

Peran Religiusitas terhadap Permintaan Menabung di Bank Syari'ah

Priyonggo Suseno

Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia
Yogyakarta

epri@fe.uui.ac.id atau priyoggosuseno@yahoo.com

Abstrak

Perkembangan perbankan syari'ah dalam satu dekade terakhir menunjukkan adanya percepatan. Meskipun demikian, pangsa perbankan syari'ah terhadap perbankan nasional masih dibawah target yang diharapkan. Kelompok masyarakat mengambang (floating mass) diduga masih mendominasi nasabah di perbankan syari'ah. Penelitian ini dimaksudkan untuk mengkaji variabel penentu nasabah dalam manabung di bank syari'ah, khususnya aspek keuntungan bagi nasabah, dengan mengambil sampel masyarakat Kota Yogyakarta. Dengan pendekatan kuantitatif, regresi berganda, ditemukan bahwa faktor layanan, referensi relasi, pendidikan dan religiusitas nasabah berpengaruh positif terhadap permintaan tabungan. Di sisi lain, aspek usia, dan referensi tidak signifikan pengaruhnya terhadap permintaan tabungan di bank syari'ah.

Keywords: bank syari'ah, hukum bisnis Islam, religiusitas ekonomi.

A. Pendahuluan

Dalam lima tahun terakhir, perkembangan industri perbankan syari'ah di Indonesia menunjukkan percepatan signifikan. Jumlah industri bank syari'ah meningkat dari tiga bank umum syari'ah (BUS) dan 19 unit usaha syari'ah (UUS) pada tahun 2005 menjadi 11 BUS dan 23 UUS pada Februari 2011. Secara keseluruhan jumlah jaringan kantor perbankan syari'ah meningkat dari 550 kantor tahun 2005 menjadi 1.796 kantor pada tahun 2011 atau ada peningkatan jaringan 226% dalam enam tahun atau 37.73% per tahun. Hal ini mampu mendorong perkembangan aset yang lebih cepat, dimana aset BUS dan USS meningkat 60% pertahun, dari 20.88 trilyun rupiah pada tahun 2005 menjadi 95,99 trilyun rupiah pada Februari 2011. Meski demikian, partisipasi umat Islam di Indonesia yang ratusan juta penduduk terhadap industri perbankan syari'ah masih tampak kecil. Hal ini terlihat dari sedikitnya pemilik rekening tabungan di industri perbankan syari'ah yang hanya 1,477 juta rekening pada tahun 2005 meningkat menjadi 6,977 rekening pada tahun 2011.¹ Hal ini tidak terlepas dari karakteristik industri perbankan syari'ah yang merupakan hal baru bagi bangsa Indonesia meskipun Islam telah menjadi ajaran yang membudaya sejak lama.

Bahkan, industri keuangan syari'ah merupakan industri yang relatif baru dalam bisnis keuangan tingkat global.² Perkembangan industri ini dimulai setelah beberapa

¹ Bank Indonesia, *Statistik Perbankan Syari'ah kuartal II 2011*, dalam www.bi.go.id.

² Askari Hossein dkk., *New Issues in Islamic Finance & Economics: Progress and Challenges*, (Wiley Finance Series, 2009), hlm. 47-80.

negara Muslim mendapatkan kemerdekaan dari cengkeraman kolonialisme pada tahun 1950an sampai dengan 1960-an. Pada tahun 1963, seorang aktivis pergerakan sosial Ahmad-al-Najjar mendirikan sebuah institusi keuangan yang mempromosikan lembaga kesejahteraan sosial bernama *Mit Ghamr Local Saving Bank* (1963-1967) dengan mekanisme institusi keuangan yang sebenarnya menggunakan prinsip-prinsip syari'ah Islam. Bahkan, setelah *Mit Ghamr* tidak lagi eksis, di Mesir kembali didirikan institusi keuangan syari'ah *Nasr Social Bank* pada tahun 1971 untuk menolong sebagian golongan lemah dan tidak mampu.³ Selanjutnya, negara-negara lain seperti Malaysia dan Dubai juga memperkenalkan institusi keuangan berlandaskan prinsip syari'ah yaitu Lembaga Tabung Haji Malaysia pada tahun 1963 dan *Dubai Islamic Bank* pada tahun 1975. Akhirnya, dua negara terakhir ini dan Bahrain dikenal sampai saat ini sebagai pusat-pusat perkembangan industri keuangan syari'ah internasional karena dukungan pemerintah yang sangat besar dan tingginya minat bisnis keuangan syari'ah di wilayah tersebut.

Sebuah lembaga pemeringkat industri keuangan internasional "*The Banker*" melakukan survey terhadap 500 lembaga keuangan syari'ah internasional meliputi perbankan syari'ah, *Islamic windows*, *Islamic investment banks*, dan asuransi syari'ah pada tahun 2008 seperti tampak dalam tabel di bawah ini:

³ Iqbal, Zamir dan Abbas Mirakhor, *An Introduction to Islamic Finance: Theory and Practice*, (John Wiley and Sons Pte. Ltd, 2007), hlm. 24.

Tabel 1.

Total Aset Industri Keuangan Syari'ah Global

Sektor	Jumlah (US\$ milyar)
Islamic banks	300
Islamic windows	200
Sukuk	70
Islamic funds	20
Takaful	4
Total	594

Sumber: The Banker (dikutip dari Askari dkk., 2009)

Tabel 1 di atas menunjukkan bahwa total aset industri keuangan syari'ah global cukup menjanjikan dibandingkan dengan kondisi tahun sebelumnya yang mencapai US\$ 500.4 atau mengalami kenaikan sekitar 29.7%. Namun demikian, sampai saat ini belum ada satu pun lembaga pemeringkat atau institusi pendidikan yang melakukan survey terhadap total lembaga keuangan syari'ah secara global dari level mikro, menengah, sampai besar bahkan perusahaan multi nasional. Oleh karena, jumlah tertera pada tabel di atas paling tidak memberikan gambaran seberapa besar potensi industri keuangan syari'ah secara global.

