

PENGARUH LITERASI RIBA DAN PRODUK PERBANKAN SYARIAH TERHADAP MINAT MENJADI NASABAH BANK SYARIAH

Karyadi

Kaeyadi1605@gmail.com
Politeknik Piksi Ganesha, Bandung

Reksa Jayengsari

reksaecha22@gmail.com
Universitas Suryakencana, Indonesia

Syavina Siti Fauziah

syavinasitif39@gmail.com
Universitas Suryakencana, Indonesia

ABSTRACT

The research aims to determine the influence of knowledge about usury and sharia banking products on interest in becoming sharia bank customers among the community in Sayang sub-district, Cianjur. The population in this study was 32,983 people. Sampling used purposive sampling technique. The analysis techniques used are multiple regression analysis test, coefficient of determination test and hypothesis test (t test and F test). Based on the results of the t test and F test, the variable Knowledge about Usury and the variable Knowledge of Sharia Banking Products has a significant positive effect on the variable Interest in becoming a Sharia Bank Customer. And the results of the F test show that the variable Knowledge about Usury and Sharia Banking Products has a significant effect on the variable Interest in becoming a Sharia Bank Customer. with a coefficient of determination of 61.7% while the remaining 38.3% is influenced by other factors.

Keywords: Usury, Sharia Banking, Interest

ABSTRAK

Riset ini bertujuan mengukur Pengaruh Literasi tentang Riba dan literasi Produk Perbankan Syariah terhadap Minat menjadi Nasabah Bank Syariah pada Masyarakat di Kelurahan Sayang, Cianjur. Jumlah Populasi 32.983 jiwa. Penarikan sampel menggunakan teknik *purposive sampling*. Serta teknik analisis hipotesis menggunakan analisis regresi berganda, uji koefisien determinasi dan uji hipotesis (uji t dan uji F). Berdasarkan hasil uji t dan uji F. Dari Hasil uji t dan Uji F diketahui bahwa variabel literasi mengenai Riba dan variabel literasi Produk Perbankan Syariah berpengaruh positif terhadap variabel Minat menjadi Nasabah Bank Syariah. Besaran pengaruh ditunjukkan oleh nilai Koefisien determinasi sebesar 61,7% sisanya 38,3%, dipengaruhi oleh faktor lainnya.

Kata Kunci: Riba, Perbankan Syariah, Minat

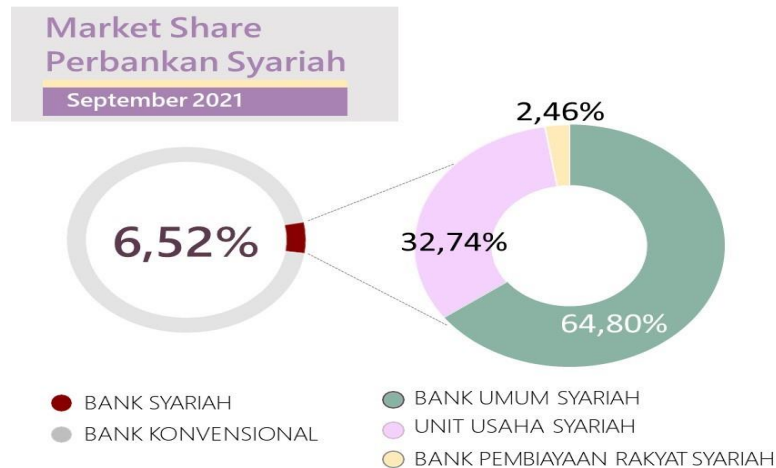
PENDAHULUAN

Industri perbankan syariah di Indonesia diharapkan dapat bertumbuh dengan pesat setelah penggabungan atau merger menjadi Bank Syariah Indonesia (BSI), mengingat di Indonesia pangsa pasar perbankan syariah dinilai cukup besar. Dengan penggabungan bank syariah tersebut Pemerintah berharap

agar perbankan syariah di Indonesia bisa menjadi perbankan syariah terbesar di dunia. Hal ini mengacu pada data dari BPS, bahwa total Penduduk Indonesia per tahun 2022 adalah sebesar 275,77 juta jiwa (BPS, 2022). Yang mana dari keseluruhan jumlah penduduk tersebut berdasarkan laporan The

