

Pengaruh Religiusitas Terhadap Minat Masyarakat Menggunakan Produk Perbankan Syariah di Kota Pekanbaru

¹Usnan Usnan

¹IAI Dar Aswaja Rokan Hilir

²Universitas Pahlawan Tuanku Tambusai

*Koresponden: unanusnan32@gmail.com

Abstrak

Tujuan - Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh religiusitas terhadap minat masyarakat menggunakan produk Bank Syariah di kota Bandar Pekanbaru.

Metode – Penelitian ini menggunakan teknik purposive sampling dalam menentukan sampel dan diperoleh sampel 100. Pengujian instrumen dilakukan dalam penelitian ini, setelah itu peneliti menggunakan metode regresi linier sederhana untuk menguji hipotesis penelitian.

Hasil – Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel religiusitas dapat mempengaruhi minat masyarakat menggunakan produk bank syariah sebesar 20,3%. Dengan hasil analisis yang menunjukkan bahwa variabel religiusitas memiliki nilai signifikansi 0,000 yang berarti variabel religiusitas memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat masyarakat menggunakan produk bank syariah.

Originalitas (Novelty) - Penelitian ini berusaha mengungkap pengaruh religiusitas yang dimiliki oleh nasabah terhadap minat dalam menggunakan produk perbankan syariah.

Implikasi – Hasil ini memberikan peluang kepada Bank Syariah Mandiri untuk meningkatkan sosialisasi produk bank syariah kepada masyarakat. Karena, semakin meningkatnya religiusitas maka kecenderungan masyarakat berminat untuk menggunakan produk bank syariah semakin meningkat.

Kata Kunci: Religiusitas, Minat Masyarakat, Bank Syariah.

Abstract

Purpose – This research aims to determine the influence of religiosity on people's interest in using Sharia Bank products in the city of Bandar Pekanbaru.

Method – This research used a purposive sampling technique to determine the sample and obtained a sample of 100. Instrument testing was carried out in this research, after that the researcher used a simple linear regression method to test the research hypothesis.

Results – The research results show that the religiosity variable can influence people's interest in using Sharia banking products by 20.3%. The results of the analysis show that the religiosity variable has a significance value of 0.000, which means that the religiosity variable has a positive and significant influence on people's interest in using Sharia banking products.

Originality (Novelty) – This research seeks to reveal the influence of customers' religiosity on their interest in using Sharia banking products.

Implications – These results provide an opportunity for Bank Syariah Mandiri to increase the socialization of Sharia banking products to the public., as religiosity increases, the tendency for people to be interested in using Sharia banking products increases.

Keywords: Religiosity, Community Interest, Sharia Bank.

Cara Sitasi: Usnan Usnan. (2024). Pengaruh Religiusitas Terhadap Minat Masyarakat Menggunakan Produk Perbankan Syariah di Kota Pekanbaru. *Money: Journal of Financial and Islamic Banking*. 2 (1), 106-111.

PENDAHULUAN

Indonesia sebagai negara dengan jumlah umat muslim di dunia tentunya menjadi pasar industri syariah yang menjanjikan (Husain, 2021). Hal ini dirasakan dengan terus berkembangnya di seluruh sektor industri syariah mulai dari makanan halal, pariwisata halal, fasion dan keuangan syariah. Industri keuangan syariah di Indonesia memiliki

perkembangan yang terus meningkat. Sehingga Indonesia diperkirakan mampu mengembangkan keuangan syariah dengan potensi yang besar (Otoritas Jasa Keuangan, 2019). Bank syariah sebagai lembaga keuangan syariah yang memiliki fungsi sebagai penghimpun dan meyalurkan dana atau jasa yang berasaskan keadilan, transparansi dan universal dengan landasan al-Qur'an dan hadist (Muhammad, 2015). Bank syariah mempunyai hukum tersendiri dalam sistem yang dijalankan, yaitu melalui akad bagi hasil sebagai pemenuhan kebutuhan permodalan dan akad jual beli sebagai pemenuhan kebutuhan pembiayaan (Koni et al., 2021; Waluyo, 2016). Sehingga, keberadaan bank syariah sangat terasa bagi masyarakat di tengah suku bunga yang fluktuatif, khususnya dalam hal pinjam meminjam, bank syariah pun menjadi pilihan atas segala keraguan yang dialami oleh masyarakat (Vebitia & Bustamam, 2017). Kepala Otoritas Jasa Keuangan (OJK) provinsi Riau, Krisna menuturkan bahwa pertumbuhan aset diakselerasikan oleh peningkatnya penghimpunan dana pihak ketiga. Data menunjukkan pertumbuhan aset perbankan syariah provinsi Riau sebesar 18,22% pada tahun 2023, yang mana pada tahun 2018 hanya berada pada angka 2,22% (OJK, 2023). Kota Pekanbaru merupakan ibu kota provinsi yang memiliki aset perbankan syariah terbesar dan berpotensi akan terus bertambah.

