

Madani: Jurnal Ilmiah Multidisiplin

Volume 1, Nomor 6, Juli 2023

E-ISSN: 2986-6340

DOI: <https://doi.org/10.5281/zenodo.8151998>

Pengaruh Produk Bank Syariah Terhadap Minat Menabung Dengan Persepsi Masyarakat Sebagai Variabel Moderating

Nur Leli¹, Chuzaimah Batubara²¹Mahasiswa Fakultas Ekonomi & Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sumatera Utara²Dosen Fakultas Ekonomi & Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sumatera UtaraEmail: Leli70857@gmail.com , chuzaimahbatubara@uinsu.ac.id

Abstrak

Penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui produk bank syariah terhadap minat menabung dengan menggunakan persepsi masyarakat sebagai moderatingnya. Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif kuantitatif, populasinya adalah nasabah Bank Umum Syariah (BRI Syariah, BNI Syariah, Mandiri Syariah, Bank Jateng Syariah, Bank Muamalat) yang berada di kecamatan Kota Medan. Sampel penelitian adalah masyarakat yang melakukan transaksi di Bank Umum Syariah yang berjumlah 100 responden dengan teknik kuota sampling. Metode analisis menggunakan uji MRA (Moderating Regression Analysis). Hasil kajian menunjukkan bahwa produk-produk bank syariah yang ada di lembaga keuangan mempunyai dampak bagi masyarakat, hal ini membuktikan bahwa produk-produk (tabungan) lembaga keuangan mikro mempunyai manfaat bagi nasabah atau masyarakat. Sedangkan persepsi masyarakat dapat menjadi variabel moderating, karena Bank Umum mampu memberikan edukasi kepada masyarakat bahwa produknya terbebas dari unsur riba.

Kata Kunci: *Produk Bank Syariah, Minat, Persepsi*

Abstract

This study aims to determine Islamic bank products on the interest in saving by using public perceptions as moderating. The research method used is quantitative descriptive, the population is customers of Islamic Commercial Banks (BRI Syariah, BNI Syariah, Mandiri Syariah, Bank Jateng Syariah, Bank Muamalat) located in the Kota Medan sub-district. The research sample is people who make transactions at Islamic Commercial Banks, totaling 100 respondents using the quota sampling technique. The analytical method uses the MRA (Moderating Regression Analysis) test. The results of the study show that the products of Islamic banks in financial institutions have an impact on society, this proves that the products (savings) of microfinance institutions have benefits for customers or the community. While public perception can be a moderating variable, because Commercial Banks are able to provide education to the public that their products are free from elements of usury.

Keywords: *Islamic Bank Products, Interests, Perceptions*

PENDAHULUAN

Perkembangan lembaga keuangan di Indonesia sangat luar biasa bagaikan jamur di masa penghujan, tidak hanya itu sokongan dari pemerintah pula membela lembaga keuangan sebab

sanggup membagikan donasi untuk perkembangan ekonomi. Perkembangan ekonomi semacam ini salah satu aspek yang sangat menonjol merupakan pada sector industry keuangan, sebab sebagian warga di Indonesia terletak pada tingkat menengah ke dasar. Inilah yang memacu tingkatan perkembangan lembaga keuangan khususnya syariah. Tidak hanya itu penduduk Indonesia kebanyakan beragama Islam, sehingga terus menjadi tumbuh pola pikir warga buat bergeser ke zona keuangan syariah. Industri perbankan syariah sudah hadapi pertumbuhan yang sangat pesat. Dengan diterbitkannya Undang-undang Nomor. 21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah tertanggal 16 Juli 2008, pengembangan industri perbankan syariah nasional terus menjadi mempunyai landasan hukum yang mencukupi serta hendak mendesak pertumbuhannya secara lebih kilat lagi.