Royal Islamic Strategic Studies Centre (RISSC), total penduduk beragama islam di Indonesia diperkirakan sebanyak 237,558 juta jiwa atau mencapai 86,14% dari keseluruhan penduduk di Indonesia. Dengan kondisi seperti ini, pengembangan bisnis keuangan syariah di Indonesia tentunya dapat

diuntungkan dan memiliki peluang besar karena *marketshare* industri keuangan syariah di negara Indonesia sangat besar (OJK, 2022). Berikut ini *marketshare* perbankan syariah di Indonesia per tahun 2022



Gambar 1.
Pangsa Pasar Perbankan Syariah Tahun 2022
Sumber: OJK, *Snapshot*

Dari gambar di atas perkembangan pangsa pasar bank syariah hanya 6,52% terhadap perbankan konvensional. Hal ini menunjukkan *gap* yang cukup besar bila dibandingkan dengan pangsa pasar perbankan konvensional. Rendahnya pangsa pasar tersebut juga mengindikasikan masih rendahnya minat masyarakat terhadap perbankan syariah dibandingkan dengan perbankan konvensional. 93,48% *market share* masih didominasi oleh perbankan konvensional. Padahal alasan utama diperkenalkannya perbankan syariah di Indonesia adalah dari sudut pandang muslim, dimana bunga pada perbankan menurut ajaran islam tidak diperbolehkan dan umat muslim dilarang menarik riba. Dengan begitu, semestinya perbankan syariah bisa menarik minat nasabah muslim untuk menyimpan uangnya disitu.

Pada penelitian ini Pemahaman dan pengetahuan masyarakat mengenai hukum bunga bank yang dianggap riba atau literasi mengenai riba dan literasi masyarakat tentang produk bank syariah diduga kuat

dapat mempengaruhi keputusan calon nasabah bank syariah untuk memutuskan menjadi nasabah atau tidak. Yang mana secara teoritis semakin tinggi literasi seseorang terhadap produk bank syariah, umumnya akan meningkatkan minat orang tersebut, begitupun sebaliknya. Suwarman (2011) menyatakan saat konsumen mempunyai literasi lebih banyak pada suatu produk, maka ia akan mengambil keputusan dengan lebih baik, lebih efisien serta lebih tepat selama proses pengolahan informasi yang dimilikinya. Seorang manusia yang memiliki pengetahuan akan sesuatu hal akan tahu mana yang benar dan mana yang salah. Ini menandakan tingkat literasi masyarakat mengenai riba serta pengetahuan masyarakat mengenai produk bank syariah cenderung meningkatkan minat seseorang untuk menjadi nasabah di bank syariah. Riset ini dilaksanakan untuk membuktikan kebenaran teori dari pengaruh literasi riba dan pengetahuan produk perbankan terhadap minat tersebut.

KAJIAN PUSTAKA

Bank Syariah

Menurut Ismail (Ismail, 2011) yang dimaksud bank syariah yaitu bank yang secara operasional berpedoman pada azaz dan hukum Islam yakni Qur'an dan Hadist Nabi. Dalam kegiatan usahanya bank membebaskan bunga serta tidak membayarkan bunga kepada nasabah.

