusif yakni:

1. Akses

Adalah dimensi yang digunakan untuk mengukur kemampuan penggunaan jasa keuangan formal, sehingga dapat dilihat terjadinya potensi hambatan untuk membuka dan mempergunakan rekening bank, seperti biaya atau keterjangkauan fisik layanan jasa keuangan (kantor bank, ATM, dll.).

2. Penggunaan

Adalah dimensi yang digunakan untuk mengukur kemampuan penggunaan aktual produk dan jasa keuangan, antara lain terkait keteraturan, frekuensi dan lama penggunaan. Indikator yang dipergunakan

3. Kualitas

Adalah tingkat pemenuhan kebutuhan atas produk dan layanan keuangan yang dapat memenuhi kebutuhan masyarakat, yang diukur dengan indikator: Indeks literasi keuangan, jumlah pengaduan layanan keuangan, persentase penyelesaian layanan pengaduan.

Menurut Triani (2017), perilaku menabung adalah kemampuan seseorang dalam mengelola dan mengatur keuangan baik untuk jangka pendek maupun angka panjang. Menurut Ritonga dan Firdaus (2016:17), indikator terpenting yang menentukan tingkat perilaku menabung seseorang adalah:

1. Kekayaan yang telah terkumpul

Ketika seseorang mempunyai harta warisan atau tabungan yang banyak dari hasil usaha di masa lalu, maka dalam keadaan tersebut ia sudah tidak terdorong lagi untuk menabung lebih banyak karena sebagian besar pendapatannya digunakan untuk konsumsi di masa sekarang. Sebaliknya, untuk orang yang tidak

2. Tingkat bunga

Tingkat bunga bisa dikatakan sebagai pendapatan yang diperoleh dari tabungan. Seseorang akan menabung dalam jumlah banyak apabila tingkat bunga tinggi dan akan menurunkan tingkat tabungannya pada saat tingkat bunga rendah karena mereka akan merasa lebih baik melakukan pembelanjaan konsumsi daripada menabung.

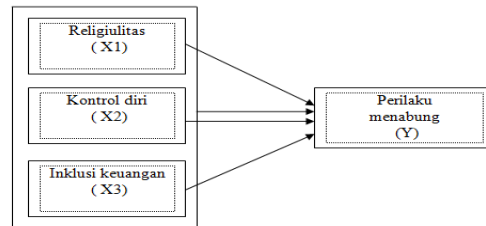
3. Sikap berhemat

Ada orang yang mengalokasikan pendapatannya untuk konsumsi lebih banyak namun ada juga orang yang lebih sedikit mengalokasikan pendapatannya untuk belanja.

4. Keadaan perekonomian

Perekonomian yang tumbuh pesat dan tidak banyak pengangguran masyarakatnya cenderung lebih aktif melakukan pembelanjaan. Mereka mempunyai kecenderungan berbelanja lebih banyak di masa kini dan mengurangi tingkat tabungan.

Gambar 1. Kerangka Konseptual



METODE

Jenis penelitian yang akan dilakukan adalah jenis penelitian kuantitatif asosiatif. Populasi penelitian ini jumlah nasabah Bank Mandiri Syariah Ujung Batu sebanyak 14.566. Teknik penentuan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *accidental sampling*, maka diperoleh jumlah sampel sebanyak 100 orang. Variabel bebas dalam penelitian ini religiulitas (X1), control diri (X2), inklusi keuangan (X3) dan variabel terikat perilaku menabung (Y).

