PENGARUH PRODUK BANK SYARIAH TERHADAP MINAT MENABUNG DENGAN PERSEPSI MASYARAKAT SEBAGAI VARIABEL MODERATING

by Hutomo Rusdianto,chanafi Ibrahim Dan Amin Kuncoro

Submission date: 20-Feb-2018 11:11AM (UTC+0700)
Submission ID: 918465054
File name: JURNAL_STAIN_2016._asli.doc (85K)
Word count: 2331
Character count: 15441

PENGARUH PRODUK BANK SYARIAH TERHADAP MINAT MENABUNG DENGAN PERSEPSI MASYARAKAT SEBAGAI VARIABEL MODERATING

(Studi pada masyarakat di Kecamatan Margoyoso Kabupaten Pati)

Hutomo Rusdianto (FE. Universita Muria Kudus)
hutomo.rusdianto@umk.ac.id

Chanafi Ibrahim (FE. Universita Muria Kudus)
chanafi.ibrahim@umk.ac.id

Amin Kuncoro (FE. Universitas Semarang)
kiaisekuler@gmail.com

Abstrak

Lembaga keuangan di Indonesia berpacu dengan waktu yang tidak akan pernah berhenti. Dengan demikian maka lembaga keuangan berupaya agar mampu bertahan diera global. Penelitian ini memiliki tujuan mengetahui produk bank syariah khususnya di Kecamatan Margoyoso Kabupaten Pati terhadap minat untuk menabung dengan menggunakan persepsi masyarakat sebagai moderatingnya. Metode penelitian ini menggunakan deskriptif kuantitatif, dengan populasinya adalah lembaga keuangan mikro (KJKS, KSPS dan BMT) yang berdomisili di Kecamatan Margoyoso Kabupaten Pati Jawa Tengah Indonesia. Sedangkan sampelnya adalah masyarakat yang melakukan transaksi di lembaga keuangan mikro yang berjumlah 100 responden, tekniknya menggunakan *kuota sampling*. Metode analisis datanya menggunakan uji MRA *(Moderating Regresion Analysis).*

Hasil dari penelitian ini adalah produk-produk bank syariah yang ada dilembaga keuangan mikro khususnya di Kecamatan Margoyoso Kabupaten Pati Jawa Tengah Indonesia mempunyai dampak bagi masyarakat, hal ini membuktikan bahwa produk-produk (tabungan) lembaga keuangan mikro mempunyai manfaat bagi nasabah atau maskarakat. Sedangkan persepsi masyarakat tindak bias menjadi variabel moderating, hal ini berarti bahwa masyarakat sudah mengetahui peran atau fungsi produk dari lembaga keuangan mikro karena dibandingkan lembaga keuangan konvensinal yang berabau riba.

Kata kunci : produk bank syariah, minat menabung dan persepsi masyarakat.

A. Latar Belakang

Pertumbuhan lembaga keuangan di Indonesian sungguh luar biasa bagaikan jamur dimusim penghujan, selain itu dukungan dari pemerintah juga membela lembaga keuangan karena mampu memberikan kontribusi bagi pertumbuhan ekonomi. Pertumbuhan ekonomi seperti sekarang ini salah satu aspek yang paling menonjol adalah pada sector industry keuangan, karena sebagian masyarakat di Indonesia berada pada level menengah kebawah. Inilah yang memacu tingkat pertumbuhan lembaga keuangan mikro khususnya syariah. Selain itu penduduk Indonesia adalah beragama Islam, sehingga semakin berkembang pola pikir masyarakat untuk beralih kesektor keuangan mikro syariah.

Industri perbankan syari'ah telah mengalami perkembangan yang sangat pesat. Dengan diterbitkannya Undang-Undang No. 21 Tahun 2008 Tentang Perbankan Syariah tertanggal 16 Juli 2008, pengembangan industri perbankan syariah nasional semakin memiliki landasan hukum yang memadai dan akan mendorong pertumbuhannya secara lebih cepat lagi. Perkembangan bank syariah cukup impresif, dengan rata-rata pertumbuhan aset lebih dari 65% per-tahun dalam lima tahun terakhir. Dengan demikian, peran industri perbankan syari'ah dalam mendukung perekonomian nasional semakin signifikan.

Pada kenyataannya persepsi dan sikap masyarakat terhadap bunga bank dan sistem bagi hasil sangat beragam. Masyarakat cenderung menerima bunga dan sebagian besar menerima sistem bagi hasil dengan tetap menerima bunga tapi ada juga yang menolak bunga. Sikap yang mencampuradukkan berbagai paradigma diera global, nuansa yang lebih menarik sebagai gambaran tentang pengetahuan, sikap, persepsi serta perilaku masyarakat.