Pertumbuhan perbankan syariah lumayan impresif, dengan rata-rata perkembangan peninggalan lebih, dari 65% per-tahun dalam 5 tahun terakhir. Dengan demikian, kedudukan industri perbankan syariah dalam menunjang perekonomian nasional terus menjadi signifikan. Pada realitasnya anggapan serta perilaku warga terhadap bunga bank serta sistem untuk hasil sangat bermacam-macam. Warga cenderung menerima bunga serta sebagian besar menerima sistem untuk hasil dengan senantiasa menerima bunga tetapi terdapat pula yang menolak bunga. Perilaku yang mencampuradukkan bermacam paradigma di masa global, nuansa yang lebih menarik selaku cerminan tentang pengetahuan, perilaku, anggapan dan sikap warga.

Kedudukan nasabah dalam memastikan opsi buat menabung ataupun melaksanakan transaksi keuangan pada lembaga keuangan syariah berawal dari perilaku supaya terbebas dari faktor riba. Setelah itu dari pihak lembaga keuangan menindak lanjuti kemauan nasabah tersebut supaya senantiasa loyal ataupun apalagi puas dengan pelayanan ataupun kedudukan bank syariah. Kebijakan pemerintah buat membagikan peluang kepada lembaga keuangan syariah supaya sanggup bersaing dengan lembaga keuangan konvensional sudah dibahas lumayan lama, sehingga harapannya merupakan lembaga keuangan hendak mandiri serta tumbuh semacam lembaga keuangan konvensional. Kebijakan yang kerap timbul dalam rangka mengoptimalkan kedudukan perbankan syariah kepada warga tertuang dalam perilaku serta peraturan yang dilegitimasi puluhan tahun silam, apalagi implikasi yang terjalin merupakan keraguan warga buat memakai lembaga keuangan syariah, sebab keraguan tersebut hingga pemerintah sudah menghasilkan rumah ataupun company building yang bertujuan buat membagikan rasa nyaman kepada warga, khususnya nasabah lembaga keuangan syariah.

Pada dasarnya opsi nasabah buat menempatkan dananya di bank umumnya dilandasi oleh 5 perihal berarti, di mana kelima perihal tersebut nyaris dipunyai oleh sebagian bank yang bersaing ketat(Infobank, Nomor. 28);

- 1) Kinerja bank yang lebih kerap berhubungan dengan dimensi Capital Adequacy Ratio(CAR) serta Non Performing Financing(NPF).
- 2) oleh handal yang dipercaya oleh publik, owner serta Dikelola warga.
- 3) Sanggup membagikan tingkatan suku bunga(konvensional) untuk hasil(syariah) yang kompetitif dan hadiah menarik.
- 4) Sanggup sediakan produk yang cocok kebutuhan warga. 5. Memiliki jaringan cabang yang luas dengan infrastruktur yang baik.
- 5) 5 perihal berarti tersebut di atas ialah bawah untuk nasabah ataupun warga buat memastikan pilihannya kepada bank ataupun lembaga keuangan mikro syariah. Warga memiliki keahlian buat mencari serta melaksanakan bimbingan supaya dana yang dipercayakan oleh nasabah kepada lembaga keuangan tidak lenyap ataupun dengan penuh tanggungjawab. Dari seluruh pihak tercantum nasabah di dalamnya yang konsumsi ataupun memakai produk bank syariah,

secara universal pastinya mau menjadikan hidup lebih bermakna serta tidak ikut serta dengan riba, sehingga warga memperhitungkan kalau lembaga keuangan syariah- lah yang sanggup menanggapi kekhawatiran- kekhawatiran yang meliputi hati sanubari. Perihal lain yang menjadikan lembaga keuangan syariah jadi populer di golongan warga menengah ke dasar merupakan segmen yang dibidik ialah golongan menengah ke dasar yang lepas dari pengamatan bank- bank konvensional, sebab layanan perbankan di kota- kota besar memiliki ciri yang berbeda, sehingga konsumen ataupun nasabah lebih sering di dengar bila berurusan dengan lembaga keuangan syariah. Eksistensinya nyaris sama dengan koperasi yang sudah lama jadi soko guru perekonomian di Indonesia. Tetapi sejak lembaga keuangan syariah timbul, hingga makin ketat pula persaingan antar lembaga keuangan.

