

# ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT MENGGUNAKAN JASA PERBANKAN SYARIAH DIKALANGAN PENGRAJIN BATIK TRUSMI PLERED CIREBON

Wike Pertiwi<sup>a)</sup> Wiwin Muawiyah<sup>b)</sup>

<sup>a)</sup> Dosen Prodi Manajemen STIE Cirebon, [wike.fi3z@gmail.com](mailto:wike.fi3z@gmail.com)

<sup>b)</sup> Pemerhati LKS Cirebon, [wiwinmuawiyah5@gmail.com](mailto:wiwinmuawiyah5@gmail.com)

## ABSTRAK

Bank syariah telah mengalami perkembangan yang sangat pesat, dengan diterbitkannya Undang-Undang No 21 Tahun 2008 Tentang Perbankan Syariah, pengembangan perbankan syariah semakin memadai dengan adanya landasan dan hukum yang memadai dan mendorong untuk mempercepat perkembangan yang lebih tinggi. Jumlah bank syariah saat ini tercatat 196 unit, terdiri atas 13 Bank Umum Syariah (BUS), 23 Unit Usaha Syariah (UUS), dan 160 Bank Perkreditan Rakyat Syariah (BPRS). Dengan adanya perkembangan dan meningkatnya jumlah kantor bank syariah terdapat faktor-faktor yang mempengaruhi hal tersebut antarlain bertambahnya nasabah yang berminat untuk menjadi nasabah bank syariah.

**Kata Kunci:** *Pengetahuan, Produk, Karakteristik, Minat.*

## ABSTRACT

*Islamic banks have experienced rapid growth, with the issuance of Law No. 21 of 2008 on Sharia Banking, the development of sharia banking is more adequate with adequate foundation and law and encourage to accelerate higher development. The number of sharia banks currently stands at 196 units, consisting of 13 Sharia Commercial Banks (BUS), 23 Sharia Business Units (UUS), and 160 Sharia Rural Banks (BPRS). With the development and increasing number of sharia bank offices there are factors that influence it among other increasing customers who are interested to become customers of sharia banks.*

*Keywords: Knowledge, Product, Characteristics, Interests*

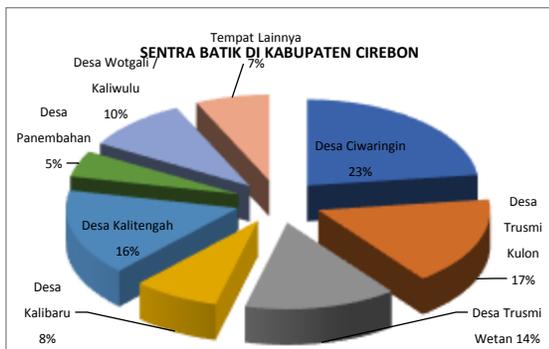
---

## PENDAHULUAN

Bank syariah telah mengalami perkembangan yang sangat pesat, dengan diterbitkannya Undang-Undang No 21 Tahun 2008 Tentang Perbankan Syariah, pengembangan perbankan syariah semakin memadai dengan adanya landasan dan hukum yang memadai dan mendorong

untuk mempercepat perkembangan yang lebih tinggi. Jumlah bank syariah saat ini tercatat 196 unit, terdiri atas 13 Bank Umum Syariah (BUS), 22 Unit Usaha Syariah (UUS), dan 167 Bank Perkreditan Rakyat Syariah (BPRS). Dengan adanya perkembangan dan meningkatnya jumlah kantor bank syariah terdapat faktor-faktor

yang mempengaruhi hal tersebut antarlain bertambahnya nasabah yang berminat untuk menjadi nasabah bank syariah. . Desa Trusmi Kulon merupakan desa yang sangat berkembang di kecamatan Plered Kabupaten Cirebon atas dasar kekreatifan masyarakat yang mempunyai ide kreatifnya membuat sebuah kerajinan yaitu “Membatik” pada sebuah kain yang banyak beragam macamnya, antarlain yaitu batik tulis, batik cap, batik celup dll. Berdasarkan prosentase jumlah pengrajin batik yang ada di kabupaten cirebon yang diperoleh oleh Dinas Perdagangan dan Perindustrian Kabupaten Cirebon adalah sebagai berikut:



**Gambar 1.1**  
Sentra Batik di Kabupaten Cirebon

Pada daerah trusmi kulon yang mayoritasnya adalah pengrajin batik, mereka membutuhkan suatu modal usaha untuk mengembangkan usahanya ketika hal tersebut terdapat banyak sekali bank-bank konvensional yang menawarkan kerjasama untuk mengembangkan usahanya akan tetapi mereka tidak mau diambil dengan

alasan karena bunga yang diberikan sangat besar dan rumit, mereka takut tidak bisa membayar angsuran bulanan. Ketika ada bank syariah yang menawarkan kerjasama dan dilihat syarat dan bunganya rendah mereka mau untuk bekerjasama dengan bank syariah tersebut. Jadi adanya faktor minat atau ketertarikan seseorang terhadap bank syariah.

