

Pengaruh Persepsi Terhadap Keputusan Nasabah Menabung di Bank Syariah Kotamobagu Dengan Moderasi Riba

Muharto¹⁾, Aisya Mutiarasari²⁾, Puspauzia Midu³⁾

¹Manajemen Informatika, Politeknik Sains dan Teknologi Wiratama, Maluku Utara

^{2,3}Perbankan Syariah, Institut Agama Islam Kotamobagu, Sulawesi Utara

*Email korespondensi: muharto@poltek-wiratama.ac.id

Abstract

Islamic banking was born from the demands of Muslims who want non-riba banking. The majority of the people of Kotamobagu are Muslim, but most do not use Islamic banking products. This study aims to determine the effect of perception on customer interest in saving in Islamic banks with riba moderation. Data were collected using a questionnaire. The research population is the customers of Bank Syariah Indonesia in Kotamobagu. The sample was determined using the accidental sample technique so that a sample of 30 customers was obtained. Data analysis used moderated regression analysis. The study found that the understanding of riba strengthens customers' interest in saving at the Kotamobagu Islamic bank. Therefore, it is recommended for Islamic banking to increase the socialization of Islamic banking products and public understanding of riba.

Keywords: Shariah banking; Saving Interest; Riba

Saran sitasi: Muharto., Mutiarasari, A., & Midu, P. (2022). Pengaruh Persepsi Terhadap Keputusan Nasabah Menabung di Bank Syariah Kotamobagu Dengan Moderasi Riba. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 8(03), 2686-2689. doi: <http://dx.doi.org/10.29040/jiei.v8i3.6157>

DOI: <http://dx.doi.org/10.29040/jiei.v8i3.6157>

1. PENDAHULUAN

Bangsa Indonesia sebagian besar penduduknya beragama Islam sehingga pengelolaan perbankan secara islami menjadi sangat potensial. Perbankan syariah menjadi alternatif karena selain menyediakan jasa keuangan yang sehat, juga memenuhi prinsip-prinsip syariah. Penerapan prinsip-prinsip syariah didukung oleh beberapa peraturan negara seperti Undang-Undang Nomor 7 tahun 1992 tentang perbankan yang pada substansinya memperbolehkan pengelolaan bank berdasarkan prinsip bagi hasil (*profit and loss sharing*). Undang-Undang Nomor 10 Tahun 1998 secara tegas membedakan bank berdasarkan pengelolaannya terdiri dari bank konvensional dan bank syariah, baik itu bank umum maupun bank perkreditan rakyat. Undang-Undang Nomor 23 tahun 1999 tentang Bank Indonesia yang memberikan kewenangan kepada Bank Indonesia untuk menjalankan tugasnya berdasarkan prinsip syariah.

Sistem perbankan syariah memiliki kesamaan dengan sistem perbankan konvensional dalam hal

mencari keuntungan dan pelayanan masyarakat. Namun keduanya memiliki perbedaan dalam hal sistem balas jasa yang diberikan kepada para nasabah. Dengan berpegang pada prinsip-prinsip balas jasanya masing-masing, kedua sistem perbankan ini bersaing bebas dalam menarik minat nasabah.

Bank Syariah memiliki beberapa keunggulan yang tidak dimiliki oleh bank konvensional, seperti musyarakah, mudharabah, murabahah, ijarah, istishna dan sebagainya, serta menghindari bunga sebagaimana dikembangkan bank konvensional. Bank syariah menghindari riba (memungut bunga) karena merupakan perbuatan yang dilarang Allah SWT (QS. Al-Baqarah: 275, 278,279, Ali'Imran:130, An Nisaa':161). Di Indonesia larangan riba diatur dalam Fatwa Dewan Syariah Nasional Nomor 02/DSN-MUI/IV/2000 tentang tabungan, di mana tabungan yang berdasarkan perhitungan bunga tidak dibenarkan secara syariah, kecuali tabungan yang berdasarkan prinsip wadi'ah dan mudharabah.