Metode pengumpulan data menggunakan observasi dan kuesioner. Uji keandalan instrument meliputi uji validitas dan uji realibilitas, uji asumsi klasik meliputi uji normalitas, uji multikolonieritas dan uji heteroskedastisitas. Dalam kuisisioner ini di gunakan sklala likert yang terdiri dari sangat setuju, setuju, ragu-ragu, tidak setuju dan sangat tidak setuju. Skala likert adalah skala yang di rancangkan untuk memungkinkan responden menjawab berbagai tingkatan setiap objek yang akan di ukur. Analisis data dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda yaitu menguji signifikansi pengaruh antara *dependent variable* dengan *independent variable*.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil uji validitas bahwa masing-masing item pernyataan dalam kuesioner penelitian ini dinyatakan valid. Dapat dikatakan valid karena nilai *pearson correlate* nya lebih besar dibandingkan dengan nilai $r_{tabel} = 5\%$, $df = n-2$, dimana $n = 100$. Butir pernyataan item 1 untuk variabel religiulitas memiliki nilai *pearson* sebesar 0,835 sedangkan nilai r_{tabel} sebesar 0,1966 maka $0,835 > 0,1966$ dengan demikian dapat dinyatakan bahwa pernyataan item1 dapat dinyatakan valid. Begitu pula dengan butir pernyataan yang lainnya. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa jumlah pernyataan sebanyak 28 pada penelitian ini semuanya valid.

Berdasarkan atas pengujian yang dilakukan untuk mengetahui nilai *cronbach's alpha*. Didapatlah nilai *cronbach's alpha* untuk misalnya pada variabel religiulitas sebesar 0,896. Nilai 0,896 lebih besar dari nilai *cut off* yang ditentukan yaitu sebesar

0.60. Maka pernyataan untuk item variabel religiolitas dinyatakan reliabel. Dan untuk variabel-variabel yang lain juga dibandingkan dengan nilai 0.60. Sehingga dapat disimpulkan baik untuk variabel independen maupun variabel dependen dalam penelitian ini dinyatakan reliabel.

Tabel 2. Hasil Uji Normalitas Data

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^a	Mean	.0000000
	Std. Deviation	.81896960
Most Extreme Differences	Absolute	.076
	Positive	.072
	Negative	-.076
Kolmogorov-Smirnov Z		.756
Asymp. Sig. (2-tailed)		.617

Sumber: Pengolahan data spss, 2021

Berdasarkan tampilan *out put* pada tabel 2, dapat dianalisis hasil uji normalitas, nilai Asymp. Sig sebesar $0,617 > 0,05$, menurut Sugiyono (2014:137) apabila nilai *Asymp. Sig(2-Tailed) > 0,05* maka dapat dinyatakan bahwa data-data penelitian telah memenuhi distribusi normal.

Tabel 3. Hasil Uji Multikolinearitas

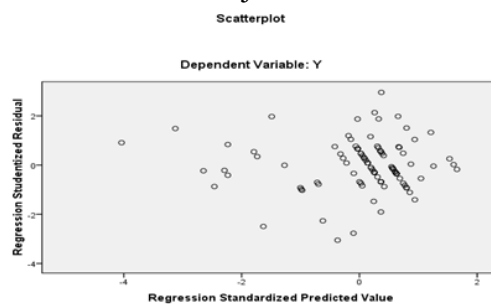
Model		Unstandardized Coefficients		Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Tolerance	VIF
1	(Constant)	.797	1.005		
	Religiulitas	.158	.018	.998	1.002
	Kontrol diri	.234	.050	.432	2.316
	Inklusi keuangan	.839	.048	.432	2.313

a. Dependent Variable: Y

Sumber: Pengolahan data spss, 2021

Hasil perhitungan nilai Tolerance pada Tabel 3 menunjukkan tidak ada variabel independen yang memiliki nilai Tolerance kurang dari 0.10 yang berarti tidak ada korelasi antar variabel independen yang nilainya lebih dari 95%. Hasil perhitungan *Variance Inflator Factor* (VIF) juga menunjukkan hal yang sama tidak ada satu variabel independen yang memiliki nilai VIF lebih dari 10. Jadi dapat disimpulkan bahwa tidak ada multikolinieritas antar variabel dalam model regresi.

Gambar 2. Hasil Uji Heteroskedastisitas



Sumber: Pengolahan data spss, 2021

Dari grafik *scatterplot* yang ada pada gambar 2 dapat dilihat bahwa titik-titik menyebar secara acak, serta tersebar baik di atas maupun dibawah angka nol pada sumbu Y. Hal ini dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas pada model regresi (Sugiyono, 2014:137).