Menurut Keputusan Menteri Keuangan Republik Indonesia No. 792 Tahun 1990, lembaga keuangan adalah suatu badan yang kegiatannya di bidang keuangan yang menghimpun dan menyalurkan dana kepada masyarakat, terutama untuk pembiayaan investasi usaha (Abdurohman & Hakim, 2021). Meskipun peraturan ini mengutamakan lembaga keuangan dalam pembiayaan investasi usaha, namun tidak membatasi kegiatan pembiayaan lembaga keuangan. Padahal, kegiatan usaha lembaga keuangan dapat dinilai dari investasi usaha, kegiatan konsumsi, dan distribusi barang dan jasa (Ahyar & Abdullah, 2020). Salah satu sektor LKS yang berkembang di Indonesia adalah perbankan syariah. Perbankan syariah seperti solusi bagi umat Islam yang ingin menghindari perbankan tradisional dengan suku bunga tinggi dalam operasionalnya (Nasrullah dkk, 2020). Beberapa faktor yang melatarbelakangi preferensi nasabah dalam memilih bank syariah berasal dari luar dan dari nasabah itu sendiri (Dewi, 2020). Faktor emosional berupa tingkat religiusitas yaitu dengan menghindari riba, dan faktor utama bagi klien untuk menjaga hubungan dengan bank syariah adalah kepatuhan pada prinsip-prinsip Syariah (Fauzi & Murniawaty, 2020). Klien memutuskan untuk mempertahankan bank syariah sehubungan dengan masalah iman dan keyakinan dalam larangan riba. Faktor agama sangat mempengaruhi keputusan nasabah dalam memilih bank syariah.

Religiusitas adalah sikap atau kesadaran yang muncul dari suatu keyakinan atau keyakinan terhadap suatu agama (Desiana & Putri, 2018). Sikap beragama adalah suatu kondisi yang ada pada diri seseorang yang mendorongnya untuk bertindak sesuai dengan tingkat ketaatannya terhadap agama (Anggraini, 2020). Tentu saja, orang yang sangat religius lebih cenderung mengandalkan ajaran agama ketika melakukan aktivitas perdagangan. Motif untung dan rugi sangat penting secara ekonomi dalam melakukan praktik bisnis (Fahmi dkk, 2019). Produk yang berbasis syariat Islam tentunya dapat menarik minat nasabah untuk bergabung atau menabung di bank syariah, terutama di masyarakat Indonesia yang mayoritas beragama Islam. Salah satu bank syariah yang telah

memperkenalkan produk bagi hasil adalah Bank Syariah Indonesia. Bank Syariah Indonesia (BSI) merupakan salah satu bank yang menggunakan sistem operasi berdasarkan prinsip syariah. Sistem Syariah yang dijalankan oleh BSI sesuai dengan Syariah Islam, yang pengoperasiannya disetujui oleh Dewan Syariah Nasional (DSN) dan yang pelaksanaannya diawasi oleh Dewan Pengawas Syariah (DPS).

METODE

Penelitian ini merupakan penelitian lapangan (field research). Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah jenis penelitian deskriptif kuantitatif. Penelitian kuantitatif yaitu metode penelitian yang dipakai pada penelitian ini. Metode kuantitatif yaitu suatu metode analisisnya data-data numerical atau angka yang diolah dengan menggunakan metode statistika (Suranto, 2019). Penelitian ini dilaksanakan di Pondok Modern Al-Kautsar yang beralamat di Jl. Hangtuah KM 6, Kecamatan Pekanbaru Riau.