## LITERATUR REVIEW

Menurut Tampungon (1991: 41) mengatakan bahwa minat adalah suatu perpaduan keinginan dan kemauan yang dapat berkembang jika ada motivasi, menurut Slameto (2010 :180) minat adalah kecenderungan jiwa yang tetap untuk memperhatikan dan mengenang beberapa aktivitas atau kegiatan.

Para ahli diatas bahwa minat merupakan kecenderungan pada seseorang yang ditandai dengan rasa senang atau ketertarikan pada objek tertentu disertai dengan adanya pemusatan perhatian kepada objek tersebut dan keinginan untuk terlibat dalam aktivitas objek tertentu, sehingga mengakibatkan seseorang memiliki keinginan untuk terlibat secara langsung dalam suatu objek atau aktivitas tertentu, karena dirasakan bermakna bagi dirinya dan ada harapan yang dituju. Faktor-faktor yang

mempengaruhi minat, menurut Sukmandinata (2010: 76) faktor-faktor yang mempengaruhi minat yaitu: pengetahuan, pengalaman, dan informasi.

Dalam ilmu manajemen, pengetahuan memiliki makna yang lebih spesifik. Pengetahuan diartikan sebagai hal-hal yang diketahui oleh individu maupun kelompok atau aturan, metode, proses, perangkat kerja atau aktivitas-aktivitas rutin yang dimiliki atau dilakukan oleh perusahaan. Menurut Dhewanto dkk (2014: 276). Tingkatan pengetahuan menurut Notoatmodjo (2003: 122). pengetahuan yang tercakup dalam domain kognitif ada 6 tingkatan, yaitu: tahu (*know*), memahami (*comprehension*), aplikasi (*application*), analisis (*analysis*), evaluasi.

Pengertian produk menurut (Philip Kotler, 2002: 394) adalah “ *sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk mendapatkan perhatian untuk dibeli, untuk digunakan atau dikonsumsi yang dapat memenuhi keinginan dan kebutuhan*”.

Pengertian umum produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan dipasar untuk mendapatkan perhatian, dibeli, dipergunakan, atau dikonsumsi dan yang dapat memuaskan kebutuhan dan keinginan. Faktor-faktor yang mempengaruhi mutu produk menurut

Husein (2000 : 37), konsumen pada dasarnya memandang kualitas atas lima dimensi yaitu: *performance, feature, durability, conformance, reability*.

Produk Dalam Praktik Perbankan Syariah Dalam praktik perbankan syariah terdiri atas penghimpunan dana dan penyaluran dana (Ali Hasan ,2010: 176):

#### 1. Penghimpunan Dana

Sebagaimana pada bank konvensional penghimpunan dana di bank umum syariah dapat berbentuk giro, tabungan, dan deposito, sedangkan pada BPRS hanya dapat melayani tabungan dan deposito. Namun demikian, mekanisme operasional penghimpunan dana ini harus disesuaikan dengan prinsip syariah.

#### 2. Penyaluran Dana

Pembiayaan atau *financing* ialah pendanaan yang diberikan oleh suatu pihak kepada pihak lain untuk mendukung investasi yang telah direncanakan, baik dilakukan sendiri maupun lembaga. Dengan kata lain, pembiayaan adalah pendanaan yang dikeluarkan untuk mendukung investasi yang telah direncanakan. (Nur Rianto Al Arif, 2010: 42) Dalam penyaluran dana, bank syariah harus berprinsip kehati-hatian. secara garis besar terdapat empat

kelompok prinsip operasional syariah antara lain. (Hasan, 2010:153)

- a. Prinsip Jual Beli (*Ba'i*)
- b. Prinsip Sewa Beli (*ijarah wa iqtina'* atau *ijarah muntahiyah bittamlik*)
- c. Prinsip titipan atau simpanan (*Al-Wadi'ah*)
- d. Prinsip Bagi Hasil (*profit-Sharing*)