Bersumber pada teori pemasaran perihal tersebut lebih diketahui dengan ceruk pasar, ataupun bagian dari pasar yang tidak dikerjakan oleh kompetitor, sehingga industri yang hendak mengerjakan pasar, sudah dengan seksama mempelajari segmen manakah yang hendak dijadikan sasaran pasar sasaran. Tidak terkecuali lembaga keuangan syariah di Kabupaten Kota Medan. Lembaga tersebut sudah sanggup membuat segmen pasar yang pas, ialah warga ataupun pengusaha yang intelektual religiusnya besar dan memiliki ketaatan kepada agama Islam. Sepanjang ini warga masih mempercayakan nilai- nilai serta norma agama Islam cuma sebatas pada sikap tiap hari, tetapi masih belum sanggup beriteraksi dengan bank syariah, sebab diakibatkan oleh sebagian aspek ialah bimbingan tentang bank syariah, belum sanggup membedakan antara bunga serta margin dan konsep ataupun akad untuk hasil yang ditatap oleh sebagian warga masih terkesan panjang di birokrasi.

PEMBAHASAN

Produk Bank Syariah

Pakar fi qih dari *Academi Fiqh di Mekkah* pada tahun 1973, merumuskan kalau konsep bawah ikatan antara ekonomi bersumber pada syariah Islam serta wujud sistem ekonomi Islam bisa diterapkan dalam operasional lembaga keuangan bank ataupun lembaga keuangan non bank. Pelaksanaan atas konsep tersebut terwujud dengan timbulnya lembaga keuangan Islam di Indonesia. Undang- Undang No 7 Tahun 1992 tentang Perbankan Untuk Hasil, yang direvisi dengan UU Nomor. 10 tahun 1998, bank syariah serta lembaga keuangan non bank berkembang dengan pesat. Bank syariah dengan sistem untuk hasil dirancang untuk nasabah buat mengelola keuntungan serta kerugian antara owner dana(shahibul mal) yang menaruh uangnya di lembaga, lembaga sebagai pengelola dana(mudharib) serta warga yang memerlukan dana yang dapat berstatus peminjam dana ataupun pengelola usaha. Produk lembaga keuangan syariah baik yang berbentuk bank ataupun non- bank secara garis besar bisa dikelompokkan selaku berikut Prinsip Simpanan :

- 1) Angkatan laut(AL)' Wadiah(Prinsip simpanan) merupakan sarana yang diberikan oleh bank syariah buat membagikan peluang kepada pihak yang kelebihan dana buat menaruh dananya dalam wujud al- Wadiah. Sarana al- Wadiah diberikan buat tujuan investasi guna memperoleh keuntungan.
- 2) Untuk Hasil(Syirkah) Sistem ini ialah sesuatu sistem dengan tata metode pembagian hasil usaha antara penyedia dana serta pengelola dana.
- 3) Prinsip Jual beli(at- Tijarah) Sesuatu sistem yang mempraktikkan tata metode jual beli, dimana bank hendak membeli terlebih dulu benda yang diperlukan ataupun mengangkut nasabah selaku agen bank melaksanakan pembelian atas nama bank, setelah itu bank

menjual benda tersebut kepada nasabah dengan harga beli ditambah keuntungan(margin). Prinsip Sewa

- 4) al- Ijarah Secara garis besar dibagi atas 2 tipe; Awal, Ijarah ataupun sewa murni, kedua, Bai angkatan laut(AL) takjiri ataupun ijarah angkatan laut(AL) muntahiya bit tamlik ialah penggabungan sewa serta beli. Prinsip jasa/
- 5) fee(al- Ajr walumullah) Prinsip ini meliputi segala layanan non- pembiayaan yang diberikan

Persepsi

Anggapan mempunyai artikulasi yang luas, sebab anggapan ialah pencetus pola pikir seorang buat membagikan bobot kepada apa yang dilihatnya. Sugihartono, dkk(2007: 8) mengemukakan kalau anggapan merupakan keahlian otak dalam menerjemahkan stimulus ataupun proses buat menerjemahkan stimulus yang masuk ke dalam perlengkapan indera manusia. Anggapan manusia ada perbandingan sudut pandang dalam penginderaan. Terdapat yang mempersepsikan suatu itu baik ataupun anggapan yang positif ataupun anggapan negatif yang hendak pengaruhi aksi manusia yang nampak ataupun nyata. Walgito(2004: 70) mengatakan kalau anggapan ialah sesuatu proses pengorganisasian, penginterpretasian terhadap stimulus yang diterima oleh organisme ataupun orang sehingga jadi suatu yang berarti, serta ialah kegiatan yang integrated dalam diri orang.