Namun, sebagai gantinya dalam perbankan syariah dikenal istilah bagi hasil untuk pembagian keuntungan antar pihak bank dengan pihak nasabah. Dibawah ini tabel perbedaan bank konvensional dan bank syariah

Tabel 1
Perbedaan Bank Konvensional dan Bank Syariah

Bank Syariah	Bank Konvensional
Hanya melakukan investasi yang halal menurut hukum Islam	Melakukan investasi baik yang halal atau haram menurut hukum Islam
Memakai prinsip bagi hasil, jual-beli, dan sewa	Memakai perangkat suku bunga
Berorientasi keuntungan dan falah (kebahagiaan dunia dan akhirat sesuai ajaran Islam)	Berorientasi keuntungan
Penghimpunan dan penyaluran dana diatur sesuai fatwa Dewan Pengawas Syariah	Penghimpunan dan penyaluran dana tidak diatur oleh Dewan Pengawas Syariah
Hubungan dengan nasabah dalam bentuk kemitraan	Hubungan dengan nasabah dalam bentuk kreditur-debitur

Literasi Mengenai Riba

Pengertian riba dalam UU No. 21 tahun 2008 mengenai Perbankan Syariah, merupakan penambahan pendapatan secara tidak sah (batil) pada kegiatan pinjam meminjam dimana peminjam harus mengembalikan dana lebih besar daripada pokok pinjaman. Dengan demikian nasabah peminjam dirugikan dari transaksi tersebut karena harus membayar lebih besar dibandingkan dengan pokok pinjamannya. Adapun yang dimaksud Pengetahuan tentang riba di penelitian ini adalah hal apapun yang diketahui oleh calon nasabah mengenai riba. Indikator pengetahuan tentang riba menurut Badri (Badri, 2017) sebagai berikut:

1. Larangan riba, yaitu seseorang dikatakan memiliki pengetahuan tentang riba jika

mengetahui bahwa riba merupakan sesuatu dilarang dalam segala bentuk transaksi;

2. Dosa riba, dosa yang ditimbulkan dari transaksi riba tidaklah main-main sehingga seseorang yang berpengetahuan tentang riba akan tahu dan waspada terhadap transaksi ribawi yang dapat menimbulkan dosa besar;
3. Macam-macam riba, seseorang yang memiliki pengetahuan tentang riba seharusnya mengetahui macam-macam riba karena sebagai bentuk kewaspadaan dalam bertransaksi baik dalam pinjam meminjam

Literasi Produk Perbankan Syariah

Menurut Daminik dalam Siti Kholila (2018), Pengetahuan produk merupakan sekumpulan ragam informasi mengenai produk. Bila seseorang memiliki banyak pengetahuan dan informasi terhadap suatu produk maka orang tersebut akan semakin cepat dalam menentukan atau mengambil keputusan apakah akan melakukan pembelian terhadap suatu produk tersebut atau tidak. Pengetahuan produk berpatokan pada jumlah informasi yang telah konsumen miliki secara menyeluruh.

Indikator pengetahuan produk perbankan syariah pada penelitian ini mengacu pada Indikator pengetahuan produk (*product knowledge*) menurut Peter dan Olson (Peter & Olson, 2010), yaitu:

1. Karakteristik atau atribut produk, misalnya kualitas, fitur, gaya dan desain produk
2. Manfaat produk
3. Pemuas nilai, secara individu konsumen terpuaskan dari barang tersebut