Orientasi menghindari riba dan aspek religiusitas berpengaruh terhadap keputusan nasabah (Soma,

2017 dan Rusliani, 2021). Hal ini diperkuat oleh penelitian Mardiana dkk (2021) bahwa religiusitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat guru Pondok Modern al-Kautsar Pekanbaru untuk menabung di bank syariah. Dalam hal ini, masyarakat memilih produk bank syariah karena ketaatan dalam menerapkan aturan islam dan tingkat kepercayaan terhadap bank syariah (Fauzi dkk (2022). Persepsi dan sikap masyarakat terhadap bank syariah sangat beragam karena perbedaan pemahaman tentang bank syariah. Perbedaan persepsi tersebut sangat memengaruhi minat masyarakat untuk menabung atau menggunakan produk bank syariah. Selain itu, pengetahuan tentang riba memengaruhi minat nasabah memilih produk perbankan syariah (Rahim dan Ilmiah, 2022). Dalam hal ini, riba dapat memperkuat pengaruh persepsi kegunaan produk perbankan terhadap minat untuk menggunakan produk perbankan (Aji, Berakon dan Riza, 2021).

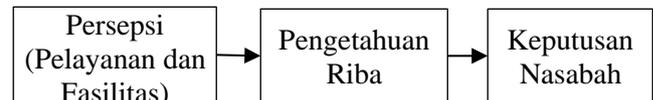
Penelitian Utamy dan Widhiastuti (2019) menunjukkan bahwa pengetahuan bank syariah, promosi, dan fasilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menabung Bank Syariah. Wulandari dan Subagio (2015) menyatakan bahwa kualitas pelayanan sangat memengaruhi keputusan menjadi nasabah. Detha, Zainul dan Wilopo (2013) mengungkapkan bahwa bauran pemasaran berpengaruh positif terhadap keputusan menabung nasabah. Ahmad (2013) Bank syariah mempunyai banyak keunggulan karena tidak hanya berdasarkan pada syariah saja sehingga transaksi dan aktivitasnya menjadi halal, tetapi sifatnya yang terbuka dan tidak mengkhususkan diri bagi nasabah muslim saja, tetapi juga bagi nonmuslim. Hal ini membuktikan bahwa bank syariah membuka peluang yang sama terhadap semua nasabah dan tidak membedakan nasabah.

Berdasarkan seluruh argumentasi ilmiah, maka dikembangkan hipotesis bahwa “persepsi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah menabung di bank Syariah dengan variabel moderasi riba”. Hipotesis ini sangat menarik dibuktikan pada nasabah bank Syariah di Kotamobagu, karena masyarakat kotamobagu mayoritas muslim, tetapi faktanya lebih berminat menjadi nasabah bank konvensional.

2. METODE PENELITIAN

Penelitian ini termasuk desain kuantitatif, yang menguji pengaruh variabel persepsi nasabah terhadap

keputusan menjadi nasabah bank syariah dengan variable moderasi riba. Pengumpulan data menggunakan kuesioner. Populasi target adalah semua nasabah bank syariah Indonesia KCP Kotamobagu dan sampel diambil dengan Teknik *accidental sampling*. Accidental sampling yaitu setiap nasabah yang secara kebetulan ditemui di Kantor KCP Kotamobagu sehingga diperoleh sebanyak 30 orang nasabah. Teknik analisis data menggunakan regresi linier berganda dengan menggunakan asumsi statistic parametrik, yaitu pengujian hipotesis dilakukan setelah data memenuhi asumsi klasik.



Gambar 1. Model Penelitian

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1. Hasil penelitian

Uji persyaratan Analisis

Pengolahan data penelitian dimulai dengan pengujian normalitas data. Hasil uji normalitas dengan metode Kolmogrov-Smirnov menunjukkan bahwa data memenuhi normalitas karena nilai *Asymp. Sig. (2-tailed)* adalah 0,134 lebih besar dari $\alpha = 0,05$. Selanjutnya dilakukan uji heterokedastisitas dan variabel persepsi memperoleh P-value $0,970 > 0,05$ dan variabel riba memperoleh P-value $0,803 > 0,05$. Karena keduanya lebih besar dari 0,05 maka tidak terjadi heterokedastisitas. Sedangkan uji Multikolinearitas menunjukkan nilai *Tolerance* untuk variabel Persepsi (X) dan riba (Z) sebesar $0,988 > 0,1$. Sementara, nilai VIF (*Variance Inflation Factor*) untuk variabel Persepsi (X) dan riba (Z) sebesar $1,013 < 10$. Karena nilai tolerance di atas 0,1 dan VIP dibawah 10 maka tidak terjadi multikolinearitas.

Uji Hipotesis

Nilai yang mendekati satu berarti variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen (Ghozali, 2016). Hasil uji hipotesis menggunakan uji t tersaji pada Tabel 1 berikut.