Rakhmat(2007: 51) melaporkan anggapan merupakan pengamatan tentang objek, peristiwa ataupun hubungan- hubungan yang diperoleh dengan merumuskan data serta menafsirkan pesan. Suharman(2005: 23) melaporkan:“ anggapan ialah sesuatu proses menginterpretasikan ataupun menafsir data yang diperoleh lewat system perlengkapan indera manusia”. Baginya terdapat 3 aspek di dalam anggapan yang dikira relevan dengan kognisi manusia, ialah pencatatan indera, pengenalan pola, serta atensi. Jadi bagi penjelasan para pakar diatas hingga anggapan merupakan proses pengorganisasian, penginterpretasian untuk stimulus dengan pengamatan objek yang diperoleh serta sanggup merumuskan bermacam data yang positif. Tiap aktivitas yang bertabat positif hingga hendak tingkatkan anggapan yang profesional, sehingga memerlukan langkah kokoh serta nyata dalam menggalang anggapan yang makin besar. Ketentuan terbentuknya anggapan bagi Sunaryo(2004: 98) merupakan:

- a) Terdapatnya objek yang dipersepsi
- b) Adanya atensi yang ialah langkah awal selaku sesuatu persiapan dalam mengadakan anggapan.
- c) Terdapatnya perlengkapan indera d. Saraf sensoris selaku perlengkapan buat meneruskan

Minat

Atensi ialah bawah yang berarti buat melaksanakan sesuatu aktivitas, buat mendesak seorang melaksanakannya(Purwanto, 2010: 66). Secara bahasa, atensi berarti kecenderungan yang besar terhadap suatu Atensi merupakan ciri seorang yang relatif konstan. Atensi yang besar sempat berakibat pada aksi seorang, sebab ia melaksanakannya dengan atensi melaksanakan suatu yang disukainya. Di sisi lain, tidak terdapat khasiat tanpa seorang bisa jadi melaksanakan suatu(Purwanto, 2010: 66). Sedangkan itu(Slameto, 2010: 180) melaporkan kalau bunga merupakan Cinta serta keterikatan pada sesuatu perihal ataupun kegiatan tanpa muncul yang memesan Pada intinya, ketertarikan merupakan penerimaan sesuatu ikatan antara Kamu serta seorang di luar. Terus menjadi kokoh serta erat hubungannya terus menjadi besar minatnya(Djaali, 2008: 46). (Slameto, 2010: 182) Jelaslah kalau atensi merupakan penerimaan ikatan di

antara Kamu sendiri dengan suatu di luar dirimu. Ketertarikan bisa diungkapkan lewat statment Menampilkan kalau Kamu menggemari suatu lebih dari yang lain, dapat pula dimanifestasikan selaku partisipasi dalam sesuatu aktivitas(Suparman et angkatan laut(AL), JPTK, Bagian 22, Nomor. 1 2014).

KESIMPULAN

Bersumber pada hasil kajian diperoleh simpulan kalau bahan- bahan Bank Syariah membagikan donasi untuk atensi menabung spesialnya warga di kecamatan Kota Medan. Tidak hanya itu, anggapan warga pula sanggup memoderasi antara produk Bank Syariah dengan atensi menabung. Sebab Bank Syariah sanggup membagikan bimbingan kepada warga kalau produknya terbebas dari faktor riba. Warga yang masih plural spesialnya di Kecamatan Kota Medan Sumatera Utara, terkategori pintar dalam memilah lembaga keuangan. Tidak hanya itu tingkatan persaingan antar Bank Syariah menjadikan terus menjadi gencar buat membuat bermacam strategi spesialnya dalam kenaikan mutu pelayanan kepada nasabah. Bersumber pada pengamatan dari ruang lingkup serta expektasi riset hingga telah sepatutnya apabila Bank Syariah memikirkan kedudukan ganda untuk warga di dekat posisi. Perihal ini dimaksudkan buat mendapatkan keyakinan yang terus menjadi membaik disebabkan persaingan antar Bank Syariah terus menjadi ketat, hingga corporate social responsibility supaya dioptimalkan.