Indonesia sendiri bukanlah negara yang baru mengenal industri ini. Ide pendirian bank syari'ah sudah muncul sejak tahun 1970-an pada saat acara Seminar Nasional Hubungan Indonesia Timur Tengah pada tahun 1974, yaitu pada saat pertama kali bank Islam komersial didirikan yaitu Dubai Islamic Bank.⁴ Namun demikian kelambatan respon pemerintah dalam menangkap peluang pengembangan industri keuangan syari'ah membuat industri ini seolah masing asing bagi sebagian

⁴ *Ibid.*, hlm. 26.

masyarakat Indonesia. Praktis baru UU Nomor 7 Tahun 1992 tentang Perbankan yang memberi celah dibukanya perbankan dengan sistem bagi hasil.

B. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi nasabah dalam menabung pada perbankan syari'ah di Yogyakarta.
2. Untuk mengetahui seberapa besar peran aspek religiusitas nasabah terhadap permintaan tabungan masyarakat di perbankan syari'ah di Yogyakarta.

C. Tinjauan Pustaka

Sudah banyak penelitian dilakukan untuk mengetahui persepsi masyarakat terhadap perbankan syari'ah, baik yang dilakukan oleh lembaga regulator maupun akademisi. Lailati Sukma, misalnya, meneliti tentang faktor yang berperan mempengaruhi nasabah menabung di bank BNI di Indonesia.⁵ Dengan alat uji regresi linier berganda, ditemukan tiga hal penting. Pertama ditemukan bahwa PDB Indonesia berpengaruh signifikan positif terhadap tabungan masyarakat pada Bank BNI. Sehingga setiap kenaikan/penurunan produk domestik bruto menimbulkan pengaruh terhadap tabungan masyarakat pada Bank BNI. Kedua, suku bunga tabungan negatif dan tidak signifikan terhadap tabungan masyarakat pada Bank BNI. Sehingga kenaikan/penurunan suku bunga

⁵ Laila Sukma, 2004, Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Tabungan Masyarakat Pada Bank BNI di Indonesia Tahun 1991-2002, *Skripsi*, Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Indonesia, tidak dipublikasikan.

tabungan BNI tidak berpengaruh terhadap terhadap tabungan masyarakat pada Bank BNI. Ketiga, total penerimaan ekspor positif dan signifikan terhadap tabungan masyarakat pada Bank BNI. Sehingga kenaikan total penerimaan ekspor akan mengakibatkan kenaikan tabungan masyarakat pada Bank BNI.

Ratna Priatin meneliti faktor yang mempengaruhi permintaan masyarakat menabung di BPR Syari'ah.⁶ Dari hasil analisis yang dilakukan oleh penulis, maka dapat disimpulkan bahwa variabel agama merupakan variabel yang paling dominan mempengaruhi motivasi menabung di BPRS. Semakin masyarakat/nasabah yakin akan kehalalan system operasional BPRS, maka motivasi menabung akan meningkat bahkan bisa sampai dua kali lipat/lebih. Sedangkan bagi hasil terhadap simpanan nasabah yang diberikan BPRS kepada nasabah, kemudian kemudahan-kemudahan dalam bertransaksi yang disediakan oleh BPRS, juga pelayanan baik yang diberikan oleh karyawan maupun pelayanan secara keseluruhan, serta referensi yang bersumber dari anjuran ustad/kyai maupun dari informasi media massa sama skali tidak mempengaruhi motivasi seseorang untuk menabung di BPRS.

Lembaga Penelitian IPB tahun 2004 meneliti dengan judul "Potensi, Preferensi, dan Perilaku Masyarakat Terhadap Bank Syari'ah di Wilayah Jawa Barat."⁷ Hasil analisis model

6 Ratna Prihatin, 2005, Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Motivasi Menabung di BPRS BDW Yogyakarta Tahun 2004, *Skripsi*, Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Indonesia, tidak dipublikasikan.

7 Bank Indonesia dan Institut Pertanian Bogor, *Potensi, Preferensi, dan Perilaku Masyarakat Terhadap Bank Syari'ah di Wilayah Jawa Barat*. Lihat www.bi.go.id. Lihat pula penelitian sejenis oleh Aprilia, Ernawati, 2004, *Kinerja Perbankan Syari'ah dan Preferensi Nasabah Tentang Bank Syari'ah*.

logit menunjukkan bahwa bank syari'ah ternyata lebih diminati kalangan berpenghasilan menengah ke bawah. Hal ini terutama karena didukung dengan sistem jemput bola yang merupakan andalan utama dalam melayani nasabah (terutama BPRS) yang sangat diminati masyarakat dari kalangan tersebut. Temuan hasil studi menunjukkan bahwa pengetahuan masyarakat terhadap bank syari'ah baik yang berkaitan dengan sistem maupun jenis layanan/jasa, masih dapat dikatakan rendah.. Selain itu aksesibilitas/keberadaan bank syari'ah juga menjadi salah satu faktor yang menentukan keinginan masyarakat untuk mengadopsi (terus mengadopsi) bank syari'ah. Variabel variabel dominan yang dihasilkan dari proses pengolahan data primer dengan analisa logit kemudian dianalisa silang dengan variabel-variabel yang relevan ditemukan pada lokasi penelitian. Variabel ekonomi yang relevan terpilih yaitu jumlah tenaga kerja, jumlah perdagangan kala menengah dan kecil, jumlah kantor bank dan lembaga keuangan, aksesibilitas jalan, jumlah enghimpunan dana perbankan dan penyaluran kredit perbankan. Sementara variabel sosial yang relevan adalah jumlah umat Islam, jumlah tokoh agama yang menunjukkan posisi sosial dalam asyarakat, jumlah pondok pesantren dan jumlah rumah ibadah.

