

# Religiusitas dan Persepsi Nasabah dalam Memilih Bank Syariah Indonesia (BSI) di Kota Tuban

Nur Hidayatul Istiqomah\*, Ahmad Miftahur Rohim \*\*, A. Fahril Ulum\*\*  
[hidayatunur98@gmail.com](mailto:hidayatunur98@gmail.com), [miftahurohim@gmail.com](mailto:miftahurohim@gmail.com), [mrolem2017@gmail.com](mailto:mrolem2017@gmail.com)

\* Institut Agama Islam Nahdlatul Ulama Tuban

\*\* Universitas Negeri Malang

\*\*\* Institut Agama Islam Nahdlatul Ulama Tuban

---

## INFO ARTIKEL

### Riwayat Artikel:

Diterima: 15 Oktober 2021

Disetujui: 5 Desember 2021

### Key word:

Religiosity, customer perception, decision to choose

### Kata kunci:

Religiusitas, persepsi nasabah, keputusan pemilihan

---

## ABSTRAK

**Abstract:** *This study aims to determine the effect of religiosity and perceptions of Indonesian Islamic Bank (BSI) customers in Tuban City, East Java. The types of data used in this study are primary data and secondary data. Primary data was obtained by distributing questionnaires and secondary data was obtained from journals and other literature reviews relevant to this research. The sample technique in this research is random purposive sampling, namely purposive sampling, namely sampling by determining special characteristics that are in accordance with the research objectives. The number of samples is 150 respondents. The data obtained were processed with SPSS using multiple linear regression analysis. The results of the study show that customer religiosity has a positive effect on the decision to choose a sharia bank and customer perceptions also have a positive effect on the decision to choose a sharia bank.*

**Abstrak:** Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh religiusitas dan persepsi para nasabah Bank Syariah Indonesia (BSI) di Kota Tuban, Jawa Timur. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh melalui penyebaran kuesioner dan data sekunder diperoleh dari jurnal dan tinjauan pustaka lain yang relevan dengan penelitian ini. Teknik Sampel dalam penelitian ini adalah random purposive sampling yaitu Purposive sampling yakni pengambilan sampel dengan cara menetapkan ciri-ciri khusus yang sesuai dengan tujuan penelitian. Jumlah sampel sebanyak 150 responden. Data yang diperoleh diolah dengan SPSS menggunakan analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan religiusitas nasabah berpengaruh positif terhadap keputusan memilih bank syariah dan persepsi juga nasabah berpengaruh positif terhadap keputusan pemilihan bank syariah.

---

## PENDAHULUAN

Saat ini industri perbankan di Indonesia berkembang semakin baik, keberadaan lembaga keuangan khususnya perbankan menempati posisi strategis untuk menghubungkan pemilik dana dengan pihak yang membutuhkan (Apriyanti, 2018). Sejarah kehadiran perbankan syariah dalam sistem perbankan Indonesia sebenarnya telah berkembang sejak tahun 1992, ditandai dengan berdirinya Bank Muamalat, menyusul berlakunya Undang-Undang Nomor 7 Tahun 1992 tentang

Perbankan (Sihombing & Nuraerni, 2019). Bank syariah di Indonesia juga telah berkembang secara signifikan dalam beberapa tahun terakhir (Nastiti & Firdaus, 2019). Perkembangan ekonomi syariah ditandai dengan meningkatnya lembaga keuangan syariah dan lembaga usaha syariah. Selanjutnya, pertumbuhan akademik ekonomi Islam ditandai dengan meluasnya pembukaan konsentrasi ekonomi Islam ke universitas-universitas Islam atau negeri, serta menjamurnya lembaga dan organisasi yang bergerak di bidang penelitian dan pengembangan ekonomi Islam (Asfino & Prabowo, 2019).

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).