Kebijakan pemerintah untuk memberikan kesempatan kepada lembaga keuangan syariah agar mampu bersaing dengan lembaga keuangan konvensional telah dibahas cukup lama, sehingga harapannya adalah lembaga keuangan akan mandiri dan berkembang seperti lembaga keuangan konvensional.

Beragamnya persepsi, sikap dan perilaku masyarakat terhadap bank syari'ah, di antaranya disebabkan oleh rendahnya pemahaman masyarakat terhadap bank syari'ah, terutama yang disebabkan dominasi bank konvensional. Selain itu, perangkat hukum dan peraturan perundang-undangan yang berlaku belum sepenuhnya mengakomodasi operasional bank syari'ah, masih terbatasnya jaringan pelayanan bank syari'ah serta terbatasnya sumber daya insani dan teknologi perbankan syari'ah.

Kabupaten Pati identik dengan kota pensiun, selain itu Kabupaten Pati juga terkenal dengan kota santri, sehingga sebagian besar masyarakatnya adalah pemeluk agama Islam. Dengan demikian maka secara normative keberadaan

lembaga keuangan mikro syariah tumbuh pesat, karena mempunyai landasan dasar yang masyarakatnya muslim. Akan tetapi apabila ditinjau dari segi bisni, maka tingkat pertumbuhan lembaga keuangan konvensional juga mengalami peningkatan yang semakin baik, apalagi lembaga keuangan mikto konvensional dianataranya koperasi.

Jumlah yang cukup signifikan itulah Kabupaten Pati menjadi barometer bagi Kabupaten disekitarnya, karena semakin banyak koperasi, maka pertumbuhan ekonomi juga semakin membaik pula.

B. Rumusan Masalah

1. Apakah ada pengaruh produk lembaga keuangan syariah terhadap minat menabung masyarakat di Kecamatan Margoyoso Kabupaten Pati Jawa Tengah?
2. Apakah persepsi masyarakat mampu menjadi variabel moderating antar produk lembaga keuangan syariah dengan minat menabung?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk menganalisis pengaruh produk lembaga keuangan syariah terhadap minat menabung masyarakat di Kecamatan Margoyoso Kabupaten Pati Jawa Tengah.
2. Untuk menganalisis persepsi masyarakat mampu menjadi variabel *moderating* antar produk lembaga keuangan syariah dengan minat menabung.

D. Landasan Teori

1. Produk Bank Syariah

Ahli fiqih dari Academi Fiqh di Mekkah pada tahun 1973, menyimpilkan bahwa konsep dasar hubungan antara ekonomi berdasarkan syariah Islam dan bentuk sistem ekonomi Islam dapat diterapkan dalam operasional lembaga keuangan bank maupun lembaga keuangan non bank. Penerapan atas konsep tersebut terwujud dengan munculnya lembaga keuangan Islam di Indonesia.

Undang-Undang Nomor 7 Tahun 1992 tentang Perbankan Bagi Hasil, yang direvisi dengan UU No. 10 tahun 1998, bank syariah dan lembaga keuangan non bank tumbuh dengan pesat. Bank syariah dengan sistem bagi hasil dirancang bagi nasabah untuk mengelola keuntungan dan kerugian antara pemilik dana (*shahibul mal*) yang menyimpan uangnya di lembaga, lembaga selaku pegelola dana (*mudharib*) dan masyarakat yang membutuhkan dana yang bisa berstatus peminjam dana atau pengelola usaha.

Produk-produk lembaga keuangan bank syariah dan lembaga keuangan bukan bank syariah yang dapat dioperasionalkan. Kelima konsep tersebut adalah:

a) Prinsip Simpanan (al'Wadiah) Prinsip simpanan adalah fasilitas yang diberikan oleh bank Islam untuk memberikan kesempatan kepada pihak yang kelebihan dana untuk menyimpan dananya dalam bentuk al-Wadiah. Fasilitas al-Wadiah diberikan untuk tujuan

investasi guna mendapatkan keuntungan.

b) Bagi Hasil (Syirkah) Sistem ini merupakan suatu sistem dengan tata cara pembagian hasil usaha antara penyedia dana dan pengelola dana.

c) Prinsip Jual beli (at-Tijarah) Suatu sistem yang menerapkan tata cara jual beli, dimana bank akan membeli terlebih dahulu barang yang dibutuhkan atau mengangkat nasabah sebagai agen bank melakukan pembelian atas nama bank, kemudian bank menjual barang tersebut kepada nasabah dengan harga beli ditambah keuntungan (margin).

d) Prinsip Sewa (al-Ijarah) Secara garis besar terbagi atas dua jenis : (1). Ijarah, sewa murni, (2) Bai al takjiri atau ijarah al muntahiya bit tamlik merupakan penggabungan sewa dan beli.

e) Prinsip jasa/fee (al-Ajr walumullah)
Prinsip ini meliputi seluruh layanan non-pembiayaan yang diberikan bank.