Tabel 1. Hasil Uji Hipotesis

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.050 ^a	.003	-.071	4.158

Sumber: Olahan Data Penelitian 2022

Uji hipotesis menunjukkan koefisien determinasi (*Adjusted R2*) sebesar 0,003 ini berarti bahwa kontribusi variabel independen (persepsi dan riba) memengaruhi variabel dependen (minat nasabah menabung) sebesar 0,3%, sedangkan sisanya yaitu 99,7% dipengaruhi oleh variabel lain. Hal ini mengandung arti bahwa variabel independen dalam penelitian ini berkontribusi positif namun sangat kecil sehingga tidak signifikan sebagaimana ditunjukkan dengan probabilitas uji anova senilai 0,967.

Tabel 2. Hasil Uji Anova

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	1.170	2	.585	.034	.967
Residual	466.697	27	17.285		
Total	467.867	29			

Sumber: Olahan data penelitian 2022

Hasil uji menunjukkan nilai F_{hitung} sebesar 0,034 dengan nilai probabilitas 0,967. Nilai probabilitas lebih besar dari nilai $\alpha = 0,05$ yang berarti semua variabel independen secara bersama-sama tidak mempengaruhi variabel dependen secara signifikan. Sedangkan uji parsial menunjukkan distribusi t dengan derajat kebebasan $n-k-1$, dan signifikan pada $\alpha = 0,05$.

Tabel 3. Uji Signifikan Parsial

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		T	Sig.
	B	Std. Error	Beta			
1 (Constant)	34.724	11.238			3.090	.005
Persepsi	.012	.331	.007		.037	.970
Riba	-.137	.546	-.049		-.252	.803

Sumber: Pengolahan data penelitian 2022

Hasil uji t tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut:

- a. Variabel Persepsi (X) dengan nilai koefisiensi 0,012 berarti bahwa persepsi berpengaruh positif terhadap minat nasabah menabung di bank syariah. Setiap peningkatan persepsi terhadap kualitas pelayanan dan fasilitas perbankan syariah kenaikan sebesar 1% akan meningkatkan jumlah nasabah 01%. Namun pengaruh tersebut tidak signifikan karena P -value lebih besar dari α 0,05.

- b. Variabel riba (Z) dengan koefisiensi sebesar -0,137, berarti riba berpengaruh negatif terhadap minat nasabah menabung di bank syariah. Pertanyaan yang diajukan dalam kuesioner bersifat negative sehingga nilai koefisien yang negative tersebut berarti bahwa kurangnya pemahaman masyarakat terhadap riba sebesar 1% akan menurunkan jumlah nasabah sebesar -13,7%. Sebaliknya, jika pemahaman masyarakat tentang riba bertambah 1%, maka nasabah akan bertambah sebesar 13,7%.

Uji Moderasi

Adapun hubungan moderasi dalam penelitian ini adalah riba. Riba dapat memperkuat atau memperlemah pengaruh persepsi terhadap minat menabung nasabah di bank syariah. Hasil analisis ditunjukkan pada tabel 4,5 dan 6 berikut.

Tabel 4 Koefisien determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.013 ^a	.000	-.036	2.38927

Nilai R persamaan regresi sebesar 0,013 sehingga dapat dikatakan bahwa variabel persepsi berpengaruh terhadap minat menabung sebesar 1,3%. Namun setelah diuji dengan memasukan riba sebagai variabel maka didapatkan hasil sebagai berikut.

Tabel 5. Hasil Uji Moderasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.997 ^a	.993	-.992	.2714

Sumber: Olahan Data Penelitian 2022

Keberadaan variabel moderasi (Riba) pada persamaan regresi kedua, nilai R meningkat sehingga menjadi 0,997 atau 99,7% dengan demikian dapat disimpulkan bahwa variabel riba dapat memperkuat atau meningkatkan pengaruh variabel persepsi terhadap variabel minat menabung.

3.2. Pembahasan

Hasil analisis menunjukkan pengaruh persepsi terhadap minat menabung nasabah di bank syariah tidak sangat kecil. Masyarakat berpersepsi bahwa pelayanan dan ketersediaan fasilitas bank syariah kurang memadai di bandingkan dengan bank konvensional. Itulah sebabnya persepsi terhadap kualitas pelayanan dan fasilitas memiliki pengaruh

yang tidak signifikan terhadap minat menabung nasabah di bank syariah. Namun pengetahuan nasabah tentang riba memperkuat keputusan nasabah memilih produk bank syariah. Hal ini sejalan dengan hasil penelitian Soma (2017) bahwa orientasi keagamaan yang melarang riba sangat memengaruhi keputusan nasabah dalam memilih bank syariah. Dalam hal ini, masyarakat yang mengetahui riba sebagai perbuatan yang dibenci Allah menyebabkan mereka takut berhubungan dengan bank yang melaksanakan riba. Bank syariah menjadi alternatif bagi nasabah bukan karena pertimbangan fasilitas atau pelayanan namun karena takut kepada larangan Allah untuk menghindari riba (Aprianti, 2017). Hal ini juga diperkuat oleh Aji, dkk (2021) bahwa pengetahuan tentang riba dapat memperkuat pengaruh persepsi kegunaan produk perbankan terhadap niat untuk menggunakan produk perbankan.