Kerjasama Bank Indonesia Dengan Pusat Penelitian Kajian Pembangunan Lembaga Penelitian Universitas Diponegoro tahun 2000 meneliti dengan judul "Potensi, Preferensi dan Perilaku Masyarakat Terhadap Bank Syari'ah di Wilayah Jawa Tengah dan Daerah Istimewa Yogyakarta"⁸.

Skripsi IPB, Tidak dipublikasikan.

⁸ Bank Indonesia dan Pusat Penelitian dan Kajian Pembangunan Universitas Diponegoro, *Potensi, Preferensi dan Perilaku Masyarakat Terhadap Bank Syari'ah di Wilayah Jawa Tengah dan Daerah Istimewa*

Dari hasil pembahasan terhadap potensi, preferensi, sikap dan perilaku masyarakat terhadap bank syari'ah maka dapat disimpulkan bahwa pertama, tidak terdapat perbedaan yang nyata pada masing-masing Kabupaten/Kota berkaitan dengan kelompok umur, pendidikan, pengeluaran dan latar belakang pekerjaan. Kedua, pada sisi tabungan maka terlihat bahwa faktor yang paling menentukan adalah variabel aktifitas sosial, penerimaan terhadap hal baru serta pemahaman sistem bank syari'ah yang mempunyai sifat komprehensif. Ketiga, pada sisi pembiayaan maka terlihat faktor-faktor yang banyak berpengaruh adalah variabel aktifitas sosial, keterbukaan terhadap hal-hal baru, perbedaan ras, serta pemahaman tentang sistem syari'ah yang komprehensif. Keempat, hasil perhitungan interaksi antara faktor potensi dan preferensi terhadap perilaku masyarakat pada perbankan syari'ah menunjukkan bahwa penurunan tingkat potensi masyarakat tidak berpengaruh terhadap probabilitas keinginan untuk menabung maupun memperoleh pembiayaan dari perbankan syari'ah. Hal ini mengisyaratkan bahwa intervensi terhadap peningkatan preferensi masyarakat akan merupakan faktor yang dominan bagi pengembangan perbankan syari'ah di Jawa Tengah maupun DI Yogyakarta.

Kerjasama antara Bank Indonesia dengan Pusat Pengkajian Bisnis dan Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi Universitas Brawijaya tahun 2000 meneliti dengan judul "Potensi, Preferensi, dan Perilaku Masyarakat terhadap Bank Syari'ah: Studi pada Wilayah Propinsi Jawa Timur".⁹ Dari

Yogyakarta, <http://www.bi.go.id/13439/BPSESJatengindonesia.pdf>.

⁹ Bank Indonesia dan Pusat Pengkajian Bisnis dan Ekonomi Islam Universitas Brawijawa, *Potensi, Preferensi, dan Perilaku Masyarakat terhadap Bank Syari'ah: Studi pada Wilayah Propinsi Jawa Timur*. Lihat <http://>

hasil estimasi Logit masyarakat individual dapat dikemukakan bahwa keputusan memilih atau tidak memilih Bank Syari'ah, dipengaruhi oleh tujuh faktor, yaitu: (1) Periode pembayaran, (2) Jaminan, (3) Lokasi, (4) Keadaan Ekonomi, (5) Tugas and Keadaan, (6) Umur and lingkaran kehidupan dan (7) sodara serta satu variabel yang lain yaitu: (8) Pendidikan. Di antara tujuh faktor yang mempengaruhi keputusan memilih Bank Syari'ah atau Konvensional, ada satu faktor yang paling dominan, yakni faktor Lokasi ($\beta = -1.47$) dan ini paling besar di antara β yang ada dalam model estimasi. Dengan melihat hasil estimasi tersebut, Bank Syari'ah harus memperhatikan faktor periode pembayaran, jaminan, lokasi, keadaan ekonomi, tugas and keadaan, umur and lingkaran kehidupan dan sodara serta variabel Pendidikan masyarakat perlu diperhatikan. Oleh karena esensi dari perilaku dan preferensi masyarakat terhadap Bank, diaktualisasikan ke dalam tujuh faktor dan satu variabel sebagaimana disebut terakhir.

Hasil estimasi Logit responden perusahaan menunjukkan bahwa terdapat empat faktor yang mempengaruhi perusahaan untuk memilih bank syari'ah atau bank konvensional, yaitu: (1) pelayanan, (2) ukuran, (3) nama, (4) referensi. Dari keempat faktor tersebut, faktor referensi memiliki posisi yang paling dominan. Hal ini dibuktikan oleh tingginya nilai koefisien β (standardized) dari faktor tersebut dibandingkan dengan koefisien β dari faktor lainnya.

Kerjasama antara Direktorat Perbankan Syari'ah, Bank Indonesia, dan Institut Pertanian Bogor tahun 2004 meneliti dengan judul " Potensi, Preferensi, dan Perilaku Masyarakat

terhadap Bank Syari'ah di Wilayah Kalimantan Selatan¹⁰. Segmen pasar potensial bagi pengembangan bank syari'ah di Kalimantan Selatan berdasarkan hasil analisis logit adalah: masyarakat yang memiliki jenis pekerjaan pengusaha industri dan jasa, kelompok masyarakat yang memiliki pendidikan formal dan non formal, penghasilan, jenis pekerjaan, ketokohan agama, dan masyarakat yang memiliki kesan positif terhadap bank syari'ah. Dengan demikian membangun kesan positif ini perlu mendapat perhatian serius dari kalangan perbankan syari'ah. Variabel-variabel yang mempengaruhi keputusan masyarakat untuk mengadopsi bank syari'ah di Kalimantan Selatan adalah jenis pekerjaan, pertimbangan profesionalisme dan aksesibilitas bank, tingkat pengetahuan tentang bank syari'ah, posisi tokoh keagamaan, persepsi terhadap bunga yang bertentangan dengan agama, kesan positif terhadap bank syari'ah dan keberadaan bank syari'ah. Sementara keputusan masyarakat untuk terus mengadopsi bank syari'ah dipengaruhi oleh variabel variabel tingkat pendidikan, pendidikan formal bisnis, keterbukaan terhadap informasi, pertimbangan keamanan dan asesibilitas bank, pengetahuan terhadap bank syari'ah, dan status nasabah bank syari'ah saja. Sedangkan keputusan masyarakat untuk ingin mengadopsi bank syari'ah dipengaruhi variabel-variabel: pendidikan non formal baik keagamaan maupun bisnis, jenis pekerjaan pengusaha dan karyawan, keterbukaan terhadap informasi, pengetahuan terhadap bank syari'ah, kesan terhadap bank syari'ah, persetujuan terhadap prinsip syari'ah dan status responden (nasabah bank konvensional dan non

