

PREFERENSI PENGURUS KOPERASI KONVENSIONAL TERHADAP KOPERASI SYARIAH DI PROVINSI BENGKULU

Nurul Amaliah¹, Lisa Martiah Nila Puspita², Padlim Hanif³

Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Bengkulu^{1,2}

Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Negeri Fatmawati Bengkulu³

E-mail: nurulamaliahjanuary@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dukungan regulasi, promosi, informasi, tingkat bagi hasil, religiusitas, image dan prospek peluang pasar berpengaruh terhadap preferensi pengurus koperasi konvensional untuk beralih ke koperasi Syariah di Provinsi Bengkulu sebagai populasi dan sampelnya. Metode pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan kuisioner pada kegiatan pelatihan yang diadakan oleh Lembaga koperasi Provinsi Bengkulu. Penelitian ini menggunakan regresi linier berganda dengan uji asumsi klasik dan uji hipotesis. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa dukungan regulasi, promosi, informasi dan tingkat bagi hasil tidak berpengaruh signifikan terhadap preferensi pengurus koperasi untuk beralih ke koperasi syariah. Sementara religiusitas, image dan prospek peluang pasar berpengaruh signifikan terhadap preferensi pengurus koperasi untuk beralih ke koperasi syariah. Jumlah penduduk di Provinsi Bengkulu yang menganut agama Islam ada sebanyak 97.67%, tetapi jumlah keberadaan koperasi Syariah hanya 0.042%. Idealnya koperasi syariah lebih banyak dibandingkan koperasi konvensional. Kenyataannya koperasi syariah masih sangat sedikit dibandingkan koperasi konvensional. Oleh karena itu, penelitian ini dapat disimpulkan bahwa pengurus koperasi syariah dapat menggunakan artikel ini sebagai acuan dalam menerapkan prinsip-prinsip Islam dalam menjalankan kehidupan perekonomian.

Kata kunci: *Preferensi, Koperasi Konvensional, Koperasi Syariah*

1. PENDAHULUAN

Lembaga keuangan memiliki peranan dalam mendorong pertumbuhan ekonomi suatu negara, termasuk dalam mendukung seluruh pelaku usaha untuk mengelola, mengembangkan, serta meningkatkan usahanya dengan cara penyediaan sumber pembiayaan. Usaha tersebut tertera pada peraturan yang telah ditetapkan. Badan usaha koperasi merupakan salah satu lembaga keuangan yang sudah lama dikenal. Bung Hatta adalah pelopor yang mengembangkan koperasi di Indonesia (Latifa et al., 2021). Dalam UU No.25/1992 menyatakan bahwa “koperasi merupakan suatu badan usaha yang terdiri atas perseorangan atau badan hukum koperasi, tergantung pada kegiatannya berdasarkan prinsip kerjasama dan gerakan ekonomi kerakyatan yang berdasarkan asas kekeluargaan” (Sofian, 2018).

Koperasi adalah satu diantara banyak bentuk lembaga perekonomian yang mempunyai peranan penting untuk membangun ekonomi suatu negara. Di Indonesia, koperasi telah menyatu dengan kehidupan masyarakat baik dalam bidang ekonomi maupun sosial. Koperasi merupakan badan keuangan yang didirikan oleh beberapa anggota yang bertujuan untuk

memberdayakan ekonomi para anggota koperasi yang berlandaskan kekeluargaan (Hilal & Fitri, 2022).

Dalam Rencana Strategis Organisasi Perangkat Daerah (RENSTRA-OPD), terdapat penjabaran Rencana Pembangunan Jangka Menengah Daerah (RPJMD). Khusus Provinsi Bengkulu Rencana Pembangunan Jangka Menengah Daerah (RPJMD) Tahun 2016-2021 disusun sesuai dengan tugas dan fungsi masing-masing OPD termasuk di dalamnya dinas koperasi, usaha kecil dan menengah provinsi Bengkulu. Di dalam REINSTR-OPD memuat kebijakan dalam upaya pemberdayaan UKM di Provinsi Bengkulu untuk lima tahun mendatang. Koperasi, Usaha Mikro, Kecil dan Menengah di Provinsi Bengkulu memegang peranan yang sangat penting dan menjadi basis pembangunan ekonomi kerakyatan. Kondisi ini ditunjukkan melalui jumlah koperasi yang mencapai 2.815 unit atau 0,1% hingga tahun 2021 dan jumlah Koperasi Aktif Provinsi Bengkulu tahun 2019-2021 menunjukkan bahwa jumlah Usaha Kecil dan Menengah berjumlah 1.983 unit atau 0,01% (Koperasi et al., 2020). Jumlah Koperasi, Usaha Kecil, Mikro dan Menengah diatas dapat menjadi sumber ekonomi untuk Provinsi Bengkulu. Hal ini terjadi karena berkembangnya Koperasi dan UMKM berpengaruh terhadap perekonomian Provinsi Bengkulu. perekonomian Provinsi Bengkulu dan kesejahteraan masyarakat pada khususnya. Pemerintah Provinsi Bengkulu melalui Dinas Koperasi, Usaha Kecil Dan Menengah Provinsi Bengkulu melihat besarnya jumlah Koperasi, Usaha Mikro, Kecil dan Menengah ini sebagai peluang untuk memperkuat perekonomian berbasis pada ekonomi kerakyatan. Oleh karena itu, dinilai sangat penting untuk menjabarkan strategi-strategi pemberdayaan Koperasi, Usaha Mikro, Kecil dan Menengah di Provinsi Bengkulu selama tahun 2016-2021 (BENGKULU, 2021).

Dari data Dinas Kominfo dan Statistik jumlah koperasi di Provinsi Bengkulu tahun 2017 mengalami peningkatan sebanyak 0,9%. Dilihat dari data jumlah koperasi di Provinsi Bengkulu tahun 2017 ada 2.638 unit dengan koperasi yang aktif sebanyak 2.077 unit. Kemudian pada tahun 2020 koperasi meningkat dengan jumlah 2.796 unit namun koperasi yang aktif menurun menjadi 1.959 unit atau 0,9% unit (*Cooperatives & UKM*, 2020). Jika dibandingkan dengan jumlah penduduk muslim di provinsi Bengkulu, koperasi syariah hanya 0,042% (Kurniawan, 2023). Dengan jumlah penduduk muslim yang ada di Provinsi Bengkulu, maka keberadaan koperasi syariah belum signifikan. Sementara itu, jumlah penduduk di Provinsi Bengkulu tahun 2017 ada 1.975.185 jiwa. Di tahun 2020 jumlah penduduknya meningkat dengan jumlah 2.203.591 jiwa atau 0,9%. Berdasarkan data Direktorat Jenderal Kependudukan dan Pencatatan Sipil (Dukcapil) Kementerian Dalam Negeri (Kemendagri), jumlah penduduk Bengkulu sebanyak 2 032.942 jiwa pada Juni 2021. Dari jumlah itu, sebanyak 1.985.574 jiwa atau 97,67% beragama Islam (Kemendagri, 2021). Dibandingkan dengan proporsi keberadaan koperasi syariah, maka keberadaan koperasi syariah masih dikategori sedikit. Idealnya dari jumlah penduduk di Provinsi Bengkulu yang dominan beragama muslim seharusnya jumlah koperasi syariah lebih banyak dari koperasi konvensional. Kenyataannya koperasi syariah masih sangat sedikit di provinsi Bengkulu.

Konversi lembaga keuangan konvensional menjadi syariah menjadi *trend* pembetukan bank syariah di tahun 2008 (Sari, et al., 2023) dan menjadi salah satu upaya yang dapat ditempuh untuk meningkatkan lembaga keuangan syariah khususnya koperasi syariah di

Indonesia secara lebih cepat. Kondisi koperasi di Indonesia mengalami berbagai perubahan, antara lain kecenderungan koperasi konvensional beralih ke koperasi syariah. Koperasi syariah adalah koperasi yang sistem operasionalnya berdasarkan pada fatwa Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia (Hilal & Fitri, 2022). Hal ini merupakan respon dari semakin besarnya pengetahuan masyarakat terhadap prinsip ekonomi syariah yang lebih adil dan sejalan dengan nilai-nilai Islam. Prinsip operasional koperasi syariah adalah memajukan kesejahteraan anggotanya dalam bentuk gotong royong dan prinsip ini tidak boleh menyimpang dari prinsip syariah. Oleh karena itu, perlu dilakukan proses internal untuk mengkaji kembali prosedur administrasi dan peraturan perundang-undangan telah sesuai dengan syariat Islam atau belum. Dengan demikian, perlu diketahui lebih jauh faktor-faktor yang mendorong koperasi konvensional di Provinsi Bengkulu untuk beralih menjadi koperasi syariah.

Dari penelitian terdahulu, faktor-faktor yang mempengaruhi preferensi pengurus untuk melakukan konversi di beberapa koperasi di Kota Bogor. Hasilnya menunjukkan bahwa faktor dominan yang mempengaruhi preferensi koperasi dalam melakukan konversi menjadi koperasi syariah adalah dukungan regulasi, promosi, dan tingkat bagi hasil. Selain itu, agama, informasi dan image merupakan faktor pendukung dalam melakukan konversi tersebut (Apriyana & Hasbi, 2020).