4. KESIMPULAN

Persepsi nasabah tentang pelayanan dan fasilitas memiliki pengaruh positif dan tidak signifikan terhadap keputusan menjadi nasabah bank syariah. Namun, pemahaman nasabah tentang riba memperkuat pengaruh persepsi terhadap keputusan menjadi nasabah bank syariah. Oleh karena itu, perbankan syariah harus meningkatkan program sosialisasi tentang bank syariah dan meningkatkan pemahaman masyarakat tentang system perbankan syariah dan system larangan riba dalam kegiatan perbankan.

5. UCAPAN TERIMA KASIH

Terimakasih kami ucapkan kepada Yayasan Pendidikan Wiratama, Politeknik Sains dan Teknologi Wiratama Maluku Utara, Yayasan Darul Mutaqin, dan Program Studi Perbankan Syariah Institut Agama Islam Kotamobagu yang telah memberikan bantuan dalam pelaksanaan penelitian ini.

6. REFERENSI

Aji, H. Mustiko., I. Berakon and A. F. Riza (2021). The effects of subjective norm and knowledge about riba on intention to use e-money in Indonesia. *Journal Of Islamic Marketing. Emerald Publishing Limited*, 1759-0833.
Dewan Syariah Nasional MUI (2000). *Fatwa Dewan Syariah Nasional*. Jakarta: Majelis Ulama Indonesia.

Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program IBM SPSS 23. Edisi 8*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Fauzi, R.U. Ananta., A. Saputra, I. Indah P. N (2022). The Effect of Religiosity, Profit and Loss Sharing, and Promotion On Consumer Intention To Financing in Islamic Bank Toward Trust As An Intervening Variable. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 8(01), 2022, 274-287. Available at <https://jurnal.stie-aas.ac.id/index.php/jie>

Mardiana, Eva., H. Thamrin, & P. Nurain, Analisis Religiusitas Terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah Kota Pekanbaru. *Jurnal Tabarru': Islamic Banking and Finance*, Volume 4 Nomor 2, November 2021, : 512 – 520.

Rahim dan Ilmiah, D. (2022). The Effect Of Religious Level And Perceptions Of Riba On Interest In Saving In Sharia Banks: Study on MSME Businessmen in Kasihan District, Bantul Regency. *Nusantara Islamic Economic Journal*, 1(1), 89-96. <https://doi.org/10.34001/nuiej.v1i1.63>.

Rusliani, H., Rafidah., N. Syam., Suryani., M. L. Ghozali., Nur Kholis., I. Ritonga., R Subagiyo (2021). The Influence of Religiosity toward Costumers 'Decision Making in Choosing Bank Riau Kepri Sharia Tembilahan Kota, Indonesia. (Transformation of Conventional Consumer Behavior Theory, Kotler – Armstrong). *ICIS and ICESSIS 2021*, October 20-21, Jambi, Indonesia, p. 1-11.

Soma, A. Mukti., I. Primiana., S.K. Wiryono., E. Febrian (2017). Religiosity And Islamic Banking Product Decision: Survey On Employees Of PT Telekomunikasi Indonesia. *Etikonomi*, Volume 16 (1), April 2017, Page 25–42.

Utamy, O.D. Budi dan R. Widhiastuti (2019), The effect of Sharia bank knowledge, promotion, and facilities on savings decisions at Sharia banks with savings interest as mediation variables. *Journal of Islamic Economics, Management, and Business* Vol. 1 No. 1 (2019), 1-28; DOI: 10.21580/jiemb.2019.1.1.3986

Wulandari, Deasy dan Ari Subagio (2015). Consumer Decision Making in Conventional Banks and Islamic Bank based on Quality of Service Perception. *Procedia-Social and Behavioral Sciences* 211 (2015) 471 – 475.

Zainul, Detha dan Wilopo (2013). Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa Terhadap Keputusan Menabung Pada Bank Muamalat Cabang Malang. *Jurnal Administrasi Bisnis*.