Meskipun sistem perbankan tradisional bertentangan dengan Islam dan sejumlah besar pelanggan Muslim memahami hal ini, ini masih merupakan pangsa pasar terbesar dari bank syariah (Mahagiyantie). Jika memilih untuk berbisnis dengan bank tradisional maka akan mengalami masalah. Ada dua sistem perbankan di Indonesia dan nasabah dapat memilih bank yang diinginkan sesuai dengan kebutuhannya (Raharjo dkk, 2020). Selain itu, keberadaan bank syariah dan tradisional

umumnya berfungsi sebagai lembaga saluran perdagangan, tetapi karakteristik yang berbeda dari kedua jenis bank syariah dan tradisional dapat mempengaruhi bank mana yang dapat digunakan oleh calon nasabah, juga dapat mempengaruhi perilaku ketika memilih untuk Para santri di pondok pesantren harus menyelidiki bagaimana memperoleh informasi dan referensi ketika membuat keputusan perdagangan (Kholiq & Rahmawati, 2020).

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka mendorong penulis untuk melakukan penelitian dengan judul " Pengaruh Religiusitas dan Persepsi Nasabah terhadap Keputusan Memilih Bank Syariah Indonesia (Studi pada Nasabah Bank Syariah Indonesia)

## **METODE**

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh melalui penyebaran kuesioner dan data sekunder diperoleh dari jurnal dan tinjauan pustaka lain yang relevan dengan penelitian ini. Populasi merupakan nasabah Bank Syariah Indonesia di Kota Tuban, Jawa Timur. Teknik Sampel dalam penelitian ini adalah random purposive sampling yaitu Purposive sampling yakni pengambilan sampel dengan cara menetapkan ciri-ciri khusus yang sesuai dengan tujuan penelitian sehingga diharapkan data yang diperoleh nantinya bisa lebih representative. Sehingga dipilihlah sebanyak 150 responden. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini dibagi menjadi dua yaitu variabel independen (tingkat religiusitas dan persepsi) dan variabel dependen (keputusan pemilihan nasabah). Metode analisis yang digunakan adalah dengan menggunakan analisis regresi linier berganda. Data yang diperoleh diolah dengan menggunakan SPSS yang bertujuan untuk menganalisis pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **Pengaruh Religiusitas terhadap Keputusan Nasabah dalam Memilih Bank Syariah**

Berdasarkan hasil output program SPSS pada uji statistik t diperoleh hasil pengaruh langsung variabel religiusitas. Maka dapat disimpulkan bahwa religiusitas berpengaruh signifikan terhadap keputusan. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik religiusitas dari setiap nasabah tidak akan membuat keputusan semakin tinggi dan tidak dapat meningkatkan keputusan secara berarti. Religiusitas dan keputusan nasabah untuk menabung memiliki hubungan yang positif dan signifikan dikarenakan nasabah mengetahui dan paham akan produk-produk yang ditawarkan oleh bank syariah beserta hukum yang melekat pada setiap transaksinya. Hal ini menunjukkan bahwa religiusitas menjadi hal utama dalam pengambilan keputusan untuk memilih Bank.

Tingkat religiusitas nasabah yang menabung di bank syariah memberi pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menabung nasabah di bank syariah. Berdasarkan analisis teori religiusitas Glock dan Rodney, fenomena empirik ini dipahami sangat baik pada aspek ideologi/kepercayaan, ritual, pengamalan dan intelektual/pemahaman agama (Maisur & Sabri, 2015). Sangen dan Rachman (2015) yang menyatakan bahwa religiusitas memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah dalam menabung di bank syariah. Menurut Rachmawati dan

Widana (2015) religiusitas memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan menjadi nasabah pada bank syariah. Kemudian Susanti dkk (2020) melakukan penelitian dengan kesimpulan bahwa religiusitas berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan nasabah untuk menyimpan dananya di Bank Konvensional. Begitu juga penelitian yang dilakukan oleh Bawono dan Oktaviani (2016) yang juga menyimpulkan bahwa religiusitas memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah Bank Syariah Cabang Salatiga.

### **Pengaruh Persepsi terhadap Keputusan Nasabah dalam Memilih Bank Syariah**

Berdasarkan hasil output program SPSS pada uji statistik t diperoleh hasil pengaruh langsung variabel persepsi. Maka dapat disimpulkan bahwa persepsi berpengaruh signifikan terhadap keputusan. Hal ini menunjukkan bahwa nasabah menggunakan jasa lembaga keuangan syariah yang di proksikan dengan Bank Syariah berdasarkan pada persepsi masing-masing nasabah.

Sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Oktariza (2018) dengan judul pengaruh persepsi nasabah dan margin terhadap keputusan pengambilan pembiayaan griya pada Bank Syariah Mandiri KCP Teluk Betung Bandar Lampung dengan hasil uji parsial. Persepsi nasabah memiliki pengaruh yang searah dengan keputusan memilih bank syariah atau dengan kata lain semakin tinggi persepsi nasabah akan semakin berpengaruh terhadap keputusan memilih bank syariah, demikian sebaliknya jika semakin rendah persepsi nasabah maka akan menyebabkan keputusan memilih bank syariah semakin rendah (Zuhirsyan & Nurlinda, 2018). Rahmawaty (2014) menyatakan terdapat pengaruh antara persepsi tentang produk bank syaria'ah terhadap minat menggunakan produk.

Sandria (2018) dalam penelitiannya menunjukkan bahwa bahwa persepsi mahasiswa STIE Muhammadiyah Jambi terhadap jasa perbankan syariah di Jambi sangat positif ditunjukkan dengan tingkat pemahaman mereka akan jasa perbankan syariah. Hal ini ditunjukkan dengan pemahaman mereka yang baik terhadap perbedaan antara perbankan konvensional dan perbankan syariah. Mereka juga telah meyakini bahwa perbankan syariah yang ada saat ini telah menjalankan manajemen dan produk-produk mereka secara syar'i. Bahkan mereka meyakini dengan baik bahwa menabung di bank syariah lebih memberi manfaat dibandingkan dengan di bank konvensional.

### **SIMPULAN**

Berdasarkan pengujian-pengujian yang telah dilakukan terhadap hipotesis yang telah diajukan sebelumnya, menghasilkan beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Religiusitas berpengaruh positif terhadap Keputusan Nasabah dalam Memilih Bank Syariah di Kota Tuban, Jawa Timur;
2. Persepsi berpengaruh positif terhadap Keputusan Nasabah dalam Memilih Bank Syariah di Kota Tuban, Jawa Timur.

Studi ini memiliki beberapa keterbatasan sebagai berikut:

1. Kerangka sampel yang digunakan adalah nasabah bank Bank Syariah Indonesia di Kota Tuban, maka temuan penelitian ini mungkin saja tidak dapat digeneralisir untuk nasabah bank syariah

lainnya di wilayah Jawa Timur, karena kota besar yang lain kemungkinan memiliki tingkat budaya serta lingkungan bisnis yang berbeda;

2. Desain penelitian ini terbatas menggunakan teknik regresi linier berganda, bagi peneliti mendatang, sebaiknya menggunakan metode analisis data selain teknik regresi linier berganda agar dapat diuji pengaruh hubungan antar variabel secara simultan, seperti SEM (*Structural Equation Model*)

#### DAFTAR RUJUKAN

- Abdurohman, D., Mukhlas, O. S., & Hakim, A. (2021). Perkembangan Pemikiran Norma Penghimpunan Dana dan Perwujudannya dalam Lembaga Keuangan Syariah (LKS). *Ecobankers: Journal of Economy and Banking*, 2(2), 115-130.
- Ahyar, M. K., & Abdullah, A. (2020). Membangun Bisnis dengan Ekosistem Halal. *Jurnal Pasar Modal dan Bisnis*, 2(2), 167-182.
- Anggraini, R. (2020). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Preferensi Nasabah Menabung Di Bank Syariah. *Rekaman: Riset Ekonomi Bidang Akuntansi dan Manajemen*, 4(2), 199-209.
- Apriyanti, H. W. (2018). Perkembangan Industri Perbankan Syariah di Indonesia: Analisis Peluang dan Tantangan. *Maksimum*, 8(1), 16-23.
- Asfino, A. A., & Prabowo, P. S. (2019). Peran BMT Bina Ummat Sejahtera Cabang Montong Melalui Pembiayaan Murabahah Dalam Upaya Penguatan Ekonomi UMKM. *Jurnal Ekonomi Islam*, 2(1).
- Bawono, A., & Oktaviani, M. F. R. (2016). Analisis Pemahaman, Produk, dan Tingkat Religiusitas terhadap Keputusan Mahasiswa IAIN Menjadi Nasabah Bank Syariah Cabang Salatiga. *Muqtasid: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 7(1), 29-53.
- Desiana, D. S., & Putri, N. K. (2018). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Untuk Menggunakan Jasa Perbankan Syariah Di Kota Tasikmalaya. *Akuntabilitas: Jurnal Ilmu Akuntansi*, 11(1).
- Dewi, A. (2020). Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Preferensi Nasabah Terhadap Bank Syariah Di Kota Palopo. *Jurnal Akuntansi STIE Muhammadiyah Palopo*, 4(2).
- Fahmi, I., Fachruddin, R., & Silvia, V. (2019, October). Analisis E-Business pada Keputusan Kewirausahaan Bisnis Digital (Sebuah Kajian Literatur Studi). In *prosiding seminar nasional kewirausahaan* (Vol. 1, No. 1, pp. 71-75).
- 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), 473-486.