Penelitian ini bertujuan untuk membuktikan kembali apakah faktor-faktor tersebut mempengaruhi keputusan yang diambil oleh pengurus koperasi konvensional untuk beralih menjadi koperasi syariah. Implikasi dari penelitian ini adalah untuk membantu pemerintah dalam membuat kebijakan program-program dalam merealisasikan preferensi koperasi konvensional beralih ke koperasi syariah, khususnya Dinas Koperasi Provinsi Bengkulu sebagai dasar menentukan kebijakan dan langkah penting dalam mendorong pertumbuhan koperasi syariah di tengah masyarakat muslim, khususnya di Provinsi Bengkulu. Selain bagi pemerintah, hasil riset ini dapat bermanfaat bagi pengurus koperasi konvensional khususnya yang beragama Islam, agar dapat menerapkan prinsip-prinsip Islam dalam menjalankan kehidupan perekonomiannya.

2. KAJIAN TEORI

Teori Pengambilan Keputusan

Teori pengambilan keputusan adalah bidang studi yang fokus pada cara memilih opsi yang sesuai dan mengubahnya menjadi sebuah keputusan dan juga terkait dengan perilaku individu dalam proses pengambilan keputusan. Teori ini menegaskan bahwa seseorang memiliki batasan dalam pengetahuannya dan bertindak berdasarkan cara mereka mempersepsikan situasi yang dihadapi. Setiap individu memiliki perbedaan dalam struktur pengetahuannya yang dapat memengaruhi cara mereka mengambil keputusan dan hal ini tidak bisa dipisahkan dari beragam konteks sosial seperti halnya tekanan, serta pengaruh politik, sosial dan ekonomi.

Proses pengambilan keputusan menurut Haudi (2021) dapat dilakukan melalui dua pendekatan, yaitu pendekatan kualitatif dan pendekatan kuantitatif. Pendekatan kualitatif mengandalkan penilaian subyektif terhadap suatu masalah, sedangkan pendekatan kuantitatif mendasarkan keputusan pada penilaian obyektif yang didasarkan pada model matematika yang

dibuat. Pendekatan kualitatif adalah pendekatan yang didasari oleh analisis sosial non matematis yang tidak sampai melakukan perhitungan secara nominal, tetapi keputusan yang dibuat tetap mampu mendapatkan kualitas mendekati ilmiah.

Selain itu, Chaniago (2017) menerangkan bahwa terdapat beberapa teknik yang bisa digunakan dalam pengambilan keputusan, di antaranya Teknik Pengambilan Keputusan Kreatif, yakni pendekatan yang mengupayakan segala sesuatu untuk mendukung seseorang didalam pengambilan keputusan kreatif. Beberapa usaha sudah diambil dalam merumuskan pedoman umum sebagai cara memotivasi kreativitas individu. Kemudian Teknik Partisipatif yakni sebuah teknik yang melibatkan partisipasinya seseorang ataupun sekelompok orang didalam proses penetapan kebijakan. Pada teknik ini memiliki sifat baik formal maupun informal serta melibatkan intelektual dan emosional sebagaimana kesertaan phisik. Tingkat partisipasi dalam penetapan kebijakan bervariasi dari satu ekstrim, di mana partisipasi artinya bahwa setiap individu yang terkait dan terkena dampak keputusan tersebut ikut terlibat. Pada praktiknya, tingkat partisipasi ditetapkan oleh berbagai faktor, seperti siapakah yang menyampaikan gagasan, bawahan seperti apa yang melakukan pengambilan keputusan diagnosis, pengembangan alternatif, evaluasi dan estimasi konsekuensi dari setiap alternatif dan pembentukan pilihan dan seberapa besar pengaruh pelaksana terhadap gagasan tersebut. Begitu tinggi beberapa faktor tersebut, begitu besar pula partisipasinya. Selanjutnya Teknik Pengambilan Keputusan Modern, Di era komputer sekarang, beragam metode penetapan kebijakan kuantitatif sudah sangat canggih dan banyak digunakan di beragam jenis kebijakan rutin serta kadangkala berisiko. Namun hasil perhitungan kuantitatif sebaiknya cuma dipergunakan sebagai bahan peninjauan atau informasi didalam penetapan kebijakan, utamanya bagi kebijakan mendasar yang berisiko atau tak memiliki kepastian. Teknik Pengambilan Keputusan Minout, menyatakan bahwa “Proses minout pada dasarnya merupakan proses rasional dalam pengambilan keputusan, dengan menerapkan empat proses dasar yang rasional dalam penggunaan dan penyebaran informasi mengenai masalah organisasi”. Selain itu Minout Process merupakan pendekatan sistematis yang memanfaatkan sebaik-baiknya 4 pola pikir manusia, yaitu memberikan penilaian serta memberikan penjelasan, sebab akibat, menentukan pilihan, dan melakukan antisipasi terhadap hari yang akan datang (Haudi, 2021: 96).

Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan teknik pengambilan keputusan Minout yang memfokuskan pada pola berfikir manusia ketika melakukannya. Faktor yang mempengaruhi pembentukan preferensi seseorang hingga mereka mengambil keputusan mencakup pengalaman personal, pengaruh orang terdekat, pengaruh budaya, pengaruh media massa, institusi pendidikan, organisasi keagamaan dan pengaruh emosional.

Preferensi

Makna preferensi dalam Kamus Ilmiah Populer Lengkap adalah pilihan keadaan yang lebih disukai (Hamid, 2015). Preferensi dimaknai sebagai kecenderungan seseorang untuk memilih atau mengutamakan sesuatu (Wahyuningsih, 2014). Sementara Erinda (2016) dalam penelitiannya mendefinisikan preferensi sebagai proses memilih informasi atau sesuatu hal yang lebih disukai oleh konsumen.

Menurut Kotler preferensi konsumen menunjukkan kesukaan konsumen dari berbagai pilihan produk jasa yang ada. Preferensi merupakan kesukaan (kecenderungan hati) kepada sesuatu. Preferensi juga diartikan sebagai pilihan suka atau tidak suka oleh seseorang terhadap suatu produk, barang atau jasa yang dikonsumsi (Setiadi, 2013).

Dalam penelitian ini preferensi yang dimaksud adalah preferensi yang dimiliki oleh pengurus koperasi konvensional terhadap koperasi syariah apakah dengan adanya perbedaan dari faktor faktor yang ada menyebabkan mereka untuk mengubah koperasi konvensional menjadi koperasi syariah.

Koperasi

Koperasi adalah badan usaha yang beranggotakan orang perseorangan atau badan hukum koperasi dengan melandaskan kegiatan yang berlandaskan prinsip koperasi sekaligus gerakan ekonomi rakyat berdasarkan atas asas kekeluargaan sebagaimana yang dimaksud dalam peraturan perundang-undangan perkoperasian (Amrullah, 2020). Koperasi merupakan bagian yang tidak terpisahkan dari sistem perekonomian nasional. Oleh karena itu, koperasi tidak hanya menjadi amanah konstitusi namun menjadi harapan bagi pengembangan ekonomi masyarakat. Moh. Hatta yang dikenal sebagai Bapak Koperasi Indonesia pernah meyakini bahwa koperasi adalah satu-satunya alat produksi (Basuki, 2015). Tujuan dari koperasi adalah memajukan kesejahteraan anggota dan masyarakat, ikut membangun tatanan perekonomian nasional dalam rangka mewujudkan masyarakat yang maju, adil dan makmur berdasarkan Pancasila.

Koperasi syariah ialah lembaga usaha yang anggotanya pada aktivitasnya berlandaskan prinsip syariah dan pergerakan ekonomi atas dasar asas kekeluargaan. Prinsip operasional koperasi syariah ialah mewujudkan kesejahteraan (falah) untuk seluruh anggotanya melalui prinsip tolong menolong demi kebaikan bersama (altaawun al-birri). Prinsip ini diinternalisasikan dalam operasional manajemen, produk, jasa dan hukum, sehingga pelaku dan objek saling memperoleh manfaat. Tujuan koperasi untuk meningkatkan kesejahteraan para anggota yang mencakup perseorangan, yakni orang-orang yang secara senang hati bergabung dengan koperasi serta badan hukum koperasi, yakni koperasi syariah yang cakupan anggotanya luas. (Sofiani, 2014).

Dukungan Regulasi

Dukungan Regulasi didasarkan pada fakta bahwa pemerintah memberikan dukungan dalam bentuk kebijakan dan peraturan, seperti yang tercantum dalam Peraturan Pemerintah Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah Republik Indonesia Nomor 16/Per/M.Kukm.IX/2015. Kebijakan ini berkaitan dengan pelaksanaan kegiatan usaha simpan pinjam dan pembiayaan syariah oleh koperasi. Dukungan regulasi dari pemerintah adalah variabel independen yang diasumsikan berpengaruh terhadap preferensi pengurus koperasi. Selain kebijakan dan peraturan, pemerintah juga memberikan dukungan dalam bentuk pelatihan, khususnya pelatihan terkait sistem syariah. Pelatihan ini bisa meningkatkan pemahaman dan pengetahuan tentang koperasi syariah yang dapat mempengaruhi preferensi pengurus koperasi.