Tabel 4. Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Tolerance	VIF
1 (Constant)	.797	1.005		
Religiulitas	.158	.018	.998	1.002
Kontrol diri	.234	.050	.432	2.316
Inklusi keuangan	.839	.048	.432	2.313

a. Dependent Variable: Y

Sumber: Pengolahan data spss, 2021

Berdasarkan hasil pengukuran regresi yang ditunjukkan pada tabel 4, maka persamaan regresi yang terbentuk adalah:

$$Y = 0,797 + 0,158X_1 + 0,234X_2 + 0,839X_3$$

Dari persamaan regresi tersebut dapat diartikan:

1. Nilai konstanta bernilai positif sebesar 0,797 hal ini menunjukkan bahwa apabila variabel *religiulitas*, kontrol diri dan inklusi keuangan jika dianggap konstan (0), maka nilai perilaku menabung sebesar 0,797.
2. Koefisien regresi variabel *religiulitas* (X1) bernilai positif sebesar 0,158. Hal ini berarti bahwa jika *religiulitas* ditingkatkan satu satuan dengan catatan variabel kontrol diri dan inklusi keuangan dianggap konstan, maka akan meningkatkan nilai perilaku menabung sebesar 0,158.
3. Koefisien regresi variabel kontrol diri (X2) bernilai positif sebesar 0,234. Hal ini berarti bahwa jika kontrol diri ditingkatkan satu satuan dengan catatan variabel *religiulitas* dan inklusi keuangan dianggap konstan, maka akan meningkatkan nilai perilaku menabung sebesar 0,234.
4. Koefisien regresi variabel inklusi keuangan (X3) bernilai positif sebesar 0,839. Hal ini berarti bahwa jika inklusi keuangan ditingkatkan satu satuan dengan catatan variabel kontrol diri dan *religiulitas* dianggap konstan, maka akan meningkatkan nilai perilaku menabung sebesar 0,839.

Tabel 5. Hasil Koefisien Determinasi (R²)

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.959 ^a	.920	.918	.832

a. Predictors: (Constant), X3, X1, X2

b. Dependent Variable: Y

Sumber: Hasil Spss, 2021

Dari tampilan output SPSS model summary pada Tabel 5, besarnya adjusted R² adalah 0,918, hal ini berarti 91,8% variasi perilaku menabung dapat dijelaskan oleh variasi dari ketiga variabel independen yaitu *religiulitas*, kontrol diri dan inklusi

keuangan, sedangkan sisanya ($100\% - 91,8\% = 8,2\%$) dijelaskan oleh sebab- sebab yang lain diluar model seperti literasi keuangan dan *lifestyle*.

Tabel 6. Hasil Uji t

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		t	Sig.
	B	Std. Error	Beta			
1 (Constant)	.797	1.005			.793	.430
Religiulitas	.158	.018	.258		8.950	.000
Kontrol diri	.234	.050	.207		4.712	.000
Inklusi keuangan	.839	.048	.765		17.426	.000

a. Dependent Variable: Y
Sumber: Hasil Spss, 2021

Hasil analisis berdasarkan tabel 46 adalah sebagai berikut:

1. Variabel X1 (*religiulitas*) menghasilkan nilai t_{hitung} sebesar 8,950 nilai t_{tabel} dengan df (*degree of freedom*)= $n-2 = 100 - 2 = 98$ sebesar 1.98447 yang artinya $t_{hitung} > t_{tabel}$, dengan probabilitas signifikansi sebesar 0,000. Karena probabilitas kecil dari 0,05 dan $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka dapat disimpulkan bahwa secara parsial variabel X1 (*religiulitas*) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel Y (perilaku menabung).
2. Variabel X1 (kontrol diri) menghasilkan nilai t_{hitung} sebesar 4,712 nilai t_{tabel} dengan df (*degree of freedom*)= $n-2 = 100 - 2 = 98$ sebesar 1.98447 yang artinya $t_{hitung} > t_{tabel}$, dengan probabilitas signifikansi sebesar 0,000. Karena probabilitas kecil dari 0,05 dan $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka dapat disimpulkan bahwa secara parsial variabel X1 (kontrol diri) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel Y (perilaku menabung).
3. Variabel X1 (inklusi keuangan) menghasilkan nilai t_{hitung} sebesar 17,426 nilai t_{tabel} dengan df (*degree of freedom*)= $n-2 = 100 - 2 = 98$ sebesar 1.98447 yang artinya $t_{hitung} > t_{tabel}$, dengan probabilitas signifikansi sebesar 0,000. Karena probabilitas kecil dari 0,05 dan $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka dapat disimpulkan bahwa secara parsial variabel X1 (inklusi keuangan) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel Y (perilaku menabung).