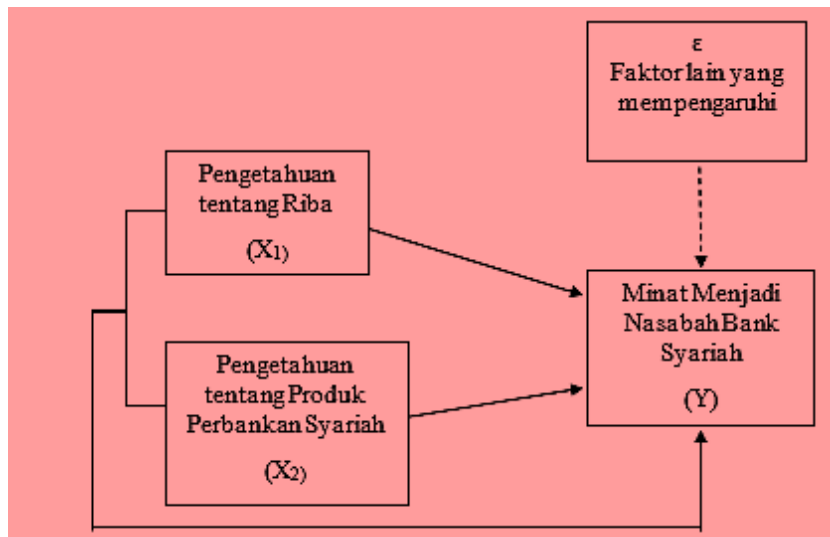
Minat Menjadi Nasabah Bank Syariah

Pada KBBI, Minat memiliki arti sebagai kecenderungan hati yang tinggi terhadap suatu hal, ketertarikan, maupun keinginan (KBBI, 2008). Minat menjadi nasabah bank syariah pada riset ini diasumsikan sebagai minat untuk membeli (*Willingness to buy*) dari calon nasabah.

Calon nasabah mempunyai keinginan untuk menggunakan atau mengonsumsi produk tersebut. Menurut Kotler dan Keller (Kotler & Keller, 2009) minat beli konsumen merupakan keinginan konsumen untuk membeli suatu produk. Pada penelitian ini Minat menjadi nasabah merupakan kecenderungan calon nasabah agar membuka rekening di perbankan syariah. Adapun Indikator minat menjadi nasabah atau membuka rekening di bank terdiri dari ketertarikan, keinginan, dan keyakinan calon nasabah. Ketertarikan ini dapat berupa kecenderungan untuk memperhatikan dan rasa suka. Keinginan dapat berupa adanya dorongan untuk memiliki atau menjadi bagian. Dan keyakinan digambarkan dengan rasa percaya pembeli kepada kualitas layanan dan kebermanfaatan dari produk perbankan yang akan digunakan atau akan dipilih oleh nasabah..

METODE

Riset dilaksanakan di lingkungan masyarakat Kelurahan Sayang Kecamatan Cianjur Kabupaten Cianjur. Populasi penelitian adalah masyarakat kelurahan Sayang yang berjumlah 32.983 jiwa. Riset ini merupakan riset kuantitatif dengan teknik penarikan sampel berupa sampel bertujuan. Data penelitian dikumpulkan melalui teknik studi pustaka dan kuesioner. Uji hipotesis memakai uji analisis regresi berganda, uji koefisien determinasi dan uji hipotesis (uji t dan uji F). Adapun kerangka riset tampak sebagai berikut



Gambar 2. Kerangka penelitian

HASIL DAN PEMBAHASAN

a. Uji Regresi Berganda

Tabel 2. Hasil Uji Regresi Berganda

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	3.307	2.391		1.383	.179
P. Riba	.501	.100	.441	5.041	.000
P. Produk	.424	.090	.411	4.680	.000

a. Dependent Variable: Minat menjadi Nasabah Bank Syariah

Sumber: Hasil pengolahan data dengan SPSS versi 26

Bentuk Persamaan regresi pada riset tampak seperti di bawah ini:

$$Y = a + \beta X_1 + \beta X_2$$

$$Y = 3.307 + 0.501 + 0.424$$

b. Koefisien Determinasi

Tabel 3. Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.786 ^a	.617	.609	2.59423
a. Predictors: (Constant), P. Riba, P. Produk				
b. Dependent Variable: Minat menjadi Nasabah				