Pengurus koperasi akan mempertimbangkan faktor dari dukungan regulasi. Ini mencakup kebijakan dan peraturan yang diberlakukan oleh pemerintah, seperti yang dijelaskan dalam Peraturan Pemerintah Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah Republik Indonesia. Dukungan regulasi ini dapat berdampak pada keberlanjutan dan keuntungan koperasi, sehingga menjadi pertimbangan penting dalam pengambilan keputusan. Selanjutnya pengurus koperasi akan mengevaluasi pelatihan yang disediakan oleh dinas koperasi. Pelatihan ini terkait dengan pemahaman tentang sistem syariah. Pengurus akan mempertimbangkan sejauh mana pelatihan ini dapat meningkatkan pengetahuan mereka tentang koperasi syariah dan apakah itu akan menguntungkan bagi koperasi. Penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Zulhelmi (2021) menyatakan bahwa peluang konversi koperasi Pegawai Negeri dari konvensional ke syariah di Kabupaten Solok sangat besar. Ini disebabkan oleh antusiasme anggota koperasi yang ingin pindah dari konvensional ke syariah, serta dukungan dari pengambil kebijakan dan stakeholder di Kabupaten Solok.

H1: Dukungan Regulasi Berpengaruh Terhadap Preferensi Pengurus Koperasi Konvensional Untuk Beralih Ke Koperasi Syariah

Promosi

Promosi memiliki peran utama dalam mengenalkan, memberikan informasi, dan mengedukasi konsumen tentang manfaat suatu produk. Tujuan dari promosi adalah untuk mendorong konsumen agar dapat membeli produk yang sedang dipromosikan. Tujuan promosi tidak hanya tentang memberikan informasi, tetapi juga tentang mempengaruhi, membujuk dan mengingatkan konsumen tentang perusahaan dan produknya. Dengan menginformasikan dan mempengaruhi konsumen, perusahaan berharap dapat meningkatkan penjualan produk mereka. Jenis media yang dapat digunakan untuk promosi, baik media cetak maupun media elektronik, menunjukkan bahwa perusahaan memiliki beragam pilihan dalam melaksanakan promosi. Ini memungkinkan perusahaan untuk menyesuaikan strategi promosi mereka dengan target audiens dan tujuan yang ingin dicapai.

Promosi berpengaruh terhadap preferensi pengurus koperasi konvensional beralih ke koperasi syariah. Dalam penelitian Erliana (2021) bahwa “media promosi brosur koperasi KUD Berkah Damandiri tidak berpengaruh dengan minat anggota koperasi dan tidak signifikan, karena pada saat kepercayaan anggota koperasi menurun, menurunnya semangat marketing, juga tidak sesuai dengan kriteria media promosi brosur yang kurang menarik serta anggota lebih tertarik dengan promosi secara langsung”.

H2: Promosi Berpengaruh Terhadap Preferensi Pengurus Koperasi Konvensional Beralih Ke Koperasi Syariah

Informasi

Dalam konteks pengetahuan konsumen adalah elemen penting yang memengaruhi cara mereka memahami manfaat dan keuntungan yang dapat diperoleh dari produk atau layanan tertentu. Kemudian pengetahuan yang lebih tinggi dapat juga mempengaruhi minat seseorang. Ini berarti bahwa individu yang memiliki pengetahuan yang lebih baik tentang koperasi syariah dan konvensional cenderung memiliki minat yang lebih besar dalam memilih atau beralih ke

koperasi syariah. Pengetahuan dapat mengarah pada pemahaman yang lebih baik tentang manfaat yang ditawarkan oleh koperasi syariah. Pemahaman yang lebih baik memungkinkan individu untuk lebih mudah mempertimbangkan manfaat dan keputusan yang terkait dengan bergabung ke koperasi syariah, daripada koperasi konvensional.

Informasi yang dimiliki konsumen dapat diartikan sebagai pengetahuan konsumen mengenai berbagai macam produk dan jasa, informasi yang berhubungan dengan fungsinya sebagai konsumen (Sumarwan, 2014: 147). Salah satu faktor yang mampu mempengaruhi minat seseorang adalah pengetahuan yang tinggi. Pengetahuan lebih mengarah kepada pemahaman, dengan adanya pemahaman yang baik akan mampu mengukur besarnya manfaat yang diperoleh sehingga akan lebih mudah dalam memilih dan mempertimbangkan dalam pengambilan keputusan,

Informasi (pengetahuan) adalah faktor yang memengaruhi proses pengambilan keputusan individu dalam konteks ini. Lebih khusus, peningkatan pengetahuan tentang koperasi syariah dan konvensional dapat memengaruhi preferensi seseorang untuk memilih koperasi syariah sebagai alternatif yang lebih baik. Ini sesuai dengan teori pengambilan keputusan, di mana informasi adalah salah satu faktor yang dapat memengaruhi cara individu memproses informasi dan membuat keputusan akhir.

Dari hasil penelitian (Lisa, 2015) mengatakan bahwa pengetahuan syariah terbukti memiliki pengaruh terhadap minat berkarir di entitas Syariah. Selanjutnya dari hasil penelitian Apriyana & Hasbi (2020) juga menunjukkan bahwa dukungan regulasi, promosi dan tingkat bagi hasil merupakan faktor yang paling dominan atau faktor utama untuk preferensi koperasi dalam melakukan konversi menjadi koperasi syariah. Sedangkan agama, informasi dan image merupakan faktor pendukung untuk preferensi koperasi dalam melakukan konversi menjadi koperasi syariah.

Jadi, dalam konteks ini variabel dependen "preferensi pengurus koperasi konvensional beralih ke koperasi syariah" dapat dikaitkan dengan teori pengambilan keputusan karena itu mencerminkan hasil dari proses pengambilan keputusan yang dipengaruhi oleh pengetahuan atau informasi yang dimiliki oleh individu atau kelompok.

H3: Informasi Berpengaruh Terhadap Preferensi Pengurus Koperasi Konvensional Untuk Beralih Ke Koperasi Syariah

Tingkat Bagi Hasil

Bagi hasil menurut terminologi asing (Inggris) dikenal dengan profit sharing. Profit sharing dalam kamus ekonomi diartikan pembagian laba. Secara istilah profit sharing diartikan “distribusi beberapa bagian dari laba pada pegawai suatu perusahaan” (Muhamad, 2005). Menurut Adiwarman (2009) bagi hasil adalah “bentuk return (perolehan kembalian) dari kontrak investasi dari waktu ke waktu tidak pasti dan tidak tetap. Bagi hasil merupakan sistem dalam pembagian hasil usaha antara penyedia dana dengan pengelola dana. Jika bank konvensional membayar bunga kepada nasabahnya, maka bank syariah membayar bagi hasil atas keuntungan sesuai dengan kesepakatan. Kesepakatan bagi hasil ini ditetapkan dengan suatu angka tingkat rasio bagi hasil atau nisbah” (Rofiq, 2009).

Dari tulisan diatas menunjukkan bahwa ada pemahaman yang belum cukup jelas di kalangan masyarakat terkait bank syariah dan konsep bagi hasilnya. Pemahaman yang kurang mendalam ini mungkin menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi preferensi pengurus koperasi konvensional untuk beralih ke koperasi syariah. Oleh karena itu, perlu upaya lebih lanjut dalam mengedukasi masyarakat tentang bank syariah dan perbedaannya dengan bank konvensional, serta menjelaskan konsep bagi hasil agar masyarakat dapat membuat keputusan yang lebih rasional terkait pilihan mereka dalam hal keuangan.

Jadi, dalam konteks tulisan ini, teori pengambilan keputusan dapat digunakan untuk menjelaskan dan memahami bagaimana faktor-faktor seperti pengetahuan dan persepsi masyarakat dapat memengaruhi keputusan pengurus koperasi untuk beralih ke model koperasi syariah, yang merupakan variabel dependen dalam penelitian ini. Teori ini dapat membantu dalam menganalisis dinamika pengambilan keputusan yang terlibat dalam perubahan preferensi tersebut.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara umum masyarakat masih kurang pengetahuannya tentang bank syariah sehingga belum bisa membedakan antara bank syariah dan bank konvensional. Masyarakat memandang bahwa bagi hasil pada bank syariah dan bunga pada bank konvensional tidak terdapat perbedaan di dalamnya, dengan alasan bahwa bagi hasil dan bunga bank sama-sama mencari keuntungan (Ropikoh, 2019).