Tabel 7. Hasil Uji F

ANOVA ^b						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	764.440	3	254.813	368.402	.000 ^a
	Residual	66.400	96	.692		
	Total	830.840	99			

a. Predictors: (Constant), X3, X1, X2
b. Dependent Variable: Y
Sumber: Hasil Spss, 2021

Analisis deskriptif variabel *religiulitas*

Dengan melibatkan sebanyak 100 orang responden, memberikan informasi mengenai pengaruh dari variabel *religiulitas*, kontrol diri dan inklusi keuangan terhadap perilaku menabung. Berdasarkan hasil TCR, pada variabel *religiulitas* sebesar 76,43% dengan klasifikasi Tingkat Capaian Responden pada kriteria baik. Hal ini dapat diartikan bahwa *religiulitas* yang dimiliki nasabah Bank Mandiri Syariah Ujung Batu secara umum sudah baik, sehingga nasabah memutuskan Bank Mandiri Syariah Ujung Batu sebagai

tempat yang tepat untuk menabung dibandingkan dengan bank lainnya atau bank konvensional. Ini dapat dilihat dengan hasil yang tertinggi pada variabel religiusitas pada pernyataan nomor 2 yaitu saya memilih produk tabungan bank syariah karena bebas dari hal-hal yang haram dan berprinsip keadilan dengan nilai TCR sebesar 78,8% dengan klasifikasi Tingkat Capaian Responden pada kriteria baik, sedangkan yang paling rendah pada pernyataan nomor 3 yaitu saya memilih produk tabungan bank syariah karena perjanjian antara bank dengan nasabah berdasarkan hukum Islam dengan nilai TCR sebesar 72% dengan klasifikasi Tingkat Capaian Responden pada kriteria baik.

Analisis Deskriptif Variabel Kontrol Diri

Berdasarkan hasil TCR, pada variabel kontrol diri sebesar 79,2% dengan klasifikasi Tingkat Capaian Responden pada kriteria baik. Hal ini dapat diartikan bahwa kontrol diri yang dimiliki nasabah Bank Mandiri Syariah Ujung Batu secara umum sudah baik, sehingga nasabah mampu menahan diri untuk tidak menabung di bank konvensional lainnya dan menjatuhkan pilihan pada Bank Mandiri Syariah Ujung Batu sebagai tempat yang tepat untuk menabung. Ini dapat dilihat dengan hasil yang tertinggi pada variabel kontrol diri pada pernyataan nomor 1 yaitu saya memilih menabung di Bank syariah walupun saya tertarik dengan bunga tabungan pada bank umum dengan nilai TCR sebesar 83,4% dengan klasifikasi Tingkat Capaian Responden pada kriteria baik, sedangkan yang paling rendah pada pernyataan nomor 2 yaitu dalam mengambil suatu keputusan, saya selalu memikirkan akibatnya dengan nilai TCR sebesar 74,8% dengan klasifikasi Tingkat Capaian Responden pada kriteria baik.

Analisis Deskriptif Variabel Inklusi Keuangan

Berdasarkan hasil TCR, pada variabel inklusi keuangan sebesar 80,8% dengan klasifikasi Tingkat Capaian Responden pada kriteria baik. Hal ini dapat diartikan bahwa inklusi keuangan yang dimiliki nasabah Bank Mandiri Syariah Ujung Batu secara umum sudah baik, sehingga nasabah memutuskan menabung di Bank Mandiri Syariah Ujung Batu sebagai tempat yang tepat untuk menabung. Ini dapat dilihat dengan hasil yang tertinggi pada variabel inklusi keuangan pada pernyataan nomor 1 yaitu setiap masyarakat memiliki hak untuk akses keuangan bank dan pernyataan nomor 5 yaitu pelayanan yang diberikan oleh lembaga keuangan (bank) cepat dengan nilai TCR sebesar 84,6% dengan klasifikasi Tingkat Capaian Responden pada kriteria baik, sedangkan yang paling rendah pada pernyataan nomor 3 yaitu saya menggunakan ATM sebagai salah satu produk jasa keuangan bank dengan nilai TCR sebesar 75,4% dengan klasifikasi Tingkat Capaian Responden pada kriteria baik.