Sumber: Hasil pengolahan data dengan SPSS versi 26

Dapat dilihat bahwa nilai koefisien determinasi melalui *R Square* pada penelitian cukup besar yakni 0.617 sehingga besar kemampuan variabel literasi mengenai Riba dan Produk Perbankan Syariah dalam mempengaruhi Minat menjadi Nasabah adalah sebanyak 61,7% sementara 38,3% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti. Hal ini dikarenakan pengetahuan mengenai riba dapat menumbuhkan motif dalam diri setiap individu untuk menjauhkan diri dari riba atau bunga bank dengan harapan bisa melakukan transaksi yang tidak bertentangan dengan agama sehingga umat muslim

pada khususnya akan tertarik dengan produk bank syariah.

c. Pengaruh Literasi Riba terhadap Minat menjadi Nasabah pada Masyarakat di Kelurahan Sayang

Pada riset ini, pengetahuan atau literasi merupakan faktor utama yang penting bagi seseorang atau masyarakat pada penentuan alternatif keputusan terhadap pilihan yang tersedia, misalnya dalam penentuan pilihan ke bank mana mereka akan menabung atau menyimpan dananya. Untuk mengetahui pengaruhnya digunakan uji t.

Tabel 4. Hasil Uji t

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3.307	2.391		1.383	.179
	P. Riba	.501	.100	.441	5.041	.000
	P. Produk	.424	.090	.411	4.680	.000

a. Dependent Variable: Minat menjadi Nasabah Bank Syariah

Sumber: Hasil pengolahan data dengan SPSS versi 26

Result dari uji t memperlihatkan bahwa Literasi Riba memiliki pengaruh signifikan dengan arah

positif terhadap Minat menjadi Nasabah. Ini berarti literasi mengenai Riba mempunyai hubungan yang

searah dengan Minat untuk menjadi Nasabah. Dengan demikian, semakin tinggi literasi masyarakat mengenai riba, kecenderungan minat mereka untuk menjadi nasabah akan meningkat. Sedangkan, semakin kurang tingkat pengetahuan masyarakat tentang riba, maka minat masyarakat tersebut untuk menjadi nasabah cenderung menurun.

Result dari riset ini mirip dengan teori dari Sukmadinata (Sukmadinata, 2010) yang menyebutkan bahwa minat dapat dipengaruhi oleh faktor pengetahuan, pengalaman, informasi dan dukungan dari dalam. Artinya dalam penelitian ini minat menabung pada bank syariah salah satunya dipengaruhi oleh pengetahuan yang dimiliki oleh masyarakat tentang riba dan bank syariah.

Riset Ini juga selaras dengan Riset Rizki Nasution (2020) yang menyimpulkan bahwa variabel literasi mengenai Riba memiliki pengaruh terhadap Minat menjadi customer.

d. Pengaruh literasi Produk Perbankan Syariah terhadap Minat menjadi Nasabah Bank Syariah

Literasi produk adalah gabungan bermacam informasi terkait suatu produk. Literasi produk dalam perbankan syariah dalam *Theory of Planned Behaviour*, pengetahuan dapat mempengaruhi pekerjaan yang dilakukan, seperti adanya pemahaman dasar mengenai prinsip, produk, akad, maupun jasa yang disediakan serta hal-hal lainnya yang dapat menjadi bahan pertimbangan keputusan bagi calon nasabah saat memutuskan untuk memakai produk

e. Pengaruh literasi mengenai Riba dan Produk Perbankan Syariah terhadap Minat menjadi Nasabah

Pengaruh simultan antara literasi mengenai riba dan Produk Perbankan

dan jasa yang dikeluarkan oleh bank syariah.

Hasil uji hipotesis menggambarkan literasi Produk Perbankan Syariah berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat warga Kelurahan Sayang untuk menjadi nasabah bank syariah. Besarnya pengaruh literasi mengenai Riba terhadap Minat menjadi Nasabah Bank Syariah pada warga di Kelurahan Sayang yaitu sebesar 29,59%. Hasil ini menggambarkan bahwa literasi Produk Perbankan Syariah memiliki hubungan yang searah dengan Minat menjadi Nasabah Bank Syariah. Apabila literasi penduduk mengenai produk perbankan syariah meningkat terbukti minat penduduk untuk menjadi nasabah meningkat pula. Begitupun sebaliknya, semakin rendah tingkat literasi penduduk tentang produk perbankan syariah, minat penduduk menjadi nasabah bank syariah berkurang.