H4: Tingkat Bagi Hasil Berpengaruh Terhadap Preferensi Pengurus Koperasi Konvensional Beralih Ke Koperasi Syariah

Religiusitas

Religiusitas ialah keadaan pada diri individu yang mendorong individu tersebut agar berbuat selaras dengan aturan dan nilai-nilai agamanya. Ini juga mencakup tingkat keyakinan seseorang dalam nilai-nilai agama yang dipraktikkan. Tingkat religiusitas berpengaruh terhadap preferensi pengurus koperasi konvensional untuk beralih ke koperasi syariah. Ini menunjukkan adanya asumsi bahwa orang-orang yang lebih religius cenderung lebih memilih koperasi syariah karena sesuai dengan nilai-nilai agama mereka. Ini adalah asumsi yang relevan dan dapat diuji dalam penelitian.

Teori pengambilan keputusan seringkali melibatkan pertimbangan manfaat yang diperoleh dari setiap pilihan. Dalam penelitian ini, pengurus koperasi mungkin mempertimbangkan manfaat ekonomi, sosial, atau keagamaan yang mereka peroleh dari memilih koperasi syariah atau koperasi konvensional. Tingkat religiusitas dapat memengaruhi bagaimana mereka menilai manfaat dari masing-masing pilihan ini. Individu yang lebih religius mungkin memberi bobot lebih besar pada aspek-aspek keagamaan dalam pengambilan keputusan mereka. Dalam masyarakat yang mayoritas beragama Islam ada kemungkinan bahwa norma sosial atau tekanan sosial dari lingkungan dapat memengaruhi preferensi pengurus koperasi. Tingkat religiusitas dapat berperan dalam sejauh mana mereka merasa terikat pada norma-norma sosial tersebut.

Religiusitas merupakan suatu keadaan dalam diri seseorang yang mendorongnya untuk berperilaku sesuai aturan dan nilai-nilai agamanya (Rahmawati, 2016). Sedangkan Fauzan (2014) menjelaskan bahwa religiusitas sebagai tingkat keyakinan dalam nilai-nilai agama yang

dilakukan oleh seseorang. Religiusitas mengarah pada keyakinan seseorang kepada Tuhannya dan sejauh mana mereka mengikuti jalan yang sudah ditetapkan oleh Tuhannya (Rizal & Amin, 2017).

Hasil penelitian Suprihati (2021) yang menyatakan bahwa “religiusitas tidak berpengaruh signifikan terhadap minat masyarakat untuk menabung di koperasi syariah. Terdapat lima dimensi dalam religiusitas, yaitu dimensi ideologis, ritualistik, eksperensial, intelektual, dan konsekuensi (Ancok, dkk, 2011). Kelima dimensi tersebut untuk mengukur tingkat religiusitas seseorang yang mana setiap orang memiliki tingkat religiusitas yang berbeda beda. Hal tersebut lah yang menjadi faktor sedikitnya jumlah nasabah yang menabung di koperasi syariah dibandingkan dengan koperasi konvensional yang mana seharusnya dengan masyarakat mayoritas beragama Islam membuat jumlah nasabah di koperasi syariah lebih tinggi daripada jumlah nasabah di koperasi konvensional”.

H5: Tingkat Religiusitas Berpengaruh Terhadap Preferensi Pengurus Koperasi Konvensional Beralih Ke Koperasi Syariah

Image

Pengaruh *image* terhadap perusahaan atau produk karena *image* yang baik dapat meningkatkan daya tarik perusahaan atau produk di mata konsumen. *Image* dipengaruhi oleh banyak faktor yang berada di luar kendali perusahaan. Hal ini memahami bahwa tidak semua aspek citra dapat dikendalikan oleh perusahaan itu sendiri dan seringkali faktor eksternal seperti opini masyarakat dan tren pasar juga berperan dalam membentuk *image*. Keperluan membangun *image* yang baik terutama dalam konteks lembaga keuangan seperti koperasi bahwa citra yang baik dapat menarik pelanggan, membangun kepercayaan dan menghasilkan loyalitas pelanggan. Dengan memiliki *image* yang baik dapat membawa dampak positif seperti peningkatan transaksi dan promosi dari mulut ke mulut ini dapat meningkatkan kinerja bisnis.

Dalam konteks teori pengambilan keputusan sebagai variabel dependen, *image* (citra) dan kepercayaan dapat dianggap sebagai salah satu faktor independen yang memengaruhi keputusan individu atau konsumen. *Image* yang baik dan tingkat kepercayaan yang tinggi terhadap suatu perusahaan atau koperasi dapat meningkatkan kemungkinan individu untuk mengambil keputusan positif terkait dengan perusahaan atau koperasi tersebut. Dengan kata lain, variabel dependen (keputusan individu atau konsumen) dalam teori pengambilan keputusan dapat dipengaruhi oleh faktor-faktor seperti *image*, kepercayaan, dan elemen-elemen lain yang dibahas dalam tulisan di atas. Keputusan individu atau konsumen untuk menjadi anggota koperasi, melakukan transaksi dengan koperasi atau mempromosikan koperasi kepada orang lain dapat bergantung pada bagaimana citra dan kepercayaan terhadap koperasi itu dibentuk.

Image (citra) merupakan pandangan seseorang terhadap produk atau perusahaan. *Image* terbentuk atas beberapa faktor salah satunya diluar kontrol perusahaan. Definisi *image* (citra) menurut Kotler (2009) adalah kepercayaan, ide, dan impressi seseorang terhadap sesuatu. *Image* adalah “satu hal yang paling mudah diingat atau dapat diartikan sebagai kepercayaan anggota koperasi sebagai pembeda dari lembaga keuangan lainnya, seperti logo, nama dan lambang khusus”(Apriyana & Hasbi, 2020). *Image* adalah hal yang harus dibangun dengan

baik oleh lembaga keuangan termasuk koperasi karena disaat koperasi memiliki *image* yang bagus maka anggota koperasi tidak akan ragu dalam bertransaksi di koperasi itu sendiri.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa dukungan regulasi, promosi dan tingkat bagi hasil merupakan faktor yang paling dominan atau faktor utama untuk preferensi koperasi dalam melakukan konversi menjadi koperasi syariah. Sedangkan agama, informasi dan *image* merupakan faktor pendukung untuk preferensi koperasi dalam melakukan konversi menjadi koperasi Syariah (Apriyana & Hasbi, 2020).

H6: *Image* Berpengaruh Terhadap Preferensi Koperasi Konvensional Untuk Beralih Ke Koperasi Syariah

Prospek Peluang Pasar

Pembentukan koperasi syariah didasarkan pada potensi ekonomi yang besar. Potensi ini terlihat dalam upaya meningkatkan perekonomian masyarakat, khususnya golongan yang berada di tingkat ekonomi menengah ke bawah. Adanya respons positif dari masyarakat adalah indikasi bahwa inisiatif pendirian koperasi syariah mendapat dukungan luas dari masyarakat. Selain dukungan masyarakat, juga terdapat dukungan kuat dari berbagai aspek, yang mungkin mencakup dukungan dari pemerintah, tokoh masyarakat dan lembaga keuangan lainnya. Dukungan ini akan memudahkan pelaksanaan pendirian koperasi syariah dan membantu dalam pengembangan dan keberhasilannya. Salah satu tujuan utama pembentukan koperasi syariah adalah untuk memudahkan akses kepada modal usaha. Dengan memberikan pinjaman yang lebih mudah, transparan, dan cepat kepada anggotanya. Koperasi syariah dapat membantu masyarakat dalam mengembangkan usaha mereka tanpa memberikan beban tanggungan yang berlebihan kepada peminjam. Hal ini akan mendukung perkembangan ekonomi lokal.

Pembentukan koperasi syariah di Desa Malintang Baru memiliki potensi yang cukup besar, terutama jika fokusnya adalah pada upaya meningkatkan perekonomian masyarakat setempat, khususnya golongan yang berada di tingkat ekonomi menengah ke bawah. Selain itu, respons positif dari masyarakat serta dukungan kuat dari berbagai aspek juga memberikan dorongan yang signifikan terhadap usulan pendirian koperasi berdasarkan prinsip syariah di wilayah tersebut. Inisiatif ini akan memudahkan akses kepada modal usaha melalui pembiayaan yang lebih mudah, transparan, dan cepat, tanpa memberikan beban tanggungan yang berlebihan kepada peminjam (Hafizah, 2021).

Dari penelitian Winaryo (2020) bahwa “Lembaga keuangan (koperasi) syariah belum mampu berkembang dan merebut peluang pasar di kabupaten Pacitan, untuk upaya menumbuhkembangkan lembaga keuangan (koperasi) ini harus di dukung oleh pemerintah dan berbagai pihak agar berjalan optimal dan bisa memberikan kemalahaatan umat”.

H7: Prospek Peluang Pasar Berpengaruh Terhadap Preferensi Pengurus Koperasi Konvensional Beralih Ke Koperasi Syariah

3. METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang digunakan adalah metode kuantitatif dengan teknik analisis regresi linier berganda. Penelitian dilakukan di Provinsi Bengkulu. Teknik pengumpulan data

dilakukan dengan penyebaran kuesioner sebagai alat pengumpul keterangan dan diolah dengan data statistik.