SARAN

Penelitian ini nantinya dapat memberikan kesadaran kepada para masyarakat untuk dapat menabung di bank syariah agar terhindar dari sifatnya riba dan unsur-unsur haram lainnya. Penelitian ini juga dapat memberikan pengetahuan kepada pembaca tentang bank syariah yang sesuai dengan tuntunan agama islam.

Referensi

- Arifi n, Zainul. (1999). Memahami Bank Syariah. Jakarta: Alvabet.
- Arikunto, Suharsimi. (2001).Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktek. Januari: Rineka Cipta.
- Ghozali, Imam. (2005). Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hasan. (2011). “Analisis Industri Perbankan Syariah di Indonesia.” Dalam Jurnal Dinamika Ekonomi Pembangunan, Vol. 1, No. 1, Juli 2011.
- Rahmawaty, Anita. (2014). “Pengaruh Persepsi Tentang Bank Syariah Terhadap Minat Menggunakan Produk Di BNI Syariah Semarang.” Dalam Jurnal ADDIN, Vol. 8, No. 1, Februari 2014.
- Bames, James. Rahasia Manajemen Hubungan Pelanggan (Terjemahan). Yogyakarta: Andi, 2003.
- Buchory, Herry Achmad dan Saladin, Djaslim. Dasar-dasar Pemasaran Bank. Bandung: Linda Karya, 2006.
- Bungin, Burhan. Metodologi Penelitian Sosial. Surabaya: Airlangga University Press, 2001
- Dyantina, Ovi, dkk. “Penerapan Customer Relationship Management (CRM) Berbasis Web (Studi Kasus Pada Sistem Informasi Pemasaran di Toko YEN-YEN)”. Jurnal Sistem Informasi. 4 (2), 516-529, 2012.
- Hasan, Ali. Marketing Bank Syariah. Bogor: Ghalia Indonesia, 2010.

- Jr, Rymond McLoed dan P. Schell, George. Sistem Informasi Manajemen. Jakarta: Salemba Empat, 2008.
- Kotler, Philip dan Keller, Kevin Lane. Manajemen Pemasaran. Edisi 12. Jakarta: PT Indeks, 2007.
- Syaifullah, Hamli dan Idrus, Ali. "Inovasi Pelayanan Wakaf Produktif Era Digital: Studi Kasus Di Yayasan Wakaf Bani Umar". *Jurnal Zakat dan Wakaf*. 6 (2), 2019.
- Al Arif, M. Nur Rianto. Dasar-dasar Pemasaran Bank Syariah. Bandung: Alfabeta, 2010.
- Aziz, Faiq Abdul. "Kualitas Pelayanan Pendidikan Lembaga Kursus dan Pelatihan (LKP) Dian Gitaya". *Jurnal Pendidikan Teknik Tata Boga*. 18 (1), 2017
- Al Arif, M. Nur Rianto. Dasar-dasar Pemasaran Bank Syariah. Bandung: Alfabeta, 2010.
- Aziz, Faiq Abdul. "Kualitas Pelayanan Pendidikan Lembaga Kursus dan Pelatihan (LKP) Dian Gitaya". *Jurnal Pendidikan Teknik Tata Boga*. 18 (1), 2017.
- Bames, James. *Rahasia Manajemen Hubungan Pelanggan (Terjemahan)*. Yogyakarta: Andi, 2003.
- Buchory, Herry Achmad dan Saladin, Djaslim. *Dasar-dasar Pemasaran Bank*. Bandung: Linda Karya, 2006.
- Bungin, Burhan. *Metodologi Penelitian Sosial*. Surabaya: Airlangga University Press, 2001
- Bungin, Burhan. *Analisis Data Penelitian Kualitatif (Pemahaman Filosofi dan Metodologis ke Arah Penguasaan Model Aplikasi)*. Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2005