¹⁰ Bank Indonesia dan Institut Pertanian Bogor, *Potensi, Preferensi, dan Perilaku Masyarakat Terhadap Bank Syari'ah di Wilayah Kalimantan Selatan*. Lihat www.bi.go.id.

nasabah bank). Pertimbangan masyarakat dalam memilih bank baik bank konvensional maupun bank syari'ah relatif sama. Pertimbangan masyarakat yang utama dalam memilih bank adalah aksesibilitas, kredibilitas, profesionalisme pelayanan, dan fasilitas pelayanan. Bunga/bagi hasil baik dalam penghimpunan dana maupun pembiayaan bukan menjadi pertimbangan utama.

Kerjasama Direktorat Perbankan Syari'ah - Bank Indonesia dengan Institut Pertanian Bogor tahun 2004 meneliti dengan judul "Potensi, Preferensi dan Perilaku Masyarakat terhadap Bank Syari'ah di Wilayah Sumatera Selatan". Variabel-variabel yang mempengaruhi keputusan masyarakat untuk mengadopsi bank syari'ah di Sumatera Selatan adalah pendidikan non formal bisnis, jenis pekerjaan, pertimbangan keamanan dan profesionalisme pelayanan, posisi tokoh keagamaan, ketaatan beragama, persepsi terhadap bunga, kesan positif terhadap bank syari'ah dan keberadaan bank syari'ah. Sementara keputusan masyarakat untuk terus mengadopsi bank syari'ah dipengaruhi oleh variabel-variabel: pendidikan non formal keagamaan, dan keterbukaan terhadap informasi. Sedangkan keputusan masyarakat untuk ingin mengadopsi bank syari'ah dipengaruhi variabel-variabel: pendidikan non formal bisnis, jenis pekerjaan, posisi tokoh keagamaan, kesan positif terhadap bank syari'ah, dan persetujuan terhadap penerapan prinsip syari'ah dalam perbankan. Pertimbangan masyarakat dalam memilih bank, baik bank konvensional maupun bank syari'ah relatif sama. Pertimbangan masyarakat yang utama dalam memilih bank adalah: aksesibilitas, kredibilitas, profesionalisme pelayanan, dan fasilitas pelayanan. Bunga/

bagi hasil baik dalam penghimpunan dana maupun pembiayaan bukan menjadi pertimbangan utama.

D. Metode Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian survey, yang didasarkan pada penelitian sampel nasabah beberapa perbankan syari'ah di Kota Yogyakarta. Variabel utama yang diteliti adalah permintaan nasabah dalam menabung. Variabel yang diduga berpengaruh terhadap permintaan menabung ini adalah variabel religiusitas nasabah, usia nasabah, referensi, tingkat pendidikan nasabah dan kualitas layanan yang diberikan oleh bank syari'ah. Variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Religiusitas

Religiusitas adalah kepercayaan yang dianut oleh seorang nasabah yang mengajarkan segala sesuatu yang baik dan bermanfaat bagi manusia. Dalam hal ini adalah keyakinan orang bahwa segala aktifitas hidupnya harus senantiasa berlandaskan syari'ah Islam, termasuk didalamnya bermuamalah dalam aspek menabung. Lemah kuatnya Agama diukur dari tiga unsur yaitu, aspek keyakinan, Ibadah dan Akhlaq dan diukur dalam berdasarkan skala likert 1-4, untuk melihat tinggi dan rendahnya. Tingkat religiusitas ini diukur dengan tiga pertanyaan utama, yaitu:

- a. Saya berkeyakinan hanya agama Islam-lah yang benar, baik dalam aspek ibadah maupun dalam urusan muamalah dan berkehidupan bermasyarakat.

- b. Dalam melakukan setiap aktivitas, saya selalu niatkan untuk amal saleh sambil melawan hawa nafsu, termasuk dalam aktivitas belanja, menabung dan sebagainya.
- c. Dalam kehidupan sehari-hari, saya selalu bersikap hormat, santun, lemah lembut kepada sesama, dan tidak pemarah

2. Tingkat pendidikan nasabah

Tingkat pendidikan mencerminkan kemampuan seseorang dalam menggunakan sumber daya, terutama potensi akal, dalam mencapai tujuannya. Aspek syari'ah diduga lebih mudah dipahami oleh mereka yang berpendidikan tinggi dibandingkan oleh mereka yang kurang berpendidikan. Dalam hal ini, pendidikan diukur berdasarkan tingkat pendidikan terakhir seseorang, pendidikan formal maupun informal seperti termasuk kursus-kursus dan diukur berdasarkan jumlah tahun menjalani pendidikan.

3. Kelompok Referensi

Sebuah kelompok referensi bagi seseorang adalah kelompok-kelompok yang memberikan pengaruh langsung maupun tidak langsung terhadap sikap dan perilaku seseorang. Seseorang dipengaruhi oleh kelompok referensinya dengan melalui 4 (empat) cara, yaitu:

- a. Kelompok referensi menghadapkan seseorang pada perilaku dan gaya hidup baru.
- b. Mempengaruhi sikap dan gambaran diri seseorang untuk menyesuaikan diri.
- c. Menciptakan suasana untuk menyesuaikan yang

dapat mempengaruhi pilihan seseorang terhadap suatu produk.