Analisis Deskriptif Variabel Perilaku Menabung

Berdasarkan hasil TCR, pada variabel perilaku menabung sebesar 78,9% dengan klasifikasi Tingkat Capaian Responden pada kriteria baik. Hal ini dapat diartikan bahwa perilaku menabung yang dimiliki nasabah Bank Mandiri Syariah Ujung Batu secara umum sudah baik, sehingga nasabah mau menyisihkan sebagian uangnya untuk

menaung di Bank Mandiri Syariah Ujung Batu. Ini dapat dilihat dengan hasil yang tertinggi pada variabel perilaku menabung pada pernyataan nomor 3 yaitu saya memutuskan menabung di bank ketika ada informasi kenaikan tingkat suku bunga tabungan dengan nilai TCR sebesar 84,6% dengan klasifikasi Tingkat Capaian Responden pada kriteria baik, sedangkan yang paling rendah pada pernyataan nomor 1 yaitu saya menyisihkan uang saya secara teratur untuk masa depan serta pernyataan nomor 5 yaitu saya selalu menerapkan pola hidup sederhana demi menghemat pengeluaran saya dengan nilai TCR sebesar 75,4% dengan klasifikasi Tingkat Capaian Responden pada kriteria baik.

Pengaruh *Religiulitas* terhadap Perilaku Menabung

Berdasarkan hasil uji secara parsial (uji-t) menunjukkan bahwa secara parsial variabel X1 (*religiulitas*) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel Y (perilaku menabung). Hal ini berarti bahwa *religiulitas* sangat penting dalam meningkatkan perilaku nasabah menabung di Bank Syariah Mandiri Ujung Batu. Religiusitas adalah pengabdian terhadap agama. Menurut Glock & Stark (2011), mengatakan bahwa terdapat lima dimensi dalam religiusitas yaitu dimensi ideologis, ritualistik, eksperensial, intelektual, dan konsekuensi. Dari pengukuran kelima dimensi tersebut akan menghasilkan bahwa tingkat religiusitas seseorang itu berbeda-beda. Ada yang memiliki tingkat religiusitas tinggi dan juga ada yang rendah. Bisa jadi hal yang menyebabkan rendahnya nasabah yang menabung di bank syariah karena mayoritas umat muslim di Indonesia tingkat religiusitasnya rendah. Lain halnya jika religiusitas seseorang itu tinggi tentu akan komitmen dalam menjalankan syariat agama secara totalitas termasuk dalam aktivitas ekonomi yaitu ia akan memilih lembaga keuangan yang sesuai dengan prinsip islam.

Hasil penelitian ini mendukung apa yang sudah diteliti oleh Wardani (2019) yang menyatakan bahwa *religiulitas* berpengaruh signifikan serta memiliki hubungan positif terhadap perilaku menabung di bank syariah mahasiswa. *Religiulitas* adalah pengabdian terhadap agama. Menurut Omer (2011:28) perilaku ekonomi sangat ditentukan oleh tingkat keimanan seseorang atau masyarakat yang kemudian perilaku tersebut akan membentuk kecenderungan perilaku konsumsi dan produksi di pasar. Lebih khusus Metawa and Almossawi (2012:19) mengungkapkan bahwa kriteria pemilihan bank oleh nasabah didominasi oleh kepatuhan terhadap prinsip syariah. Nasabah yang merupakan penganut taat Agama Islam dapat memilih perbankan syariah sebagai wujud ketaatannya terhadap nilai-nilai agama.