2. Persepsi

Persepsi memiliki artikulasi yang luas, karena persepsi merupakan pencetusan pola pikir seseorang untuk memberikan bobot kepada apa yang dilihatnya.

Sugihartono, dkk (2007: 8) mengemukakan bahwa persepsi adalah kemampuan otak dalam menerjemahkan stimulus atau proses untuk menerjemahkan stimulus yang masuk ke dalam alat indera manusia.

Persepsi manusia terdapat perbedaan sudut pandang dalam penginderaan. Ada yang mempersepsikan sesuatu itu baik atau persepsi yang positif maupun persepsi negatif yang akan mempengaruhi tindakan manusia yang tampak atau nyata.

Bimo Walgito (2004: 70) mengungkapkan bahwa persepsi merupakan suatu proses pengorganisasian, penginterpretasian terhadap stimulus yang diterima oleh organisme atau individu sehingga menjadi sesuatu yang berarti, dan merupakan aktivitas yang integrated dalam diri individu.

Jalaludin Rakhmat (2007: 51) menyatakan persepsi adalah pengamatan tentang objek, peristiwa atau hubungan-hubungan yang diperoleh dengan menyimpulkan informasi dan menafsirkan pesan.

Jadi menurut keterangan para ahli diatas maka persepsi adalah proses pengorganisasian, penginterprestasian bagi stimulus dengan pengamatan objek yang diperoleh dan mampu menyimpulkan berbagai informasi yang positif.

3. Minat Menabung

Minat adalah aspek kejiwaan dan bukan hanya mewarnai perilaku seseorang untuk melakukan aktifitas yang menyebabakan seseorang merasa tertarik kepada sesuatu. Selain itu minat memiliki makna yang luas, karena dengan minat akan mampu merubah sesuatu yang belum jelas menjadi lebih jelas,

Dalam dunia perbankan maka sumber dana terbesar bersumber

dari para nasabah yang melakukan transaksi yaitu dalam hal ini nasabah yang melakukan transaksi menabung, sehingga pihak lembaga keuangan mempunyai aturan yang ketat kepada pengelolaan keuangan yang bersumber dari masyarakat atau nasabah.

Undang-Undang Nomor 10 Tahun 1998 tentang Perbankan, "Bank adalah badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya kepada masyarakat dalam bentuk kredit dan atau bentuk-bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat banyak".

Dari keterangan diatas maka bank dalam fungsinya dibagi menjadi dua yaitu:

a. Funding
b. Lending

Sebagai salah satu penyangga tiang perekonomian di Indonesia, maka lembaga keuangan diatur oleh bank central, sehingga tingkat persaingan dan perputaran uang bias dikontrol dari bank sentral tersebut.

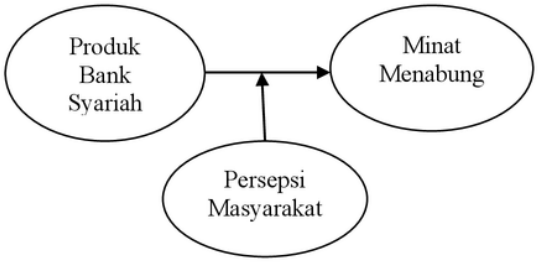
Menurut undang-undang No. 10 Tahun 1998 tentang Perbankan pasal 1,"Nasabah adalah pihak yang menggunakan jasa bank sedangkan nasabah penyimpan adalah nasabah yang menempatkan dananya di bank dalam bentuk simpanan berdasarkan perjanjian bank dengan nasabah yang bersangkutan".

Zulian Yamit (2002 : 75) nasabah adalah orang yang berinteraksi dengan bank dan mereka adalah pengguna produk.

E. Penelitian Terdahulu yang relevan

Anita Rahmawaty, 2014. Membahas tentang produk bank syariah khususnya pada BNI syariah Semarang, pembahsan mengenai produk bank syariah khususnya system bagi hasil, system bunga bank dan persepsi mengenai produk bank syariah, ternyata memberikan kontribusi bagi minat masyarakat dalam menggunakan produk dari BNI Syariah, namun persepsi masyarakat belum maksimal tentang penggunaan produk dari bank syariah khususnya BNI Syariah.