Data diolah dengan teknik regresi linier berganda (multiple regression) dengan menggunakan uji tersebut maka diperlukan uji asumsi klasik. Uji asumsi klasik terdiri dari uji normalitas dalam penelitian ini menggunakan uji *Monte Carlo*, kemudian uji multikolinieritas dan uji heteroskedastisitas. Kriteria pengambilan keputusan uji multikolinieritas adalah jika nilai VIF < 10 atau nilai Tolerance > 0,01, maka dinyatakan tidak terjadi multikolinearitas dan sebaliknya (Ghozali, 2016). Kemudian untuk mendeteksi ada atau tidaknya heteroskedastisitas dalam suatu model regresi linear berganda, maka dilakukan dengan melihat grafik scatterplot atau nilai prediksi variabel terikat yang disebut SRESID dengan residual error ZPRED. Setelah melakukan uji analisis regresi linier berganda maka hasilnya akan menunjukkan nilai signifikansi. Apabila nilai signifikansinya < 0,05 maka hipotesisnya diterima begitupun sebaliknya jika nilai signifikansinya > 0,05 maka hipotesisnya ditolak.

Populasi yang digunakan pada penelitian ini adalah seluruh koperasi di provinsi Bengkulu. Sampel penelitian ini adalah seluruh pengurus koperasi yang mengikuti pelatihan yang diadakan dinas koperasi provinsi Bengkulu dengan jumlah sebanyak 154 responden.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Deskriptif Responden

Responden dalam penelitian ini ada sebanyak 154 orang pengurus koperasi di Provinsi Bengkulu. Untuk melihat reponden penelitian berdasarkan jenis kelamin, umur, alamat asal, jabatan dan jenis koperasi dapat dilihat pada table berikut ini.

Tabel 1. Karakteristik Responden

Item	Frekuensi (orang)	Persentase (%)
Responden Berdasarkan Jenis Kelamin		
Laki-laki	61	39.6%
Perempuan	93	60.4%
Total	154	100%
Responden Berdasarkan Umur		
15-30	54	35.1%
31-45	63	40.9%
46-60	53	22.7%
61-75	2	1.3%
Total	154	100%
Responden Berdasarkan Alamat Asal		
Kab. Kaur	22	14.3%
Kota Bengkulu	36	23.4%
Kab. Bengkulu Tengah	36	23.4%
Kab. Kepahyang		
Kab. Bengkulu Selatan	3	1.9%

Kab. Seluma	14	9.1%
Kab. Bengkulu Utara	14	9.1%
Kab. Lebong	12	7.8%
Kab Rejang Lebong	6	7.1%
Kab. Muko-muko	11	3.9%
Total	154	100%
Responden Berdasarkan Jenis Koperasi		
Koperasi Simpan Pinjam	89	57.8%
Koperasi Jasa	8	5.2%
Koperasi Konsumsi	16	10.4%
Koperasi Serba Usaha	28	18.2%
Koperasi Produksi	13	8.4%
Total	154	100%
Responden Berdasarkan Jabatan		
Ketua	20	13.0%
Sekretaris	23	14.9%
Bendahara	19	12.3%
Anggota	76	49.4%
Staf	6	3.9%
Lainnya	10	6.5%
Total	154	100%

Sumber: Data Primer Diolah, 2023

Dari tabel diatas menunjukkan bahwa sebagian besar responden dalam penelitian ini adalah perempuan dengan jumlah 93 orang (60.4%) selebihnya adalah laki-laki dengan jumlah 61 orang (31.6%). Rata-rata responden yang mengisi kuisioner ini berumur 31 sampai 45 tahun dengan jumlah 63 orang (43.9%). Kemudian alamat asal responden dalam penelitian ini menyebar diseluruh kabupaten di Provinsi Bengkulu dengan mayoritas berasal dari kabupaten Bengkulu Tengah dan Kota Bengkulu dengan jumlah 36 orang (23.4%). Dalam penelitian ini jenis koperasi yang dominan adalah koperasi simpan pinjam dengan jumlah 89 unit (57.8%). Adapun responden dalam penelitian ini terdiri dari ketua, sekretaris, bendahara, anggota, staff dan peran lainnya mayoritas responden yang mengisi kuisioner ini adalah anggota dari koperasi koperasi.

Deskriptif Statistik

Semua kuisioner yang sudah terkumpul ditabulasi dengan tujuan analisis data. Data yang ditabulasi adalah seluruh jawaban atau tanggapan dari responden dari setiap pertanyaan dalam kuisioner. Pertanyaan-pertanyaan yang berkaitan dengan dukungan regulasi, promosi, informasi, tingkat bagi hasil, religi, *image*, prospek peluang pasar dan partipan mereka untuk beralih ke koperasiah syariah. Data tersebut diolah dengan SPSS 21.

Tabel 1. Hasil Uji Deskriptive Statistic

	N	Kisaran Teoritis	Kisaran Aktual	Mean Teoritis	Mean Aktual
Dukungan Regulasi	154	4-16	6-16	10	11.97
Promosi	154	3-12	3-12	7.5	8.46
Informasi	154	3-12	3-12	7.5	8.27
Tingkat Bagi Hasil	154	2-8	2-8	5	6.18
Religi	154	3-12	4-12	7.5	9.14
Image	154	3-12	5-12	7.5	9.14
Prospek Peluang Pasar	154	3-12	3-12	7.5	8.62
Partisipan	154	2-8	2-8	5	5.70

Sumber: Data Primer Diolah, 2023

Tabel uji deskriptif statistik diatas menunjukkan deskriptif variabel-variabel dalam penelitian ini secara statistik. Kisaran teoritis adalah jumlah pertanyaan dengan skor tertinggi sedangkan kisaran aktual adalah nilai skor dari yang terendah sampai dengan nilai skor tertinggi, mean(rata-rata) teoritis merupakan hasil penjumlahan pertanyaan ditambah skor tertinggi dibagi dengan 2.

Dukungan regulasi pada penelitian ini merupakan bantuan atau pendorong yang diberikan melalui kebijakan dan peraturan pemerintah untuk mendukung suatu kegiatan tertentu pada masyarakat. Dari hasil uji deskriptif statistik variabel dukungan regulasi menunjukkan rata-rata aktual sebesar 11.97 yang nilainya lebih besar dari rata-rata teoritis, yaitu 10. Hal ini menunjukkan bahwa dukungan regulasi dari pemerintah sudah diberikan namun belum dirasakan oleh responden.

Promosi adalah kegiatan yang dilakukan untuk memasarkan suatu produk atau jasa dengan tujuan untuk meningkatkan kesadaran dan minat masyarakat pada produk atau jasa tertentu. Dari hasil uji deskripsi statistik data menunjukkan nilai rata-rata aktual promosi sebesar 8.46 yang nilainya lebih besar dari rata-rata teoritis, yaitu 7.5. Hal ini menunjukkan bahwa promosi atau pemasaran sudah sering dilakukan dalam masyarakat untuk meningkatkan kesadaran tentang produk dan jasa yang diberikan dari koperasi syariah. Namun promosi tersebut belum meningkatkan kesadaran dan minat masyarakat terhadap koperasi syariah. Media yang bisa digunakan dalam mempromosikan lembaga keuangan seperti koperasi adalah media cetak dan media elektronik. Ini memungkinkan koperasi untuk dapat menyesuaikan strategi promosi mereka kepada para responden dan tujuan yang ingin dicapai.

Salah satu faktor yang mampu mempengaruhi minat seseorang adalah informasi. Informasi lebih mengarah kepada pemahaman, dengan adanya pemahaman yang baik akan mampu mengukur besarnya manfaat yang diperoleh sehingga akan lebih mudah dalam memilih dan mempertimbangkan dalam pengambilan keputusan, Dari hasil uji deskriptif statistik ini menyatakan bahwa rata-rata aktualnya 8.27 yang nilainya lebih besar dari rata-rata teoritis, yaitu 7.5. Hal ini menunjukkan bahwa responden yang menjawab pertanyaan ini seringkali

menerima informasi mengenai koperasi syariah namun informasi yang diterima belum menambah pemahaman responden terkait koperasi syariah tersebut.

Kemudian variabel tingkat bagi hasil merupakan tingkatan dalam pembagian hasil usaha antara penyedia dana dengan pengelola dana. Dari hasil uji deskriptif statistik diatas menyatakan bahwa rata-rata aktualnya sebesar 6.18 sementara nilai rata-rata teoritisnya 5. Hal ini menyatakan bahwa tingkat bagi hasil yang diterima sudah memberikan keuntungan bagi responden karena dalam koperasi syariah tidak ada pembayaran bunga maka dari itu reponden hanya membayar biaya yang sudah mereka bayarkan di koperasi tersebut.