Hasil dari riset ini diperkuat oleh teori menurut Ferdinand (Ferdinand, 2014) yang menyatakan bahwa minat dapat di telaah dari indikator Minat transaksional, Minat referensial, dan Minat eksploratif. Hal ini searah dengan hasil riset yang dilihat dari jawaban warga Kelurahan Sayang tentang pengetahuan akan produk bank syariah yang beragam guna memenuhi kebutuhan nasabah, sebanyak 55% sangat setuju, 37% setuju, 7% kurang setuju dan 1% tidak setuju. Dari penelitian ini terlihat bahwa literasi produk menjadi hal yang mendasari masyarakat dalam memutuskan produk-produk bank syariah dalam melakukan transaksi keuangan.

Syariah terhadap Minat menjadi Nasabah Bank Syariah di uji dengan menggunakan Uji F. Dengan hasil berikut

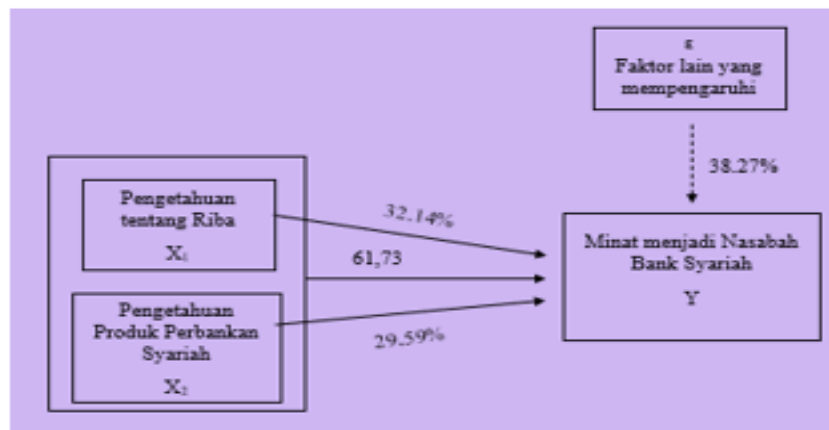
Tabel 5. Hasil Uji F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1053.189	2	526.595	78.246	.000 ^b
	Residual	552.811	97	6.730		
	Total	1706.000	99			
a. Dependent Variable: Minat						

Sumber: Hasil pengolahan data dengan SPSS versi 26

Pada table 5 diketahui variabel literasi mengenai Riba dan Produk Perbankan Syariah pada data empiris terbukti berpengaruh signifikan dan berarah positif

terhadap variabel Minat menjadi Nasabah. Adapun besaran kontribusi pengaruh dari masing-masing variabel tampak sebagai berikut:



Gambar 3. Hasil Uji Hipotesis

Pada gambar 3 di atas hasil uji hipotesis ini menggambarkan bahwa variabel literasi mengenai Riba berpengaruh terhadap variabel Minat menjadi Nasabah dengan nilai persentase sebesar (32,14%). Variabel literasi Produk Perbankan Syariah berpengaruh terhadap variabel Minat menjadi Nasabah Bank Syariah dengan nilai persentase sebesar (29,59%). Variabel literasi mengenai Riba dan Produk Perbankan Syariah secara simultan berpengaruh terhadap variabel Minat menjadi Nasabah dengan nilai persentase 61,73% dan sisanya yaitu 38,27% dipengaruhi oleh hal-hal yang tidak diteliti dalam riset ini.