F. Kerangka Pemikiran



Gambar 2.1
Kerangka Pemikiran

G. Hipotesis

1. Ada pengaruh positif Produk Bank Syariah terhadap Minat menabung.
2. Ada pengaruh persepsi masyarakat sebagai variabel moderating.

H. Metode Penelitian

Jenis penelitian ini adalah deskriptif kuantitatif, dengan menggunakan sumber data primer dan skunder, serta menggunakan uji intrumen sebagai langkah awal

untuk menguji kuesioner kemudian dilanjutkan dengan analinisis *moderating* atau (Moderating Regression Analisis).

1. Variabel penelitian ini menggunakan variabel independen yaitu produk bank syariahm dengan menggunakan empat indikator penelitian.
2. Variabel dependen menggunakan minat menabung. Variabel minat menabung mengugnakan empat indikator.
3. Variabel moderatingnya menggunakan persepsi masyarakat. Variabel persepsi menggunakan empat indikator.

Sebelum melanjutkan penyebaran kuesioner maka peneliti menggunakan uji instrument yaitu validitas dan reliabilitas, hal ini digunakan untuk menguji kebenaran kuesioner. Untuk lebih jelasnya maka dapat disajikan dalam bentuk naratif seperti dibawah ini.

Dari hasil uji instrumen yang dilakukan oleh peneliti dengan menggunakan 30 responden, maka diperoleh semua intrumen penelitian valid karena nilai r hitungnya lebih besar dari r tabel sebesar 0.3494. sedangkan uji validitas dengan mengambil nilai *Cronbach's Alpha* diperoleh nilai diatas 0.60.

I. Hasil Penelitian

MRA *(Multiple Regression Analysis)*

$$Y = 77.021 + 1.467\ X_1$$

a) Konstanta bernilai positif ini menunjukkan bahwa apabila tidak ada variabel produk bank syariah, maka akan tetap ada minat menabung. Dengan demikian dapat dijelaskan bahwa minat menabung tetap ada walaupun tidak dipengaruhi oleh variabel produk bank syariah.
b) Nilai koefisien regresi variabel untuk variabel X sebesar 1.467. Hal ini mengandung arti bahwa setiap kenaikan produk bank syariah satu satuan maka variabel (Y) akan naik sebesar 1.467 dengan asumsi bahwa variabel bebas yang lain dari model regresi adalah tetap.

J. Hasil Uji Hipotesis

Untuk mengetahui pengaruh secara parsial antara variabel *independent* terhadap variabel *dependent*, maka digunakan uji t. Jika nilai t_{hitung} > dari t_{tabel} maka variabel *independent* secara parsial mempunyai pengaruh terhadap variabel *dependent*. Namun sebaliknya jika nilai t_{htung} < dari t_{tabel} maka variabel *independent* secara parsial tidak mempunyai pengaruh terhadap variabel *dependent*.

1. **Hipotesis 1 : Ada pengaruh positif dan signifikan produk bank syariah terhadap minat menabung.**

Variabel produk bank syariah nilai t_{hitung} sebesar 4.008 dimana nilai t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} (4.008 > 1.683). Dengan demikian pengujian menunjukkan Ho.1 ditolak dan hipotesis (Ha.1) diterima. Hasil ini memperlihatkan bahwa variabel produk bank syariah berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung. Hal ini berarti hipotesis ke 1 diterima.

2. **Hipotesis 2 : Ada pengaruh positif dan signifikan antara persepsi dengan produk bank syariah yang dimoderasi dengan minat menabung.**

Variabel persepsi masyarakat nilai t_{hitung} sebesar 4.928 dimana nilai t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} (4.928 > 1.683). Dengan demikian pengujian menunjukkan Ho.2 ditolak dan hipotesis (Ha.2) diterima. Hasil ini memperlihatkan bahwa variabel persepsi masyarakat berpengaruh positif dan signifikan sebagai variabel pemoderasi antara produk bank syariah dan minat menabung. Hal ini berarti hipotesis ke 2 diterima.

K. Pembahasan

Produk bank syariah yang mempunyai ciri khusus dengan produk-produk bank konvensional atau lembaga keuangan konvensional mampu memberikan kontribusi kepada minat masyarakat untuk menabung, hal ini berarti bahwa masyarakat khususnya di Kecamatan Margoyoso telah mengetahui dengan jelas manfaat apabila menabung dilembaga keuangan syariah karena terbebas dari unsur riba, selain itu masyarakat di Kecamatan Margoyoso mempunyai pemikiran dengan landasan keislaman yang kuat.