- Kholid, A., & Rahmawati, R. (2020). Dampak implementasi restrukturisasi pembiayaan terhadap likuiditas bank syariah pada situasi pandemi covid-19. *El-Barka: Journal of Islamic Economics and Business*, 3(2), 282-316.
- Mahargiyantie, S. (2020). Peran Strategis Bank Syariah Indonesia Dalam Ekonomi Syariah Di Indonesia. *Al-Misbah*, 1(2), 199-208.
- Maisur, M. A., & Shabri, M. (2015). Pengaruh Prinsip Bagi Hasil, Tingkat Pendapatan, Religiusitas Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Menabung Nasabah Pada Bank Syariah Di Banda Aceh. *Jurnal Administrasi Akuntansi: Program Pascasarjana Unsyiah*, 4(2).
- Nasrullah, M., Harahap, I., & Ridwan, R. (2020, February). Problem dan Solusi Pengembangan Perbankan Syariah Kontemporer di Indonesia. In *Seminar Nasional Teknologi Komputer & Sains (SAINTEKS)* (Vol. 1, No. 1, pp. 584-589).
- Nastiti, A. S., & Firdaus, A. I. (2019). Menuju Tiga Dekade Perkembangan Perbankan Syariah di Indonesia. *JIAI (Jurnal Ilmiah Akuntansi Indonesia)*, 4(2).
- Raharjo, H., Wijayanti, A., & Dewi, R. R. (2020). Analisis Pengaruh Kinerja Keuangan Dan Inflasi Terhadap Profitabilitas Bank Umum Syariah Di Indonesia (Tahun 2014-2018). *Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Manajemen*, 16(1).
- Rahmawaty, A. (2014). pengaruh persepsi tentang bank syariah terhadap minat menggunakan produk di BNI Syariah Semarang. *Jurnal Addin*, 8(1), 1-28.
- Sandria, W. (2018). Persepsi Mahasiswa tentang Bank Syariah terhadap Keputusan Menabung di Perbankan Syariah. *Journal Development*, 6(2), 178-190.
- Sihombing, L. A., & Nuraeni, Y. (2019). Tindak Pidana Perbankan Berdasarkan Undang-undang Nomor 10 Tahun 1998 tentang Perubahan atas Undang-undang Nomor 7 Tahun 1992 tentang Perbankan. *Jurnal Hukum Positum*, 4(2), 1-13.
- Susanti, N. I., Inayah, N., & Hamzah, N. M. (2020). Pengaruh faktor keluarga, religiusitas dan kualitas produk terhadap keputusan nasabah memilih bank konvensional (Studi kasus Mahasiswa Ekonomi Syariah IAI Darussalam). *MALIA: Jurnal Ekonomi Islam*, 11(2), 221-240.
- Utami, W., Sangen, M., & Rachman, M. Y. (2015). Analisis pengaruh religiusitas, kelompok referensi dan motivasi terhadap keputusan menabung di bank syariah (Studi pada nasabah bank Syariah di kota Banjarmasin). *JWM (Jurnal Wawasan Manajemen)*, 3(1), 79-90.
- Zuhirsyan, M., & Nurlinda, N. (2018). Pengaruh Religiusitas dan persepsi nasabah terhadap keputusan memilih Bank Syariah. *Al-Amwal: Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syari'ah*, 10(1), 48-62.