Pengaruh Kontrol Diri terhadap Perilaku Menabung

Berdasarkan hasil uji secara parsial (uji-t) menunjukkan bahwa secara parsial variabel X2 (kontrol diri) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel Y (perilaku menabung). Hal ini berarti bahwa kontrol diri sangat penting dalam meningkatkan perilaku nasabah menabung di Bank Syariah Mandiri Ujung Batu. Seseorang yang memiliki kontrol diri atau *self control* akan mempertimbangkan terlebih dahulu apakah

pembelian yang akan dilakukan itu merupakan pembelian yang benar-benar dibutuhkan atau tidak. Kontrol diri merupakan sebuah aktivitas yang dapat berfungsi untuk mendorong penghematan serta menekan pembelian *impulsive*. Agar tidak terjadi pengeluaran yang tidak terkontrol, maka dibutuhkan faktor psikologi untuk mengendalikannya yaitu kontrol diri.

Hasil penelitian ini mendukung apa yang sudah diteliti oleh Wardani (2019), Putri (2018) dan Marwanti (2018) yang menyatakan bahwa kontrol diri secara parsial berpengaruh signifikan terhadap perilaku menabung. Menurut Delisi dan Berg (2016:23) kontrol diri atau *self control*, seseorang yang memiliki kontrol diri atau *self control* akan mempertimbangkan terlebih dahulu apakah pembelian yang akan dilakukan itu merupakan pembelian yang benar-benar dibutuhkan atau tidak. Kontrol diri merupakan sebuah aktivitas yang dapat berfungsi untuk mendorong penghematan serta menekan pembelian *impulsive*. Agar tidak terjadi pengeluaran yang tidak terkontrol, maka dibutuhkan faktor psikologi untuk mengendalikannya yaitu kontrol diri. Kontrol diri merupakan hal yang penting sebelum individu memutuskan untuk mengambil keputusan dalam berperilaku. Ketika individu mempunyai kontrol diri yang baik, maka akan mengendalikan penggunaan uangnya dan dapat melakukan pengelolaan keuangan dengan lebih baik dan mempunyai niat untuk menabung. Kontrol diri dalam mengelola keuangan sangat diperlukan (Metawa and Almoosawi, 2012:19).

Pengaruh Inklusi Keuangan terhadap Perilaku Menabung

Berdasarkan hasil uji secara parsial (uji-t) menunjukkan bahwa secara parsial variabel X3 (inklusi keuangan) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel Y (perilaku menabung). Hal ini berarti bahwa kontrol diri sangat penting dalam meningkatkan perilaku nasabah menabung di Bank Syariah Mandiri Ujung Batu. Inklusi keuangan adalah kemampuan individu untuk mengakses macam-macam produk jasa keuangan yang dapat dijangkau sesuai kebutuhan yang diperlukan. Kemampuan yang dimaksud adalah kemampuan terkait pemahaman atas *financial awareness*, pengetahuan perihal berbagai macam layanan, jaringan serta fasilitas perbankan yang telah disediakan. Untuk mendorong individu agar terbiasa menabung dibutuhkan latihan kontrol diri yang baik, inklusi keuangan dan pengalaman perihal perbankan untuk asset di masa mendatang.

Hasil penelitian ini mendukung apa yang sudah diteliti oleh Wardani (2019) dan Putri (2018) yang menyatakan bahwa inklusi keuangan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap perilaku menabung. Menurut Sanjaya (2014:23), inklusi keuangan adalah kemampuan individu untuk mengakses macam-macam produk jasa keuangan yang dapat dijangkau sesuai kebutuhan yang diperlukan. Kemampuan yang dimaksud adalah kemampuan terkait pemahaman atas *financial awareness*, pengetahuan perihal berbagai macam layanan, jaringan serta fasilitas perbankan yang telah disediakan. Untuk mendorong individu agar terbiasa menabung dibutuhkan latihan kontrol diri yang baik, inklusi keuangan dan pengalaman perihal perbankan untuk asset di masa mendatang.