Perbankan syariah mempunyai karakteristik sendiri untuk membedakan antara bank syariah dengan bank konvensional. Adapun karakteristik yang ada pada bank syariah yaitu pada implementasi transaksi yang sesuai dengan paradigma dan asas transaksi syariah harus memenuhi karakteristik dan persyaratan yang melekat pada produk bank syariah nya, antarlain adalah sebagai berikut (Sumar'in, 2012:66):

- 1) Transaksi hanya dilakukan berdasarkan prinsip saling dan saling ridha;
- 2) Prinsip kebebasan bertansaksi diakui sepanjang objeknya halal dan baik (*thayib*);
- 3) Uang hanya berfungsi sebagai alat tukar dan satuan pengukur nilai, bukan sebagai komoditas;
- 4) Tidak mengandung unsur riba;
- 5) Tidak mengandung unsur *kezaliman*;
- 6) Tidak mengandung unsur *maysir*;
- 7) Tidak mengandung unsur *gharar*;
- 8) Tidak mengandung unsur haram;
- 9) Tidak menganut prinsip nilai waktu dari uang (*time value of money*) karena keuntungan yang didapat dalam kegiatan usaha terkait dengan resiko yang melekat pada kegiatan usaha tersebut sesuai dengan prinsip *al-*

*ghunmu bil ghirmi* (*no gain without accompanying risk*);

- 10) Transaksi dilakukan berdasarkan suatu perjanjian yang jelas dan benar serta keuntungan untuk semua pihak lain sehingga tidak diperkenakan transaksi bersamaan yang berkaitan (*ta'alluq*) dalam suatu akad; Tidak ada distorsi harga melalui rekayasa permintaan (*najasy*), maupun melalui rekayasa penawaran (*ihthikar*);
- 11) Tidak mengandung unsur kolusi dengan suap menyuap (*risywah*); Direktorat Perbankan Syariah BI menguraikan bahwa terdapat tujuh karakteristik utama yang menjadi prinsip sistem perbankan syariah di Indonesia yang menjadi landasan pertimbangan bagi calon nasabah yang telah loyal, yakni tujuh karakteristik tersebut yaitu, universal, asil, transparan, seimbang, mashlahat, variatif, dan fasilitas.

## METODOLOGI

Adapun Jenis penelitian yang di gunakan adalah jenis penelitian lapangan (*field research*). Penelitian lapangan (*field research*) adalah penelitian yang dilakukan langsung, yaitu data yang diambil adalah berdasarkan kenyataan yang ada di lapangan. Adapun metode yang di gunakan adalah metode pendekatan kuantitatif yaitu dalam penelitian ini akan mengumpulkan data atau informasi tentang populasi yang besar dengan menggunakan sampel (Soewadji, 2012 : 21).

Dalam penelitian ini pendekatan yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif.

Metode ini disebut metode kuantitatif karena data penelitian berupa angka-angka dan analisis menggunakan statistic (Sugiyono, 2013 : 11).

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil pengujian regresi linier berganda dengan bantuan program SPSS, maka diperoleh persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

$$Y = 15.110 + 0,072X_1 + 0,098X_2 + 0.157X_3 + e$$

Berdasarkan hasil uji t yang dilakukan, diperoleh nilai thitung dan nilai signifikansi untuk masing-masing variabel bebas. Dengan demikian dapat diuraikan sebagai berikut:

- a. Nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  untuk variabel faktor pengetahuan yaitu 2,836 sedangkan  $t_{tabel}$  sebesar 2,042. Dan nilai signifikansi  $0,004 < 0,05$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima yang artinya faktor pengetahuan berpengaruh secara signifikan terhadap minat menggunakan jasa perbankan syariah.
- b. nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  untuk variabel faktor produk yaitu 2,292 sedangkan  $t_{tabel}$  sebesar 2,042. Dan nilai signifikansi  $0,002 < 0,05$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima yang artinya faktor produk berpengaruh

terhadap minat menggunakan jasa perbankan syariah.

- c. nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  untuk variabel faktor karakteristik yaitu 2,273 sedangkan  $t_{tabel}$  sebesar 2,042. Dan nilai signifikansi  $0,001 < 0,05$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima yang artinya faktor karakteristik berpengaruh terhadap minat menggunakan jasa perbankan syariah.

Sedangkan nilai  $F_{hitung}$  (11,044) dan  $F_{tabel}$  (2,28) maka  $F_{hitung} > F_{tabel}$  dengan tingkat signifikansi 0,04 atau  $Sig_{hitung} < 0,05$  sehingga  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima yang artinya variabel  $X_1$  (faktor pengetahuan), variabel  $X_2$  (faktor produk), dan variabel  $X_3$  (faktor karakteristik) secara bersama-sama mempengaruhi variabel  $Y$  (minat menggunakan jasa perbankan syariah).