- d. Kelompok referensi juga mempengaruhi perilaku seseorang dalam pembeliannya dan menjadi pedoman konsumen dalam bertindak laku.

Disini kelompok referensi dibagi menjadi dua variabel, kelompok referensi 1 mendapatkan informasi dari media massa dan kelompok referensi 2 mendapatkan informasi dari teman. yang diukur berdasarkan variabel dummy yang dinyatakan dengan angka 1 atau 0. yaitu 1 untuk jawaban dengan referensi dan 0 untuk jawaban tanpa referensi.

4. Usia nasabah

Usia mencerminkan juga kedewasaan pemikiran dalam mengambil keputusan. Dalam hal ini usia diukur usia seseorang pada saat menjadi nasabah bank syariah. dalam satuan tahun.

5. Persepsi terhadap bunga adalah riba

Persepsi adalah proses seseorang individu memilih, mengorganisasi dan menafsirkan masukan-masukan informasi untuk menciptakan sebuah gambar yang bermakna tentang dunia. Persepsi terhadap bunga adalah riba diukur untuk mengetahui persepsi nasabah apakah bunga itu haram ataukah tidak. Dalam hal ini persepsi diukur dalam satuan binomial dummy, yaitu yaitu 1 untuk jawaban bahwa 'bunga adalah riba yang diharamkan' dan 0 untuk persepsi bahwa 'bunga tidaklah haram'.

6. Kualitas layanan bank

Kualitas layanan bank mengukur pelayanan secara keseluruhan yang diberikan kepada nasabah, diukur melalui kepuasan nasabah dalam memperoleh kemudahan bertransaksi yaitu dalam hal menarik dan atau menyimpan dana di bank syari'ah berdasarkan dan diukur dalam skala likert 1-4. Jenis pelayanan yang diukur adalah:

- a. Keramahan dan keterbukaan pelayanan terhadap nasabah
 - b. Kecepatan dan kemudahan proses penyimpanan dan pengambilan uang tabungan atau deposito di Bank.
7. Keputusan Nasabah untuk menabung di Bank Syari'ah.

Yaitu keinginan seseorang untuk membuka tabungan di Bank Syari'ah di Yogyakarta. Diukur berdasarkan jumlah prosentase tabungan nasabah di Bank Syari'ah dibandingkan total tabungan yang dimiliki.

E. Jenis Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian survey, berdasarkan data primer yang diperoleh melalui metode wawancara. Sampel yang diambil dalam penelitian ini adalah masyarakat yang tinggal kota Yogyakarta dan sedang melakukan transaksi di bank-bank syari'ah di Yogyakarta. Besarnya sampel yang digunakan sebanyak 60 (enam puluh) orang dengan mempertimbangkana kecukupan distribusi yang mendekati normal dan variasi sebaran sampel.

Pengambilan sampel dalam penelitian ini dilakukan secara *stratified purposive sampling*. Sampel dikelompokkan

menjadi strata menurut usia, yaitu: usia muda (di bawah 40 tahun) sebanyak 20 responden, usia sedang (antara 40-50 tahun) sebanyak 20 orang dan usia tua (di atas 50 tahun) sebanyak 20 orang.

F. Metode Analisis Data

Data yang berasal dari opini responden yang bersifat kualitatif diubah menjadi angka-angka, sehingga dapat dilakukan analisis secara kuantitatif, yaitu dengan cara menilai atau memberi bobot pada jawaban yang diberikan oleh responden. Adapun metode analisis kuantitatif yang digunakan adalah model regresi, dengan metode *ordinary least square*. Alat analisis ini digunakan untuk menghitung dan memperkirakan besarnya pengaruh secara kuantitatif dari perubahan suatu kejadian terhadap kejadian lainnya. Dalam hal ini hubungan antara variabel-variabel tersebut dapat diformulasikan dalam persamaan linier berganda sebagai berikut :

$$Y_i = \beta_0 + \beta_1 X_{1i} + \beta_2 X_{2i} + \beta_3 X_{3i} + \beta_4 X_{4i} + \beta_5 X_{5i} + \beta_6 X_{6i} + \beta_7 X_{7i} + e_i$$

Dengan Y_i adalah permintaan tabungan di bank syariah di Yogyakarta (dalam persen terhadap total tabungan), X_1 adalah tingkat religiusitas nasabah (skala 1 sampai 4), X_2 adalah tingkat pendidikan nasabah (dalam jumlah tahun), X_3 adalah referensi dari media massa (dalam variabel dummy, dengan nilai 1 jika memiliki referensi media massa dan 0 jika nasabah tidak memiliki referensi media massa), X_4 adalah referensi dari teman, kerabat dan relasi (dalam variabel dummy, dengan nilai 1 jika memiliki referensi teman dan kerabat dan 0 jika nasabah

tidak memiliki referensi teman dan kerabat), X5 adalah Usia nasabah (jumlah tahun), X6 adalah persepsi tentang bunga adalah haram ataukah tidak (dalam variabel dummy, dengan nilai 1 jika nasabah menganggap bunga adalah haram dan 0 jika sebaliknya), dan X7 adalah kualitas pelayanan yang diberikan oleh Bank syari'ah (berdasarkan skala 1 hingga 4).

G. Hasil dan Analisis Penelitian

1. Validitas dan realibilitas data

Uji validitas dilakukan untuk mengetahui apakah alat pengumpul data primer melalui angket dapat sesuai dengan sasaran yang akan dituju dalam penelitian. Kriteria validitas ini menggunkan derajat keyakinan $(1-\alpha)$ adalah 95%. Indikator yang diukur dengan menggunakan skala ada dua yaitu aspek religiusitas dan kualitas pelayanan. Dari hasil uji ini diperoleh nilai r-statistik untuk variabel religiusitas masing-masing adalah 0,802; 0,788 dan 0,822 sedangkan untuk variabel pelayanan adalah 0,561 dan 0,561. Sedangkan nilai r kritis atau $r_{(5\%,60)}$ adalah 0,254. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa seluruh indikator reliugisitas (X_1) dan pelayanan (X_7) adalah valid.