Adapun populasi dalam penelitian ini adalah seluruh guru di lingkungan Pondok Modern Al-Kautsar Pekanbaru tahun 2021 yang berjumlah 54 orang. Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiyono, 2013). Dari jumlah populasi tersebut, maka seluruh populasi akan dijadikan sampel dengan menggunakan teknik *total sampling*.

Uji instrument

Validitas adalah kebenaran dan keabsahan instrumen penelitian yang digunakan, untuk mengetahui sah atau tidak valid nya suatu kuesioner. Item kuesioner/Instrumen dikatakan valid jika instrumen tersebut mengukur apa yang diukur pada uji validitas suatu variabel dikatakan valid jika memberi nilai. Uji reliabilitas digunakan teknik Cronbach Alpha dimana instrumen dapat dikatakan handal atau reliabel bila memiliki koefisien kehandalan sebesar $> 0,6$ (Siregar, 2014). Uji reliabilitas dilakukan untuk menjamin instrumen yang digunakan merupakan instrumen handal dan dapat dipercaya.

Regresi Linear Sederhana

Dalam menganalisa permasalahan dan pengujian hipotesis dalam penelitian ini maka peneliti menggunakan analisis regresi linear berganda (*multiple regression*). Rumus untuk regresi linear berganda dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

$Y=a+bX$ Keterangan:

Y= Minat Produk Bnk Syariah

a= Konstanta

b= Koefisien Regresi

X= Religiusitas

Uji Parsial (Uji t)

Uji t dilakukan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat (Riduwan, 2014). Uji T digunakan untuk menguji secara parsial masing-masing variabel. Hasil uji t dapat dilihat pada tabel *coefficients* pada kolom sig (*significance*). Jika probabilitas nilai t atau signifikansi $< 0,05$, maka dapat dikatakan bahwa

terdapat pengaruh antara variabel bebas terhadap variabel terikat secara parsial. Namun, jika probabilitas nilai t atau signifikansi $> 0,05$, maka dapat dikatakan bahwa tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengukuran validitas dilakukan dengan menggunakan rumus *Corrected Item-Total Correlation* dengan taraf signifikan 5 ($\alpha = 0.05$) artinya suatu item dianggap valid jika berkorelasi signifikan terhadap skor total. Jika r hitung $> r$ tabel maka item-item pernyataan dinyatakan valid. Jika r hitung $< r$ tabel maka item-item pernyataan dinyatakan tidak valid. Pengujian validitas selengkapnya dapat dilihat pada Tabel berikut ini:

Tabel 1. uji validitas

Variabel	Corrected Item-	R-tabel	Kesimpulan
R1 (Religiusitas X1)	0.621	0.279	Valid
R2	0.575	0.279	Valid
R3	0.446	0.279	Valid
R4	0.340	0.279	Valid
R5	0.284	0.279	Valid
PS1 (Minat Menggunakan Produk Syariah Y)	0.364	0.279	Valid
PS2	0.750	0.279	Valid
PS3	0.615	0.279	Valid
PS4	0.342	0.279	Valid
PS5	0.582	0.279	Valid

Sumber: data diolah SPSS 25.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh religiusitas terhadap minat menggunakan produk bank syariah Pekanbaru. Berdasarkan hasil pengujian hipotesis dapat dijelaskan sebagai berikut: Hasil penelitian menunjukkan bahwa religiusitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung. Hasil uji statistik yang telah dilakukan menunjukkan nilai t hitung variabel religiusitas sebesar 7,756 dengan taraf signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Pengujian ini membuktikan bahwa religiusitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan produk Pekanbaru untuk menabung di Perbankan Syariah. Hasil penelitian ini telah mendukung penelitian yang dilakukan oleh Purwanto (2016); Triuspitorini (2019); Fauzi & Murniawaty (2020). Hasil penelitian menunjukkan bahwa religiusitas dan tingkat pendapatan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat masyarakat menabung di bank syariah. Namun, Berbeda dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Suprihati et al, (2021) yang menemukan bahwa religiusitas tidak berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah menabung di syariah.