Adapun hasil uji koefisien determinasi ( $R^2$ ) diperoleh bahwa nilai koefisien determinasi berdasarkan pada nilai *Adjusted R Square* yang dapat dilihat pada tabel di atas sebesar 0,215 artinya minat menggunakan jasa perbankan syariah diketahui atau dijelaskan oleh faktor pengetahuan, faktor produk, dan faktor karakteristik sebesar 21,5 % dan sisanya 78,5% dijelaskan oleh variabel lain di luar penelitian ini.

## KESIMPULAN

1. Faktor pengetahuan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat pengrajin menggunakan jasa perbankan syariah, hal ini dibuktikan dengan koefisien regresi sebesar 2,836, nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  yaitu  $2,836 > 2,042$  dan nilai signifikansi sebesar 0,004 (Sig. < 0,05).
2. Faktor produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat pengrajin menggunakan jasa perbankan syariah, hal ini dibuktikan dengan koefisien regresi sebesar 2,292, nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  yaitu  $2,292 > 2,042$  dan nilai signifikansi sebesar 0,002 (Sig. < 0,05).
3. Faktor karakteristik berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat pengrajin menggunakan jasa perbankan syariah, hal ini dibuktikan dengan koefisien regresi sebesar 2,273, nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  yaitu  $2,273 > 2,042$  dan nilai signifikansi sebesar 0,001 (Sig. < 0,05).
4. Faktor pengetahuan, faktor produk, dan faktor karakteristik berpengaruh secara simultan terhadap minat menggunakan jasa perbankan syariah dikalangan pengrajin batik trusmi Kecamatan Plered Kabupaten Cirebon, hal ini dibuktikan dengan nilai  $F_{hitung} > F_{tabel}$  yaitu sebesar  $11,044 > 2,28$  dan nilai

signifikansi < 0,05 yaitu sebesar  $0,004 < 0,005$ .

## DAFTAR PUSTAKA

- Al-Arif, NurRianto. 2012. *Dasar-dasar Pemasaran Bank Syariah*. Bandung: Alfabeta.
- Asnawi, Nur dan Masyhuri. 2009. *Metodologi Riset: Manajemen Pemasaran*. Malang: UIN Maliki Press
- Asnawi Nur, Masyhuri. 2011. *Metodologi Riset Manajemen Pemasaran*. Malang: UIN Maliki Press.
- Bank Indonesia. 2013. *Statistik Perbankan Syari'ah*.
- Bungin, Burhan. 2005. *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Kencana.
- Bagus, Rosandi Putra. 2016. *Pengaruh Pengetahuan Keterampilan Terhadap Pengembangan Karir dengan Kinerja Sebagai Variabel Intervening Pada Pegawai Puskesmas Kepadangan Kabupaten Sidoarjo*. Jember.
- Dita Pertiwi dan Haroni Doli H.Ritonga, 2012. *Analisis Minat Menabung Masyarakat Pada Bank Muamalat Di Hasan, Ali*. 2010. *Marketing Bank Syariah*. Bogor: Ghalia Indonesia.

- Husein, Umar. 2000. *Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*. Jakarta: Gramedia Pustaka
- Hasan, *Analisis Industri Perbankan Syariah di Indonesia*. dalam Jurnal Dinamika Ekonomi Pembangunan, Vol. 1, No.1, Juli 2011, hlm. 1.
- Ismail. 2013. *Perbankan Syariah*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Nachmud, Amir. Rukhmana. 2010. *Bank Syariah*. Jakarta: Erlangga.
- Neng Kamarni. 2012. *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Dalam Berhubungan Dengan Bank Syariah Di Kota Padang*. Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan diakses pada 24 Desember 2017.
- Rahmawaty. 2014. *Pengaruh Persepsi Tentang Bank Syariah Terhadap Minat Menggunakan Produk Di BNI Syariah Semarang*. Diakses pada journal Ilmu Ekonomi dan Akuntansi pada 24 Desember 2017.
- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sumar'in. 2012. *Konsep Kelembagaan Bank Syariah*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Supangat, Adi. 2007. *Statistic Dalam Kajian Deskriptif, Inferensi, Dan Nonparametik*. Jakarta: Kencana.
- Yusuf, Ayus Ahmad dan Aziz, Abdul. 2009. *Manajemen Operasional Bank Syariah*. Cirebon: STAIN Press.