Di sisi lain, uji reliabilitas digunakan untuk mengukur kestabilan hasil akhir data, sehingga dapat digunakan untuk proses pengujian selanjutnya yang dapat dipercaya (reliabel). Penelitian ini menggunakan formulasi koefisien Alpha untuk mengukur koefisien reliabilitas. Dari perhitungan diperoleh koefisien *alpha* untuk variabel

religiusitas dan pelayanan masing-masing adalah 0,899 dan 0,719, sedangkan nilai *alpha* kritis 0,600. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa data adalah reliable.

2. Profil Responden

Sebaran distribusi responden dalam penelitian ini cukup heterogen. Ditinjau dari aspek usia, tingkat pendidikan, pilihan produk simpanan dan lamanya menjadi nasabah di bank syari'ah ditunjukkan pada tabel 1 di bawah ini.

Tabel 1. Distribusi Responden Menurut Usia, Pendidikan, Lama menjadi nasabah dan pilihan produk

Usia Responden	Persen	Pendidikan	Persen	Lama menjadi nasabah	Persen	Pilihan produk	Persen
30 tahun kurang	15,0	SMA	16,7	< 2 tahun	21,7	Tabungan	75
30-39 tahun	21,7	Diploma	23,3	2-3 tahun	16,7	deposito	25
40-49 tahun	32,6	Sarjana	55,0	3-4 tahun	25,0		
50 tahun ke atas	31,7			> 4 tahun	36,7		

Sumber: Data Primer yang Diolah

Dari tabel 1 di atas dapat diketahui bahwa sebaran responden dari sisi usia cukup heterogen, demikian pula dari sisi lamanya menjadi nasabah di bank syari'ah. Sedangkan dari aspek pilihan produk, sebagian besar nasabah adalah nasabah tabungan dan sebagian kecil (25%) adalah pemilik deposito. Demikian pula dari sisi pendidikan, sebagian besar reponden adalah berpendidikan tinggi atau sarjana dan pasca sarjana. Dengan profil responden tersebut maka

diyakini bahwa distribusi data mampu mencerminkan kondisi nasabah bank syari'ah pada umumnya, sehingga diperoleh kesimpulan yang mampu mewakili perilaku populasi.

3. Analisis Hasil Regresi

Berdasarkan hasil analisis regresi diperoleh persamaan regresi sampel berikut:

$$Y = -30,935 + 6,893 X_1^* + 0,824 X_2^* + 6,507 X_3 + 12,314 X_4^* + 0,018 X_5 - 1,458 X_6 + 18,130 X_7^*$$

t-statistik (-3,306) (3,006) (2,5857) (1,711) (2,738) (0,139)
(-0,324) (7,677)

F-statistik: 60,511 $R^2 = 0,8906$

Keterangan: * = Signifikan pada $\alpha = 5\%$

Dari hasil uji statistik (uji t) dapat ditunjukkan bahwa terdapat empat variabel yang berpengaruh signifikan terhadap permintaan tabungan di bank syari'ah dan tiga variabel yang tidak signifikan berpengaruh. Keempat variabel yang berpengaruh tersebut adalah tingkat religiusitas (X_1), tingkat pendidikan nasabah (X_2), referensi teman (X_4), dan kualitas pelayanan bank (X_7). Sedangkan variabel yang tidak berpengaruh signifikan adalah referensi dari media (X_3), usia nasabah (X_5) dan persepsi terhadap keharaman bunga (X_6)

Dari hasil uji terhadap asumsi klasik, tidak ditemukan adanya pelanggaran terhadap asumsi heteroskedastitas (uji White), autokorelasi (Uji LM dan uji Durbin Watson)

maupun usumsi multikoloniaritas (uji korelasi parsial). Dengan demikian model dapat digunakan untuk alat untuk memprediksi. Model ini memiliki koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,8906 yang artinya memiliki daya ketepatan yang baik untuk mengukur realitas.

Dari sekian pengujian tersebut dapat disimpulkan bahwa kualitas layanan bank (X_7) dan referensi relasi/teman (X_4) merupakan faktor paling berpengaruh terhadap permintaan tabungan di bank syari'ah. Mereka yang mendapatkan pelayanan baik dari bank berpotensi menabung lebih tinggi 18,13% dibandingkan rata-rata, sedangkan mereka yang mendapatkan referensi dari relasi mengenai bank syari'ah berpotensi meningkat tabungannya 12,31% di atas rata-rata nasabah. Selain itu, faktor religiusitas (X_1) dan tingkat pendidikan nasabah (X_2) juga berpengaruh penting terhadap permintaan tabungan. Aspek religiusitas nasabah yang lebih baik berperan meningkatkan porsi tabungan mereka di bank syari'ah. Demikian pula semakin tinggi tingkat pendidikan nasabah berpengaruh terhadap tingginya permintaan tabungan.

Di sisi lain, hal yang menarik ditemukan adalah bahwa persepsi terhadap haramnya bunga (X_6) tidak menjamin nasabah untuk pergi dan menabung di bank syari'ah. Sesuai dengan penelitian-penelitian sebelumnya, banyak umat Islam di Indonesia yang masih bersikap tidak konsisten. Di satu sisi pendapat mereka adalah menyetujui bahwa bunga adalah riba yang diharamkan, namun di sisi lain mereka tidak bersikap untuk melakukan praktik perbankan tanpa bunga atau bank syari'ah. Hal ini terkait dengan kesulitan

mereka untuk membedakan secara nyata antara bank syari'ah dan bank konvensional dan pertimbangan utama mereka dalam memilih bank banyak dipengaruhi oleh aspek rasional, seperti aspek keuntungan atau fasilitas yang mereka terima.