Pengaruh *Religiulitas*, Kontrol Diri dan Inklusi Keuangan terhadap Perilaku Menabung

Hasil analisis bahwa secara simultan variabel bebas secara bersama-sama mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat. Dalam penelitian ini, nampak bahwa F_{hitung} sebesar 368,402 dan F_{tabel} sebesar 2,70. Karena probabilitas jauh lebih kecil dari 0,005 dan $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka model regresi dapat digunakan untuk memprediksi perilaku menabung atau dapat dikatakan bahwa *religiulitas*, kontrol diri dan inklusi keuangan berpengaruh signifikan secara simultan terhadap perilaku menabung. Hal ini berarti bahwa *religiulitas*, kontrol diri dan inklusi keuangan sangat penting dalam meningkatkan perilaku nasabah menabung di Bank Syariah Mandiri Ujung Batu. Hasil penelitian ini mendukung apa yang sudah diteliti oleh Wardani (2019), Putri (2018) dan Marwanti (2018) yang menyatakan bahwa *religiulitas*, kontrol diri dan inklusi keuangan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap perilaku menabung.

Pengambilan keputusan konsumen adalah aspek lain yang sangat penting untuk dipahami oleh para pemasar. Pride dan Ferrel (2010:28), mengatakan bahwa bagian utama dari perilaku pembelian adalah proses keputusan yang dipergunakan untuk melakukan pembelian tersebut. Lebih lanjut Pride dan Ferrel (2010:28) menjelaskan bahwa terdapat tiga kategori pengaruh utama yang dianggap mempengaruhi proses keputusan pembelian konsumen, yaitu faktor pribadi, faktor psikologis dan faktor sosial.

SIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka dapat ditarik kesimpulan dari penelitian ini yaitu:

1. *Religiulitas* berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku menabung nasabah Bank Mandiri Syariah Ujung Batu.
2. Kontrol diri berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku menabung nasabah Bank Mandiri Syariah Ujung Batu.
3. Inklusi keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku menabung Nasabah Bank Mandiri Syariah Ujung Batu.
4. *Religiulitas*, kontrol diri dan inklusi keuangan berpengaruh positif dan signifikan secara simultan terhadap perilaku menabung nasabah Bank Mandiri Syariah Ujung Batu.

Dari kesimpulan di atas, maka disarankan sebagai berikut:

1. Bank Mandiri Syariah Ujung Batu hendaknya dapat menyebarluaskan pengetahuan inklusi keuangan mengenai Bank Syariah di masyarakat secara luas agar masyarakat mengetahui akses pada Bank Syariah dan mengetahui keuntungan yang akan didapatkan dibanding dengan menabung di Bank Konvensional.
2. Hendaknya Bank Mandiri Syariah Ujung Batu melakukan pemberian hadiah kepada nasabah secara periodik sama halnya yang dilakukan oleh bank konvensional agar calon nasabah tertarik untuk menabung di Bank Mandiri Syariah Ujung Batu.

3. Bagi peneliti selanjutnya, diharapkan untuk menambahkan faktor lain atau variabel lain diluar penelitian ini yang mempengaruhi perilaku menbaung di bank syariah seperti faktor kebudayaan, kelas sosial, keluarga, status, kelompok, usia, kepribadian dan pekerjaan, agar menghasilkan gambaran yang lebih luas mengenai masalah yang diteliti.
4. Bagi bank dan Otoritas Jasa Keuangan (OJK), sosialisasi mengenai produk dan sistem bank syariah lebih digencarkan dan diaktifkan untuk semua kalangan masyarakat.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, Thamrin (2012). *Bank dan Lembaga Keuangan*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Amalia (2010). *Literasi Keuangan*. Jakarta :Gramedia.
- Antonio, Muhammad Syafii (2012). *Bank Syariah Dari Teori Ke Praktik*. Jakarta: Rajawali Press.
- Arikunto, Suharsimi (2011). *Metode Penelitian Pendidikan & Pengembangan*. Jakarta :Erlangga.
- Asyarie (2012). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta : PT Raja Grafindo Persada.
- Bank Dunia (2015). *Bank dan Lembaga Keuangan*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Chaplin (2011). *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*. Bandung :Rosda Karya.
- Darajat, Zakiyah (2013). *Ilmu Pendidikan Islam*. Jakarta:Bumi Aksara.
- Delisi dan Berg (2016). *Dasar-Dasar Manajemen Keuangan*. Edisi 11 Buku 2 Jakarta: Salemba Empat.
- Eriksson & Hermansson (2014). *Perilaku Konsumen & Strategi Pemasaran*. Edisi Keduabelas. Jakarta:Salemba Empat.
- Gadinasyin (2014). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat, 2011.
- Glock & Stark (2011). *Dasar-dasar Pemasaran*. Jilid 1, Alih. Bahasa Alexander Sindoro dan Benyamin Molan. Prenhalindo. Jakarta:Erlangga.