Temuan dan kesimpulan pada riset ini senada dengan argumentasi dari Crow,

bahwa minat dipengaruhi oleh faktor intern dan faktor extern. faktor intern yakni bakat, perasaan, keinginan, potensi, dan pengetahuan, serta faktor extern mencakup lingkungan, pendidikan, penghargaan dan pelatihan. Dengan demikian, terlihat bahwa pengetahuan dapat mempengaruhi minat, karena pada dasarnya minat akan timbul setelah seseorang mengetahui informasi tentang hal tersebut. Hasil riset sependapat dengan hasil penelitian M. Nawaf Chalimi (2020) yang menyimpulkan ada pengaruh signifikan secara simultan antara literasi produk dan motivasi menjauhi riba pada keputusan menjadi nasabah.

SIMPULAN

Mengacu pada hasil pengujian hipotesis dapat disimpulkan:

1. Literasi mengenai Riba mempunyai pengaruh signifikan dengan arah positif pada Minat menjadi Nasabah pada Masyarakat di Kelurahan Sayang.
2. Literasi Produk Perbankan Syariah mempunyai pengaruh signifikan dengan arah positif pada Minat menjadi Nasabah pada Masyarakat di Kelurahan Sayang.
3. Literasi mengenai Riba dan Produk Perbankan Syariah berpengaruh positif pada Minat menjadi Nasabah Bank Syariah
4. Literasi tentang Riba dan Produk Perbankan Syariah berpengaruh sebesar 61,73% pada Minat masyarakat kelurahan sayang untuk menjadi Nasabah Bank Syariah dan selebihnya yaitu 38,27% merupakan faktor lain yang tidak diteliti.

REFERENSI

Badan Pusat Statistik (BPS). (2022). *Jumlah penduduk Indonesia*. Jakarta

Badri, Muhammad Arifin. (2017). *Riba dan Tinjauan Kritis Perbankan Syariah*. Cet II. Jawa timur: Pustaka Al-Furqan.

Ferdinand, A. (2006). *Pengembangan Minat Beli Merek Ekstensi*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro

Ismail. (2011). *Perbankan Syariah*. Jakarta: Kencana.

KBBI. (2008). *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Balai Pustaka. Jakarta

Kotler, Keller. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Penerbit Erlangga.

Lin Arshy Cahaya dan Nurlaila. (2022). *Pengaruh pengetahuan tentang riba terhadap minat menabung di Bank Syariah pada kalangan mahasiswa FEBI Universitas Islam Negeri Sumatera Utara*. Fair Value : Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Keuangan Volume 5, Number 5, 2022.

Muhammad Nawaf Chalimi. (2020). *Pengaruh Motivasi Menghindari Riba dan Pengetahuan Produk terhadap Keputusan Menjadi Nasabah (Studi Kasus Pada Bank BRI Syariah KCP Mojosari Mojokerto)*. Skripsi FE UIN Maulana Malik Ibrahim Malang.

Nasution, Mhd. Rizki (2020) *Pengaruh Pengetahuan Tentang Riba Dan Produk Perbankan Syariah Terhadap Minat Mahasiswa FEBI UIN Sumatera Utara Menjadi Nasabah Bank Syariah*. Skripsi thesis, Universitas Islam Negeri Sumatera Utara

Otoritas Jasa Keuangan (OJK). (2022). *Laporan perkembangan keuangan syariah Indonesia 2022*. <https://ojk.go.id/>

Peter, J. P., & Olson, J. C. (2010). *Consumer Behavior & Marketing Strategy*, Ninth Edition. New York: McGraw Hill

Siti Kholila. (2018). *Pengaruh Motivasi Menghindari Riba dan Pengetahuan Produk Perbankan Syariah terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Bank Syariah*. Skripsi UIN Sunan Ampel.

Sukmadinata. (2010). *Metode Penelitian Pendidikan*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya

Suwarman, Ujang. (2011). *Perilaku Konsumen Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*. Edisi 2. Bogor: Ghalia Indonesia.