Selain itu, aspek usia nasabah dan referensi media tidak berperan signifikan mempengaruhi permintaan tabungan di bank syari'ah. Minimnya informasi atau iklan yang disampaikan oleh industri perbankan syari'ah di media cetak maupun elektronik membuat masyarakat sulit mengenali bank syari'ah melalui media ini. Metode direct selling ataupun metode berantai dari mulut ke mulut lebih berperan efektif untuk mengsosialisasikan bank syari'ah sebagai entitas baru di Indonesia.

4. Aspek Religiusitas Nasabah

Dari analisis di depan ditemukan bahwa aspek religiusitas nasabah berperan penting bagi keputusan nasabah untuk menabung. Jika hal ini kemudian diuraikan, aspek religiusitas apakah yang paling berpengaruh maka dapat diuraikan menjadi tiga aspek dasar, yaitu aspek keyakinan beragama (akidah), aspek praktik beribadah dan aspek moralitas bermuamalah.

Jika ketiga aspek tersebut diuraikan dan dilakukan analisis regresi maka ditemukan sebagaimana dalam tabel berikut ini.

Tabel 2. Hasil Regresi terhadap fungsi Tabungan di Bank

Syari'ah

Dependent Variable	Tab	n	60	
Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	-27.99855	10.05359	-2.784930	0.0075
AKIDAH	3.329277	2.302217	1.446118	0.1544
IBADAH	3.081487	1.872692	1.645485	0.1061
AKHLAQ	0.159664	2.577568	0.061944	0.9509
PDDK	0.699368	0.353939	1.975959	0.0537
REF1	6.572919	3.862008	1.701943	0.0950
REF2	13.07421	4.643144	2.815810	0.0069
USIA	-0.016067	0.137719	-0.116668	0.9076
BUNGA	-1.753620	4.570066	-0.383719	0.7028
LAYANAN	18.63219	2.459214	7.576483	0.0000
R-squared	0.892293	Mean dependent var		64.16667
Log likelihood	-211.9013	F-statistic		46.02490
Durbin-Watson stat	1.739742	Prob(F-statistic)		0.000000

Dari tabel di atas dapat dilihat bahwa dari ketiga aspek religiusitas, hanya aspek ibadah yang memiliki peran signifikan (dengan $\alpha=10\%$). Sedangkan aspek akidah dan aspek akhlaq tidak dapat dilihat pengaruhnya secara terpisah terhadap permintaan tabungan. Hal ini menunjukkan bahwa semakin taat seseorang dalam menjalankan ibadah (khususnya ibadah *mahdhah*) berkorelasi positif dengan permintaan mereka dalam menabung di bank syari'ah. Artinya mereka memandang bahwa menabung di bank syari'ah juga merupakan bagian dari amal ibadah. Di sisi lain, aspek keyakinan dan moralitas tidak secara langsung berpengaruh terhadap permintaan tabungan di bank syari'ah. Secara statistik tidak terbukti bahwa mereka yang meyakini bahwa hanya agama Islam-lah yang benar akan memiliki porsi tabungan di bank syari'ah yang lebih tinggi. Demikian pula, tidak terbukti secara statistic bahwa mereka yang bermoral dan beretika baik dalam berkehidupan bermasyarakat akan menjadikan bank syari'ah sebagai

pilihan utama. Jika dikaitkan dengan penelitian sebelumnya, temuan ini semakin mendukung bahwa keberadaan bank syari'ah baru bisa dibedakan oleh masyarakat dalam tingkat formalitas, seperti akad-akad yang digunakan. Namun perbankan syari'ah belum mampu menampilkan perbedaan yang lebih besar, misalnya dalam hal moralitas dan etika maupun nilai spiritual sehingga mampu meyakinkan kepada umat Islam bahwa bank syari'ah bukanlah bank alternative namun merupakan bank yang seharusnya dimiliki oleh umat Islam.

Pada kenyataanya, dari hasil analisis regresi ini, factor religiusitas nasabah, yang merupakan unsur gabungan dari aspek akidah, ibadah dan akhlaq, berperan signifikan terhadap permintaan tabungan di bank syari'ah. Ketiga aspek keagamaan ini berinteraksi menjadi satu dan tidak dapat dipisahkan. Seorang yang berakidah baik akan memiliki tingkat ibadah dan akhlaq yang baik pula, setidaknya hal ini terjadi dalam sampel penelitian ini. Sebagaimana hal ini dapat diketahui dari koefisien korelasi antara aspek akidah, ibadah dan akhlaq yang cukup tinggi, sekitar 0,7 hingga 0,8. Hal ini semakin menyimpulkan bahwa perbankan syari'ah meski mampu tampil secara syari'ah bukan hanya dalam aspek tampilan semata namun juga mencerminkan nilai-nilai dan semangat spiritual yang syar'i serta pada pegawainya mampu bertindak sesuai dengan etika dan moralitas Islam.

Tabel 3. Koefisien korelasi antara akidah, ibadah dan akhlaq

	AKIDAH	IBADAH	AKHLAQ
AKIDAH	1	0.7279	0.7759
IBADAH	0.7279	1	0.7551
AKHLAQ	0.7759	0.7551	1

Sumber: data primer, diolah

H. Kesimpulan

Hingga penelitian ini dilakukan, dapat disimpulkan bahwa dari sisi penawaran, faktor kualitas layanan dan referensi dari kawan masih berperan penting terhadap permintaan tabungan di bank syari'ah. Kesempurnaan kualitas layanan, baik dalam arti keramahan maupun kecepatan pelayanan sangat berperan positif dalam mendorong nasabah bank syari'ah untuk menabung. Di sisi lain, informasi referensi dari kolega dan sanak kerabat lebih berperan penting dibandingkan peran media massa untuk mendorong masyarakat menabung di bank syari'ah.