Goldfried dan Merbaum (2012). *Financial Literacy and Planning*. Terjemahan. Bandung :Ipi

Husein, Umar (2011). *Metodelogi Penelitian*. Jakarta :Gramedia.

Kotler, Philips (2015). *Manajemen Pemasaran Perspektif Asia*. Buku Dua, Edisi Pertama,. Yogyakarta: Andy.

Kuncoro (2013). *Dasar-Dasar Penulisan Karya Ilmiah*. Jakarta : Grasindo.

Logue (2013). *Ajaran Pendidikan Fundamental*. Jakarta :Erlangga

Marwanti (2018). *Faktor-faktor yang M engaruhi Perilaku Menabung Mahasiswa SI Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta*. Jurnal Akuntansi Manajemen. Vol, 2. No, 2. Halaman 1-12.

Martoyo (2010). *Metodolegi Penelitian Bisnis*. Jakarta: Bumi Aksara.

Metawa and Almosawi (2012). *Dasar-dasar Manajemen Bank syariah*. Jakarta: Gema Insani.

Michael, dkk (2017). *Manajemen Treasuri*. Yogyakarta :BPFE.

Nasution, Harun (2011). *Perilaku Keuangan*. Jakarta :Salemba Empat.

Nugroho (2015). *Teori Kepribadian*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.

Omer, Hamalik (2011). *Psikologi Pendidikan*. Jakarta :Erlangga.

Peraturan Presiden Republik Indonesia No 82 Tahun 2016.

Peter dan Olson (2013). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat, 2011.

Pride dan Ferrel (2010). *Perilaku Konsumen & Strategi Pemasaran*. Edisi Keduabelas. Jakarta:Salemba Empat.

Putri (2018). *Pengaruh Kontrol Diri, Literasi Keuangan Dan Inklusi Keuangan Terhadap Perilaku Menabung Mahasiswa Pendidikan Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Surabaya*. Maalah Ekonomi. Vol, 23. No, 1. Halaman 1-14.

Rangarajan, (2011). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta :Erlangga.

Ritonga dan Firdaus (2016). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.

Ruyatnasih dkk (2011). *Prinsip-prinsip Pemasaran*, Edisi ke-12. Jilid 1. Jakarta: Erlangga.

Sanjaya (2014). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta :Erlangga.

Sarma (2012). *Perilaku Keuangan*. Jakarta :Erlangga.

Setiadi (2012). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta :Erlangga.

Sugiyono (2010). *Metodelogi Penelitian*. Yogyakarta: BPFE.

_____ (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Afabeta.

Suroso, Imam Jazuli (2012). *Referensi Ekonomi Islam*. Jakarta :Erlangga.

Swastha, Basu dan Irawan (2012). *Perilaku Konsumen Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*. Jakarta: Ghalia Indonesia.

Thohir, Muhammad Thaib (2011). *Direktori Perasuransian Indonesia*. Jakarta :Salemba Empat.

Triani (2017). *Perilaku Konsumen Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*. Jakarta: Ghalia Indonesia

Vorgote (2010). *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Laksbang. Pressindo.

Wardani (2019). *Pengaruh Kontrol Diri, Religiusitas, Literasi Keuangan, Inklusi Keuangan Terhadap Perilaku Menabung Di Bank Syariah Mahasiswa Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya*. *Jurnal Manajemen Keuangan*. Vol, 1. No, 1. Halaman 1-15.