Kinsisten dengan penelitian Anita Rahmawaty, 2014 yang membahas tentang produk bank syariah dilembaga keuangan atau di Bank BNI Semarang. Penelitian tersebut mengupas tentang system bagi hasil dan system bunga bank.

Persepsi masyarakat mampu memberikan kontribusi antara produk bank syariah dengan minat menabung di lembaga keuangan syariah khususnya di Kecamatan Margoyoso Pati. Hal ini membuktikan bahwa masyarakat sudah mengetahui dan mampu merasakan manfaat apabila menabung di lembaga keuangan syariah.

L. Kesimpulan

1. Produk-produk bank syariah memberikan kontribusi bagi minat menabung khususnya masyarakat dikecamatan Margoyoso Kabupaten Pati.
2. Persepsi masyarakat mampu menjadi penghubung atau perantara dari produk bank syariah dengan minat menabung.

M. Implikasi Penelitian

1. **Implikasi Teori**

   Dari hasil penelitian menyatakan bahwa eksistensi masyarakat yang telah mengetahui manfaat dari menabung di lembaga keuangan syariah, mempunyai dampak secara menyeluruh, karena tidak terkena riba, sehingga dalam menjalan syariat agama Islam khususnya, maka masyarakat yang dalam hal ini nasabah merupakan mitra bagi lembaga keuangan syariah. Selain itu adanya kecenderungan perilaku bersyariah khususnya adalah masyarakat di Kecamatan Margoyoso

2. **Implikasi Manajerial**

   Berdasarkan pengamatan dari ruang lingkup dan expekatasi penelitian maka sudah sepatutnya apabila lembaga keuangan memikirkan peran ganda bagi lembaga keuangan untuk masyarakat disekitas lokasi, hal ini untuk

memperoleh kepercayaan yang semakin membaik dikarenakan persaingan antar lembaga keuangan semakin ketat, maka disarankan oleh peneliti yaitu *corpporate social responsibility* agar dimaksimalkan.

3. **Implikasi Agenda Penelitian**

Sedangkan bagi peneliti selanjutnya adalah agar penambahna jumlah variabel menjadi prioritas utama karena dilihat dari semakin berkembangnya lembaga keuangan di Indonesia khususnya di Kabupaten Pati.

N. Daftar Pustaka

Anita Rahmawaty, 2014, Pengaruh Persepsi Tentang Bank Syari'ah Terhadap Minat Menggunakan Produk Di Bni Syari'ah Semarang.

Kuncoro, Amin dan Hakim Purwantini, Anissa, 2016. Promosi Sebagai Upaya Meningkatkan Penjualan Dengan Branding Sebagai Variabel Moderating.

ADDIN, Vol. 8, No. 1, Februari 2014.

Hasan, Analisis Industri Perbankan Syari'ah di Indonesia, dalam *Jurnal Dinamika Ekonomi Pembangunan,* Vol. 1, No.1,Juli 2011.

Jalaludin Rakhmat, (2007), Psikologi komunikasi. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.

Sugihartono, dkk. 2007. Psikologi Pendidikan. UNY Press. Yogyakarta.

Walgito, Bimo, 2004. Pengantar Psikologi Umum, Andi, Yogyakarta.

Zainul Arifin, 1999. *Memahami Bank Syari'ah,* Alvabet. Jakarta.

Yamit, Zulian. 2002. Manajemen Kualitas Produk dan Jasa, Penerbit Ekonesia, Yogyakarta.

Undang-Undang Nomor 10 Tahun 1998 tentang Perbankan.

Undang-Undang Nomor 7 Tahun 1992 tentang Perbankan Bagi Hasil, yang direvisi dengan UU No. 10 tahun 1998, bank syariah dan lembaga keuangan non bank tumbuh dengan pesat.

PENGARUH PRODUK BANK SYARIAH TERHADAP MINAT MENABUNG DENGAN PERSEPSI MASYARAKAT SEBAGAI VARIABEL MODERATING

ORIGINALITY REPORT

21%	24%	0%	17%
SIMILARITY INDEX	INTERNET SOURCES	PUBLICATIONS	STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	media.neliti.com Internet Source	8%
2	repository.unhas.ac.id Internet Source	4%
3	repository.uinjkt.ac.id Internet Source	3%
4	eprints.uns.ac.id Internet Source	3%
5	eprints.uny.ac.id Internet Source	3%

Exclude quotes	On	Exclude matches	< 3%
Exclude bibliography	On		