Berdasarkan besarnya nilai korelasi atau hubungan (R) yaitu sebesar 0,732. Kemudian diperoleh nilai koefisien determinasi (R Square) sebesar 0.536. Ini berarti pengaruh variabel independen (religiusitas) terhadap variabel dependen (minat menabung) sebesar 53,6%, sedangkan sisanya sebesar 46,4% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diikutsertakan dalam penelitian ini. Religiusitas dapat mempengaruhi minat masyarakat pada produk syariah untuk menabung di Pekanbaru. Semakin tinggi religiusitas, maka semakin tinggi minat masyarakat Pekanbaru untuk menabung di bank syariah karena guru

berkeyakinan bahwa menabung di bank syariah adalah salah satu cara ketaatan dan keyakinan mendalam setiap individu terhadap aturan-aturan Allah *Subhanahu wa Ta'ala*.

KESIMPULAN

Hasil penelitian menunjukkan adanya hubungan positif antara tingkat religiusitas dan minat masyarakat untuk menggunakan produk perbankan syariah. Dengan kata lain, semakin tinggi tingkat religiusitas seseorang, semakin besar kemungkinan mereka tertarik menggunakan produk perbankan syariah. Dalam konteks ini, dapat dianggap bahwa faktor keagamaan menjadi salah satu motivasi utama yang mendorong masyarakat di Kota Pekanbaru untuk memilih produk perbankan syariah. Hal ini mencerminkan adanya kesadaran dan keinginan masyarakat untuk menjalankan aktivitas keuangan mereka sesuai dengan prinsip-prinsip syariah. Implikasi dari temuan ini adalah bahwa lembaga perbankan syariah dan pihak terkait dapat memperkuat upaya pemasaran dan edukasi untuk meningkatkan pemahaman masyarakat terhadap produk perbankan syariah serta menekankan nilai-nilai keagamaan yang terkait. Namun, perlu dicatat bahwa kesimpulan ini didasarkan pada penelitian spesifik di Kota Pekanbaru, dan faktor-faktor lain seperti edukasi, persepsi keuntungan, dan kemudahan akses juga dapat berpengaruh terhadap minat masyarakat dalam menggunakan produk perbankan syariah. Oleh karena itu, perlu dilakukan penelitian lebih lanjut untuk menyelidiki variabel-variabel tambahan yang dapat memengaruhi minat masyarakat dalam mengadopsi produk perbankan syariah.

REFERENSI

- Ancok, D., & Suroso, F. N. 2008. *Psikologi Islam: Solusi atas Problem-Problem Psikologi*. Pustaka Belajar. Yogyakarta.
- Crow. 1984. *Psikologi Pendidikan*. Terjemahan Rochman Abror. Nur Cahaya. Yogyakarta.
- Fauzi, A., & Murniawaty, I. 2020. Pengaruh Religiusitas dan Literasi Keuangan Syariah Mahasiswa terhadap Minat Menjadi Nasabah di Bank Syariah. *Economic Education Analysis Journal*, 9 (2), p. 473-486.
- Hirmawan, Muh Risky Adi. 2015. Faktor- Faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah Bertransaksi di Bank Syariah (Studi Kasus di Bank Jateng Syariah Cabang Surakarta). *Skripsi*. Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Surakarta.
- Pakkawaru, Irham. 2018. Pengaruh Tingkat Religiusitas, Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Menabung dan Informasi Sebagai Variabel Moderating. *Jurnal Bilancia*, 12 (2), p. 365-387.
- Purwanto, A. 2016. Pengaruh Pengetahuan, Religiusitas, dan Tingkat Pendapatan Terhadap Minat Masyarakat Menabung di Bank Syariah. *Skripsi*, IAIN Salatiga.
- Riduwan. 2010. *Metode dan Teknik Menyusun Tesis*. Alfabeta. Bandung.
- Sanusi, Anwar. 2017. *Metodologi Penelitian Bisnis*. Salemba Empat. Jakarta.
- Siregar. 2014. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Kencana. Jakarta.
- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Kombinasi, Mixed Methods*. Alfabeta. Bandung.
- Suprihati. Sumadi., & Tho'in, Muhammad. 2021. Pengaruh Religiusitas, Budaya, Pengetahuan terhadap Minat Masyarakat Menabung di Koperasi Syariah. *Jurnal*

Ilmiah Ekonomi Islam (JIEI), 7(10), p. 443-450.

Suranto. 2019. *Metodologi Penelitian dalam Pendidikan dengan Program SPSS*. Loka Aksara. Tangerang.