Aspek religiusitas dan pendidikan nasabah, dari sisi permintaan, merupakan variabel penting yang berperan mendorong nasabah untuk menabung. Aspek religiusitas ini merupakan satu kesatuan yang utuh, bukan hanya aspek peribadatan nasabah, namun juga aspek akidah dan akhlaqnya. Semakin tinggi aspek religi yang ada pada nasabah, akan semakin tinggi permintaan mereka untuk menabung di bank syari'ah. Di sisi lain, tingkat pendidikan nasabah yang lebih tinggi akan mendorong nasabah untuk menambah tabungannya di bank syari'ah. Hal ini dimungkinkan karena untuk memahami perbedaan antara bank syari'ah dan bank konvensional

masih diperlukan penjelasan yang rumit. Industri perbankan syari'ah belum mampu menjelaskan secara sederhana apakah perbedaan sekaligus keunggulan bank syari'ah dibandingkan bank konvensional.

Hal menarik dari penelitian ini adakah adanya keyakinan bahwa bunga adalah haram tidak selalu mendorong orang untuk pergi dan bertransaksi dengan bank syari'ah. Hal ini dimungkinkan disebabkan oleh keraguan masyarakat bahwa bank syari'ah sudah benar-benar terbebas dari transaksi riba (artinya bank syari'ah masih dianggap sama saja atau mirip dengan bank konvensional) atau memang karakteristik nasabah yang oportunistik kurang mempertimbangkan aspek halal dan haram, namun lebih mengedepankan aspek manfaat atau keuntungan.

Dari penelitian ini maka saran yang dapat diberikan adalah (1) kualitas pelayanan di perbankan syari'ah perlu mendapatkan perhatian utama untuk ditingkatkan, (2) sosialisasi perbankan syari'ah tidak efektif menggunakan pendekatan halal-haram, namun lebih mengedepankan aspek membangun etika dan moralitas serta spirit untuk ibadah, (3) Bank syari'ah perlu melakukan sosialisasi lebih intensif kepada masyarakat berpendidikan menengah dengan metode yang lebih sederhana namun tetap tidak keluar dari bingkai prinsip syari'ah. Pendekatan rasionalitas yang digunakan selama ini baru bisa ditangkap oleh mereka yang berpendidikan tinggi.

Daftar Pustaka

Antonio, Muhammad Syafi'i, *Bank Syari'ah Suatu Pengenalan Umum*, Tazkia Institute: Jakarta 2000.

Askari Hossein dkk., *New Issues in Islamic Finance & Economics: Progress and Challenges*, Wiley Finance Series, 2009.

Azwar, S. *Reliabilitas dan Validitas*, Sigma Alpa: Yogyakarta, 1992.

Bank Indonesia (2000), *BPSES Jatengindonesia*, <http://www.bi.go.id>.

Bank Indonesia (2000), *BPSES Jatimindonesia*, <http://www.bi.go.id>.

Bank Indonesia (2002), *Cetak Biru Pengembangan Perbankan Syari'ah Indonesia*, <http://www.bi.go.id>.

Bank Indonesia (2004), *BPSES Jabarindonesia*, <http://www.bi.go.id>.

Bank Indonesia (2004), *Ringkasan_Eks_kalsel*, <http://www.bi.go.id>.

Bank Indonesia (2004), *Ringseksumsel*, <http://www.bi.go.id>.

Bank Indonesia (2005), *Laporan Perkembangan Perbankan Syari'ah Tahun 2005*, <http://www.bi.go.id>.

Basu Swastha, D.H. dan T. Hani Handoko, *Manajemen Pemasaran Modern*, Edisi Kedua, Percetakan Liberty: Yogyakarta, 1983.

Ghozali, Imam, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*, UNDIP: Semarang, 2005.

Hendrianto, M.B., *Pengantar Ekonometrika Mikro Islam*, Ekonisia: Yogyakarta, 2003.

Iqbal, Zamir dan Abbas Mirakhor, *An Introduction to Islamic Finance: Theory and Practice*, John Wiley and Sons (Asia) Pte. Ltd., 2007.

Kotler, Philip, *Manajemen Pemasaran*, Edisi Kedua, PT. Prihalindo: Jakarta. 1997.

Lailati Sukma, *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi*

Tabungan Masyarakat Pada Bank BNI di Indonesia Tahun 1991-2002, Skripsi Sarjana (Tidak dipublikasikan) Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Indonesia. Yogyakarta, 2004.

Lovelock, Christopher *Service Marketing*, Prentice Hall International: London, 1996.

Muhammad, *Lembaga-Lembaga Keuangan Umat Kontemporer*, Cet. ke-I, UII Press: Yogyakarta, 2000.

Pasarmuslim.com, Media Iklan dan Bisnis (2006), *Aset Bank Syari'ah Naik 28,9 Persen*, Diambil 28 November 2006, dari [http:// www.republika.co.id](http://www.republika.co.id)

Pasarmuslim.com, Media Iklan dan Bisnis (2006), *Bangga Jadi Nasabah Bank Syari'ah*, Diambil 28 November 2006, dari [http:// www.republika.co.id](http://www.republika.co.id)

Pasarmuslim.com, Media Iklan dan Bisnis (2006), *Mencari Strategi Jitu Perbankan Syari'ah*, Diambil 28 November 2006, dari [http:// www.republika.co.id](http://www.republika.co.id)

Ratna Priatin, *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Motivasi Menabung di BPRS BDW Yogyakarta Tahun 2004*, Skripsi Sarjana (Tidak dipublikasikan) Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Indonesia. Yogyakarta, 2005.

Sugiono, *Metapel Bisnis*, Alfabeta: Bandung, 2004).

Sumarni, Murti *Marketing Perbankan*, Edisi Ketiga Cet. Ke-I, Yogyakarta, Liberty, 1996.

Sunardji, D. dan Sri Harjanti *Memilih Pasar Sasaran*, Edisi Revisi Cet. ke-II, FE UII, Yogyakarta, 1989.

Tjiptono, Fandy, *Mamajemen Jasa*, Andy Offset: Yogyakarta, 1996.

Undang-Undang No.10 tahun 1998 tentang Perbankan.

Wahjosumidjo, *Kepemimpinan dan Motivasi*, Ghalia Indonesia: Jakarta, 1994.