Variabel religi menjelaskan bahwa tingkat keyakinan seseorang dalam nilai-nilai agama yang dipraktikkan. Dari hasil uji deskriptif statistik menyatakan rata-rata aktual religi sebesar 9.14 nilai ini lebih besar dari nilai rata-rata teoritisnya, yaitu 7.5. Hasil uji ini menunjukkan bahwasanya tingkat keyakinan reponden menyetujui bahwa pengetahuan yang baik tentang nilai-nilai agamanya mereka akan beralih ke koperasi syariah karena disana mereka akan menggunakan sistem ekonominya sesuai dengan nilai-nilai dalam ajaran agama Islam. Terdapat lima dimensi dalam religiusitas, yaitu dimensi ideologis, ritualistik, eksperensial, intelektual, dan konsekuensi (Ancok, dkk, 2011). Kelima dimensi tersebut untuk mengukur tingkat religiusitas seseorang yang mana setiap orang memiliki tingkat religiusitas yang berbeda beda. Hal tersebut lah yang menjadi faktor sedikitnya jumlah nasabah yang menabung di koperasi syariah dibandingkan dengan koperasi konvensional yang mana seharusnya dengan masyarakat mayoritas beragama Islam membuat jumlah nasabah di koperasi syariah lebih tinggi daripada jumlah nasabah di koperasi konvensional”.

Selanjutnya hasil uji deskriptif statistik untuk variabel *image* memberikan rata-rata aktual 9.14 yang lebih besar dari nilai teoritisnya, yaitu 7.5. Hal ini menunjukkan bahwa *image* yang baik dapat meningkatkan daya tarik produk atau jasa di mata reponden. Aspek yang dapat mempengaruhi preferensi seseorang bisa berasal dari opini masyarakat dan *trend* pasar dalam membentuk *image*. Dalam penelitian ini rata-rata nilai aktualnya lebih besar dari rata-rata teoritis maka dapat disimpulkan bahwa *image* koperasi syariah dimata responden sudah baik tetapi *image*-nya masih perlu ditingkatkan agar bisa membawa dampak positif seperti peningkatan transaksi dan promosi dari mulut ke mulut ini dapat meningkatkan kinerja bisnis.

Prospek peluang pasar pembentukan koperasi syariah didasarkan pada potensi ekonomi yang besar. Potensi ini terlihat dalam upaya peningkatan perekonomian di masyarakat. Adanya respons positif dari masyarakat merupakan indikasi pendirian koperasi syariah mendapat dukungan luas dari masyarakat. Selain dukungan masyarakat, juga terdapat dukungan dari berbagai aspek, yang mungkin mencakup dukungan dari pemerintah, tokoh masyarakat dan lembaga keuangan lainnya. Dilihat dari hasil uji deskriptif statistik menunjukkan nilai rata-rata aktual 8.62 nilai ini lebih besar dari rata-rata teoritis, yaitu 7.5. Dari nilai tersebut menunjukkan bahwa sudah ada prospek peluang pasar yang dirasakan oleh responden.

Kemudian hasil uji deskriptif statistik untuk variabel partisipan menunjukkan rata-rata aktual sebesar 5.70 yang nilainya lebih besar dari rata-rata teoritisnya, yaitu 5. Hal ini menunjukkan bahwa responden dalam penelitian ini sudah berniat untuk beralih ke koperasi syariah tetapi masih ada reponden yang belum meyakini untuk beralih ke koperasi syariah.

Uji Normalitas

Tabel 2. Hasil Uji Normalitas dengan Monte Carlo

		Unstandardized Residual
N		154
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	0,0000000
	Sid.	1.04699408
Asymp Sig (2-tailed)		0,032
Monte Carlo Sig (2-tailed)	Sig	0,324

Sumber: Data Primer Diolah, 2023

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan *exact test Monte Carlo* dalam melakukan pengujian *Kolmogorav-Smirnov*. Menurut Ghazali (2018), dasar pengambilan keputusan untuk uji normalitas menggunakan *exact test Monte Carlo* adalah sebagai berikut: a) apabila probabilitas signifikansi lebih besar daripada 0,05 maka data yang sedang di uji terdistribusi secara normal, b) apabila probabilitas signifikansi lebih kecil sama dengan 0,05 maka data yang sedang diuji tidak terdistribusi secara normal.

Didapat nilai “*Monte Carlo*” Sig (2 tailed) sebesar 0,324 yang lebih besar dari tingkat signifikan 0,05 dapat disimpulkan bahwa data dalam penelitian ini terdistribusi secara normal.

Tabel 3. Hasil Uji Heteroskedastisitas dan Multikolinearitas

	Sig.	Tolerance	VIF
Dukungan Regulasi	0.646	0.718	1.393
Promosi	0.678	0.449	2.229
Informasi	0.104	0.512	1.952
Tingkat Bagi Hasil	0.828	0.942	1.061
Religi	0.273	0.767	1.304
Image	0.009	0.689	1.451
Prospek Peluang Pasar	0.228	0.632	1.583

Sumber: Data Primer Diolah, 2023

Nilai *Varian Inflation Factor* (VIF) kurang dari 10, maka terbebas dari multikolinearitas. Hasil perhitungan nilai VIF menunjukkan tidak ada 1 variabel independen yang memiliki nilai VIF lebih dari 10. Jadi dapat disimpulkan bahwa tidak ada data yang multikolinearitas antar variabel independen dalam model regresi. Maka hasil uji dalam penelitian ini lolos Uji Multikolinearitas.

Hasil uji heteroskedastisitas menunjukkan bahwa ada 1 variabel independen yang tidak signifikansi, yaitu variabel *image* dengan nilai 0,009 secara statistik mempengaruhi variabel

dependen nilai absolut. Hal ini terlihat dari probabilitas signifikansinya kurang dari 5% atau 0,05 jadi dapat disimpulkan model regresi mengandung 1 masalah heteroskedastisitas.

Dari hasil uji heteroskedastisitas dan uji multikolinearitas dapat dilihat bahwa dari data diatas tidak terjadi gejala multikolinearitas dan pada hasil uji heteroskedastisitas terdapat 1 variabel yang memiliki gejala heteroskedastisitas. Jadi, dari hasil uji diatas dapat dilakukan uji Kembali pada penelitian selanjutnya.

Uji Analisis Regresi Liner Berganda

Tabel 4. Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda

	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.	Adjusted R Square
Regression	186.542	7	26.649	23.198	0.000	0.504
Residual	167.718	146	1.149			
Total	354.260	153				

Sumber: Data Primer Diolah, 2023

Dari tabel di atas (*Adjusted R Square*) menyatakan bahwa besarnya pengaruh dukungan regulasi, promosi, informasi, tingkat bagi hasil, religi, *image* dan prospek peluang pasar terhadap preferensi pengurus koperasi untuk beralih dari koperasi konvensional ke koperasi Syariah berpengaruh dengan nilai sebesar 50,4% dan sisanya 49,6% dipengaruhi oleh variabel lain diluar dari penelitian ini.

Secara simultan uji F hitung adalah 23.198 dengan tingkat signifikansi $0,000 < 0,05$ maka dapat disimpulkan secara simultan terdapat pengaruh yang signifikan. Artinya dukungan regulasi, promosi, informasi, tingkat bagi hasil, religi, *image* dan prospek peluang pasar terhadap preferensi pengurus koperasi konvensional bersama-sama mempengaruhi untuk beralih ke koperasi syariah.

Uji Hipotesis (Uji t)

Tabel 5. Hasil Uji Hipotesis (uji t)

	t	Sig.
Dukungan Regulasi	0.837	0.404
Promosi	-1.362	0.175
Informasi	0.256	0.798
Tingkat Bagi Hasil	-0.384	0.702
Religi	3.668	0.000
Image	3.121	0.002
Prospek Peluang Pasar	6.279	0.000

Sumber: Data Primer Diolah, 2023

Pengujian regresi berganda yang dilakukan menghasilkan tingkat signifikansi $0,404 > 0,05$, maka dukungan regulasi tidak berpengaruh signifikan terhadap preferensi pengurus koperasi konvensional untuk beralih ke koperasi syariah. Hal ini tidak sejalan dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Zulhelmi (2021) yang menyatakan bahwa peluang konversi koperasi Pegawai Negeri dari konvensional ke syariah di Kabupaten Solok sangat besar. Ini disebabkan oleh antusiasme anggota koperasi yang ingin pindah dari konvensional ke syariah, serta dukungan dari pengambil kebijakan dan stakeholder di Kabupaten Solok. Sementara antusiasme anggota koperasi konvensional untuk beralih ke koperasi syariah di provinsi Bengkulu masih kecil karena pemerintah di provinsi Bengkulu belum memprioritaskan koperasi syariah sebagai program kerjanya seperti yang dilakukan di kabupaten Solok dan sosialisasi atas regulasi tersebut belum cukup efektif sehingga belum diterima oleh pengurus koperasi.

Hasil signifikansi $0,175 > 0,05$ maka promosi tidak berpengaruh terhadap preferensi pengurus koperasi konvensional untuk beralih ke koperasi syariah. Hal ini sejalan dengan penelitian Erliana (2021) bahwa “media promosi brosur koperasi KUD Berkah Damandiri tidak berpengaruh dengan minat anggota koperasi dan tidak signifikan.”. Menurut Rangkuti (2010) promosi merupakan kegiatan pemasaran untuk memberikan informasi dan mendorong permintaan terhadap produk, jasa dan ide dari perusahaan yang pada penelitian ini mempromosikan produk, jasa dan ide dari koperasi syariah. Maka dari itu media promosi yang digunakan harus lebih dikembangkan lagi. Masih banyak media promosi yang dapat digunakan pada zaman sekarang, misalnya mempromosikan manfaat dari koperasi syariah dengan media sosial, seperti facebook, twitter, dan sebagainya agar seluruh masyarakat yang menyaksikan bisa terpengaruh melalui promosi itu dan masih banyak lagi media promosi yang bisa digunakan untuk menarik minat masyarakat.

Hasil signifikansi $0,798 > 0,05$ maka informasi tidak berpengaruh terhadap preferensi pengurus koperasi konvensional untuk beralih ke koperasi syariah. Hal ini tidak sejalan dengan hasil penelitian Apriyana & Hasbi (2020) bahwa informasi merupakan faktor pendukung untuk preferensi koperasi dalam melakukan konversi menjadi koperasi syariah. maka informasi lebih mengarah kepada pemahaman tentang koperasi syariah dengan adanya pemahaman yang baik akan mampu mengukur besarnya manfaat yang diperoleh sehingga akan lebih mudah dalam memilih dan mempertimbangkan dalam pengambilan keputusan. Informasi dapat diperoleh melalui berbagai media yang semakin canggih di zaman sekarang. Informasi juga bisa di dapat secara langsung ataupun tidak langsung. Dari media tersebut masyarakat mampu memperoleh banyak informasi tentang koperasi syariah.

Hasil signifikansi $0,702 > 0,05$ maka tingkat bagi hasil tidak berpengaruh terhadap preferensi pengurus koperasi konvensional untuk beralih ke koperasi syariah. Kondisi ekonomi, merupakan salah satu faktor yang membuat preferensi responden tetap berada di koperasi konvensional dan pengetahuan responden tentang koperasi syariah masih kurang. Hal ini sejalan dengan penelitian yang menunjukkan bahwa secara umum masyarakat masih kurang pengetahuannya tentang bank syariah sehingga belum bisa membedakan antara bank syariah dan bank konvensional (Ropikoh, 2019). Menurut Sekjen ICMI pusat, koperasi syariah berpijak pada prinsip penyertaan, koperasi syariah juga mendorong terjadinya hubungan ekonomi atau

bisnis atas dasar kemitraan dengan pola bagi hasil bukan hubungan ekonomi atas dasar hutang piutang. koperasi syariah tidak hanya mengalihkan ekonomi berbasis atas hutang-piutang kepada ekonomi yang berbasis atas kemitraan, tetapi juga memegang norma-norma etis dan komitmen sosial, koperasi syariah mendorong tumbuhnya pengusaha, koperasi syariah mendorong terjadinya kegiatan produktif untuk menghasilkan barang dan jasa yang mempunyai nilai ekonomi bagi masyarakat.

Dari variabel religi menunjukkan nilai signifikansinya $0,000 < 0,05$ maka religi berpengaruh positif terhadap preferensi pengurus koperasi konvensional untuk beralih ke koperasi syariah. Hal ini tidak sejalan dengan hasil penelitian Suprihati (2021) yang menyatakan bahwa “religiusitas tidak berpengaruh signifikan terhadap minat masyarakat untuk menabung di koperasi syariah. (Ancok, *et al*, 2011). Jika di lihat dari penelitian di atas maka dapat di buktikan bahwa data religi berpengaruh terhadap preferensi pengurus koperasi konvensional beralih ke koperasi syariah. Sebagai negara dengan populasi muslim terbesar di dunia dan menurut data terakhir sekitar 86.7% dari total penduduk Indonesia, maka sangat memungkinkan masyarakat merasa berkewajiban memahami ilmu-ilmu syariah. Religius merupakan keadaan pada diri seseorang yang mendorong mereka agar berbuat selaras dengan aturan dan nilai-nilai agamanya. Ini menyatakan bahwa individu yang lebih religius cenderung lebih memilih koperasi syariah karena sesuai dengan nilai-nilai agama mereka.

Untuk variabel *image* hasil signifikansi menunjukkan nilai $0,002 < 0,05$ maka *image* berpengaruh positif terhadap preferensi pengurus koperasi konvensional untuk beralih ke koperasi syariah. Hal ini menjelaskan bahwa *image* memiliki pengaruh karena keputusan pengurus untuk beralih ke arah yang lebih baik mereka akan melihat seberapa baik *image* koperasi syariah tersebut di masyarakat. Jika *image* koperasi syariah tidak baik di masyarakat maka pengurus koperasi akan berfikir lagi sebelum beralih. *Image* merupakan salah satu hal yang paling mudah diingat oleh masyarakat atau dapat diartikan sebagai kepercayaan masyarakat sebagai pembeda dari lembaga keuangan lainnya. Image adalah hal yang perlu diperhatikan secara khusus oleh lembaga keuangan seperti koperasi, karena ini akan menjadi penarik di pengurus koperasi untuk memberikan penjelasan kepada anggota koperasi karena koperasi syariah memiliki image yang baik.

Hasil signifikansi menunjukkan nilai $0,000 < 0,05$ maka prospek peluang pasar berpengaruh positif terhadap preferensi pengurus koperasi konvensional untuk beralih ke koperasi syariah. Hal ini tidak sejalan dengan penelitian Winaryo (2020) bahwa “Lembaga keuangan (koperasi) syariah belum mampu berkembang dan merebut peluang pasar di kabupaten Pacitan, untuk upaya menumbuhkembangkan lembaga keuangan (koperasi) ini harus di dukung oleh pemerintah dan berbagai pihak agar berjalan optimal dan bisa memberikan kemalahatan umat”. Pemanfaatan peluang koperasi Syariah diiringi dengan ilmu pengetahuan dan teknologi. Perkembangan IPTEK yang pesat juga mengharuskan masyarakat untuk dapat beradaptasi dengan teknologi terutama kurangnya ilmu pengetahuan di masyarakat tentang teknologi. Pemanfaatan peluang perkembangan IPTEK yang pesat saat ini pengurus koperasi untuk dapat mengadakan digitalisasi koperasi (Octavia, 2022).

5. KESIMPULAN

Penelitian ini bertujuan untuk membuktikan kembali apakah faktor dukungan regulasi, promosi, informasi, tingkat bagi hasil, religiusitas, *image* dan prospek peluang pasar berpengaruh simultan terhadap pengaruh preferensi pengurus koperasi konvensional untuk beralih ke koperasi syariah. Dari hasil uji dalam penelitian ini didapat bahwa faktor dukungan regulasi, promosi, informasi dan tingkat bagi hasil tidak berpengaruh signifikan terhadap preferensi pengurus koperasi konvensional untuk beralih ke koperasi syariah. Sementara religi, *image* dan prospek peluang pasar berpengaruh signifikan terhadap preferensi pengurus koperasi untuk beralih ke koperasi syariah.

Implikasi dari penelitian ini adalah untuk menunjukkan bahwa variabel religi, *image* dan prospek peluang pasar berpengaruh positif terhadap preferensi pengurus koperasi konvensional untuk beralih ke koperasi syariah. Oleh karena itu, pengurus koperasi konvensional perlu diberikan wawasan yang lebih luas untuk mendalami tentang koperasi syariah agar pengurus koperasi dapat memberikan wawasan kepada anggota koperasi lainnya. Sesuai dengan tujuan dari penelitian ini bahwa koperasi syariah harus lebih berkembang dibandingkan koperasi konvensional karena mayoritas penduduk di provinsi Bengkulu memeluk agama Islam. Jadi untuk meningkatkan jumlah koperasi syariah di provinsi Bengkulu pengurus koperasi dapat lebih meningkatkan variabel religi, *image* dan prospek peluang pasar sehingga religi, *image* dan prospek peluang pasar dapat mempengaruhi preferensi anggota koperasi untuk dapat lebih memahami tentang koperasi syariah.

Keterbatasan dalam penelitian ini adalah hasil uji heteroskedastisitas menunjukkan bahwa ada 1 variabel independen yang tidak signifikan, yaitu variabel *image* dengan nilai 0,009 secara statistik mempengaruhi variabel dependen nilai absolut. Hal ini terlihat dari probabilitas signifikansinya kurang dari 5% atau 0,05 jadi dapat disimpulkan model regresi mengandung 1 masalah heteroskedastisitas. Diharapkan dari penelitian ini Dinas Koperasi Provinsi Bengkulu dapat mengoptimalkan dukungan regulasi dalam pembinaan dan sosialisasi terkait koperasi syariah di Provinsi Bengkulu pada stakeholder agar dapat dipahami manfaat dari koperasi syariah. Kemudian saran bagi peneliti selanjutnya diharapkan peneliti selanjutnya dapat menemukan faktor lain yang mempengaruhi minat seseorang untuk beralih ke koperasi syariah.

REFERENSI

- (Kemendagri), K. D. N. (2021). Mayoritas Penduduk Bengkulu Beragama Islam pada Juni 2021. *Databooks.Katadata.Co.Id*, 2021.
[https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/09/15/mayoritas-penduduk-jawa-tengah-beragama-islam-pada-juni-2021#:~:text=Direktorat Jenderal Kependudukan dan Pencatatan,97%2C26%25\) beragama Islam.](https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/09/15/mayoritas-penduduk-jawa-tengah-beragama-islam-pada-juni-2021#:~:text=Direktorat Jenderal Kependudukan dan Pencatatan,97%2C26%25) beragama Islam.)
- Adiwarman A.Karim. (2009). *Bank Islam Analisis Fiqih dan Keuangan*. Raja Grafindo.
- Ahmad Rofiq. (2009). *Fiqh Kontekstual dari Normatif ke Pemaknaan Sosial*. Pustaka Belajar.

- Aji Basuki, R. (2015). Analisis Penerapan Prinsip-Prinsip Koperasi Dalam Undang-Undang Koperasi (Studi Undang-Undang No. 25 Tahun 1992 dan Undang-Undang No.17 Tahun 2012). *Jurnal Pembaharuan Hukum*, II(1), 138–147.
- Amrullah, M. B. R. (2020). Analisis Kritis Hadist Tentang Sifat Mukmin dengan Pendekatan Simultan dan Perspektif Multikultural. *Akademika*, 13(02). <https://doi.org/10.30736/adk.v13i02.125>
- Ancok, Djamaluddin & Suroso, F. N. (2011). *Psikologi Islami*.
- Apriyana, M., & Hasbi, S. (2020). Preferensi Koperasi Dalam Melakukan Konversi Menjadi Koperasi Syariah: Studi Kasus Pada Koperasi di Wilayah Bogor. *Journal of Islamic Economics and Finance Studies*, 1(2), 173–190. <https://doi.org/10.47700/jiefes.v1i2.2115>
- Bella Erliana, S. (2021). *Penerapan Media Promosi Terhadap Minat Anggota Koperasi Kud Berkah Damandiri Pesantren*. 6.
- Bengkulu, P. P. (2021). *Dinas Koperasi , Usaha Kecil Dan Menengah Provinsi Bengkulu Pemerintah Provinsi Bengkulu*.
- Chaniago, A. (2017). *Teknik Pengambilan Keputusan (Pendekatan Teori Studi Kasus) by Dr. Aspizain Chaniago, S.Pd, M.Si*. 1–88.
- Erinda, A., Kumadji, S., & Sunarti. (2016). Studi Terhadap Pe langgan McDonald ' s di Indonesia dan Malaysia. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 30(1), 87–95.
- Fauzan. (2014). Hubungan Religiusitas Dan Kewirausahaan: Sebuah Kajian Empiris Dalam Perspektif Islam. *Jurnal Modernisasi*, 147–157.
- Ghozali. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25* (Edisi 9). Badan Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23* (Edisi 8). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hamid Farida. (2015). *Kamus Ilmiah Populer Lengkap* (p. 640). Apollo.
- Haudi, S.Pd., M.M., D. B. A. (2021). *Teknik Pengambilan Keputusan* (Helwig, Na). Insan Cendikia Mandiri.
- Heny Kristiana Rahmawati. (2016). Kegiatan Religiusitas Masyarakat Marginal Di Argopuro. *Jurnal Community Development*.
- Koperasi, D., Kecil, U., Barat, P. S., Pertanian, K., Perkebunan, K., Peternakan, K., Nelayan,

- K., & Kehutanan, K. (2020). *Rekapitulasi Data Koperasi Tingkat Provinsi Tahun Buku : 2020. 11*, 0–1.
- Kotler, P. (2009). *Management Pemasaran*. Jakarta Image.
- Latifa, T., Fuad, Z., & Amanatillah, D. (2021). Analisis Persepsi Konversi Koperasi Syariah (Studi pada Stakeholder dan Anggota Koperasi Pegawai Republik Indonesia (KP-RI) Beringin Pemerintah Kota Banda Aceh). *Ekobis Syariah*, 5(2), 29. <https://doi.org/10.22373/ekobis.v5i2.11552>
- Lisa, F. &. (2015). *Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Minat Mahasiswa Akuntansi Universitas Bengkulu Berkarir Di Entitas Syariah*.
- Muhamad. (2005). *Sistem dan Prosedur Operasional Bank Syariah*. UII PRES.
- Octavia, F. Z. (2022). Peluang Koperasi Syariah terhadap UMKM pada Masa Pandemi Covid-19. *Al-Kharaj : Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 4(5), 1343–1352. <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v4i5.932>
- Pemerintah Kabupaten Rejang Lebong. (2020). *Cooperatives & UKM-2020*. https://statistik.rejanglebongkab.go.id/kop/kopumkm_print/2020
- Rangkuti, F. (2010). Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis. In *PT Gramedia Pustaka Utama*. PT Gramedia Pustaka Utama.
- Rizal, H., & Amin, H. (2017). Perceived ihsan, Islamic egalitarianism and Islamic religiosity towards charitable giving of cash waqf. *Journal of Islamic Marketing*, 669–685. <https://doi.org/10.1108/JIMA-05-2015-0037>
- Ropikoh. (2019). Persepsi masyarakat tentang bagi hasil pada bank syariah (Studi Kasus Kelurahan Cimuning Kecamatan Mustika Jaya Kota Bekasi). *JAK (Jurnal Akuntansi) Kajian Ilmiah Akuntansi*, 10(1), 55–56.
- Salwa Hafizah. (2021). *Peluang Pembentukan Koperasi Syariah Pada Masyarakat di Desa Malintang Baru Kecamatan Gambut Kabupaten Banjar*. 6.
- Sari*, I. P., Bahari, K. M., Syamsir, S., & Frinaldi, A. (2023). Analisa Kebijakan Publik terhadap UMKM. *JIM: Jurnal Ilmiah Mahasiswa Pendidikan Sejarah*, 8(2), 552–559. <https://doi.org/10.24815/jimps.v8i2.24717>
- Setiadi, N. J. (2013). Perilaku Konsumen. *Perilaku Konsumen*, 10.
- Sofian. (2018). *Koperasi Syariah Sebagai Solusi Keuangan Masyarakat :*
- Sofiani, T. (2014). *Konstruksi Norma Hukum Koperasi Syariah Dalam Kerangka Sistem*

Hukum Koperasi Nasional. 12, 1–23.

- Sumarwan, U. (2014). *Perilaku Konsumen: Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran* (keua). Ghalia Indonesia.
- Suprihati, S., Sumadi, S., & Tho'in, M. (2021). Pengaruh Religiusitas, Budaya, Pengetahuan Terhadap Minat Masyarakat Menabung di Koperasi Syariah. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 7(1), 443. <https://doi.org/10.29040/jiei.v7i1.1627>
- Syamsul Hilal, Ainul Fitri, L. E. (2022). Pengaruh Literasi Keuangan Syariah Terhadap Kinerja Koperasi Syariah Di Indonesia Syamsul. *Jurnal Akuntansi Dan Pajak*, 23(1), 1–5.
- Tirza Kurniawan. (2023). *Dinas Koperasi Dan UMKM Provinsi Bengkulu Mendorong Pelaku UMKM Serta Koperasi Menerapkan Konsep Syariah*. Radio Republik Indonesia. <https://www.rri.co.id/bengkulu/daerah/250877/dinas-koperasi-dan-umkm-provinsi-bengkulu-mendorong-pelaku-umkm-serta-koperasi-menerapkan-konsep-syariah>
- Wahyuningsih, S. (2014). Preferensi Konsumen Terhadap Jasa Pos Di Yogyakarta. *Jurnal Penelitian Pos Dan Informatika*, 4(1).
- Winaryo. (2020). *Analisis Perkembangan Koperasi Syariah*.
- Zulhelmi. (2021). Peluang dan Tantangan Konversi KPN Kementrian Agama Kabupaten Solok Syariah: Analisis SWOT. *Jurnal Tamwil: Jurnal Ekonomi Islam*, 7(1), 1–9.
- <https://www.rri.co.id/bengkulu/daerah/250877/dinas-koperasi-dan-umkm-provinsi-bengkulu-mendorong-pelaku-umkm-serta-koperasi-menerapkan-konsep-syariah>, diakses pada 04 September 2023.
- <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/10/12/mayoritas-penduduk-bengkulu-beragama-Islam-pada-juni-2021>, diakses pada 04 September 2023.
- <https://statistik.bengkuluprov.go.id/kop/Kopumkm/2020> , diakses pada 23 September 2023
- <https://statistik.bengkuluprov.go.id/kop/Kopumkm/2017>, diakses pada 23 September 2023