

**Pengaruh Pengetahuan Masyarakat Tentang Perbankan Syariah Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Produk Bank Syariah Mandiri Cabang Stabat**

**Sri Wahyuni Hasibuan<sup>1</sup>, Ahmad Daud<sup>2</sup>, Yaumul Khair Afif<sup>3</sup>,**

**Senja Nuansa Febryola<sup>4</sup>, Subhan<sup>5</sup>**

<sup>1,2,3,4,5</sup>STAIS Jam'iyah Mahmudiyah Tanjung-Pura Langkat, Sumatera Utara, Indonesia

[yuni.hsb@gmail.com](mailto:yuni.hsb@gmail.com)<sup>1</sup>

**ABSTRACT**

*Sharia Bank is a place for activities that provide services to the public regarding payments in accordance with sharia principles. So far, public knowledge about Islamic banking is still very minimal. So it is very important to socialize to the public about the benefits of making transactions both saving and borrowing money and other activities in Islamic banks. So based on this phenomenology, this study aims to analyze the effect of public knowledge about Islamic banking on customer decisions to use products of Bank Syariah Mandiri Branch Stabat. This study was analyzed by quantitative research methods using the SPSS 17 approach. This research found that knowledge influences customer decisions to use the product of Bank Syariah Mandiri Branch Stabat.*

**Keywords: Knowledge, customer decisions, and Islamic Bank**

**ABSTRAK**

Bank Syariah adalah suatu tempat untuk beraktivitas yang memberikan pelayanan jasa terhadap masyarakat mengenai pembayaran yang sesuai dengan prinsip syariah. Sejauh ini pengetahuan masyarakat tentang perbankan syariah masih sangat minim. Maka sangat penting sosialisasi terhadap masyarakat tentang manfaat melakukan transaksi baik menabung maupun meminjam uang dan kegiatan lainnya di bank syariah. Maka berdasarkan fenomenologi tersebut penelitian ini bertujuan untuk menganalisa pengaruh pengetahuan masyarakat tentang perbankan syariah terhadap keputusan Nasabah Menggunakan Produk Bank Syariah Mandiri Cabang Stabat. Penelitian ini dianalisis dengan metode penelitian kuantitatif menggunakan pendekatan SPSS 17. Riset ini menemukan bahwa pengetahuan berpengaruh terhadap keputusan nasabah menggunakan produk Bank Syariah Mandiri Cabang Stabat.

**Kata Kunci: Pengetahuan, keputusan nasabah, dan Bank Syariah**

## PENDAHULUAN

Perkembangan perbankan syariah di Indonesia dimulai pada tahun 1992 yaitu yang memiliki payung hukum pada Undang-Undang Nomor 7 tahun 1992 tentang perbankan yang memuat ketentuan-ketentuan yang secara implisit memperbolehkan pengelolaan bank berdasarkan prinsip bagi hasil (*profit and loss sharing*), terutama melalui peraturan Pemerintah Nomor 72 Tahun 1992 tentang bank berdasarkan prinsip bagi hasil. Selanjutnya diperjelas melalui Undang-Undang Nomor 10 Tahun 1998 yang merupakan amandemen dari Undang-Undang Nomor 7 tahun 1992 serta dikeluarkannya fatwa Majelis Ulama Indonesia (MUI) Tahun 2003 banyak bank-bank yang menjalankan operasionalnya dengan menggunakan prinsip syari'ah (Antonio, 2001). Seiring adanya Undang-Undang tersebut perbankan syariah saat ini secara bertahap mengalami perkembangan. Indonesia mendapatkan kesempatan yang lebih besar untuk mengadakan kegiatan usaha dan berpeluang kepada bank konvensional untuk membuka kantor cabang yang operasional perbankannya menggunakan prinsip syariah. Di samping itu, perbankan syariah merupakan refleksi kebutuhan atas sistem perbankan yang dapat memberikan kontribusi stabilitas kepada sistem keuangan nasional. Indonesia yang berpenduduk mayoritas muslim terbesar di dunia berkontribusi bagi pertumbuhan dan pengembangan perbankan syariah dimasa yang akan datang.

Peran perbankan dalam memacu pertumbuhan perekonomian semakin strategis walaupun pengetahuan masyarakat terhadap bank syariah masih minim. Keputusan nasabah terhadap produk keuangan perbankan dapat dipengaruhi oleh minimnya pengetahuan masyarakat terhadap karakteristik perbankan itu sendiri. Dengan mengetahui tingkat pengetahuan masyarakat terhadap perbankan syariah, maka bank memiliki peluang yang kuat untuk mendesain produk yang ditawarkan agar lebih bersifat market driven. Struktur pengetahuan masyarakat yang sudah terbangun sudah sangat lama tidak mudah untuk mengenal system perbankan yang baru. Dengan bahasa lain seseorang muslim yang biasa melakukan transaksi di bank konvensional tidak mudah mengarahkannya agar menabung di bank syariah. Padahal sebagai seorang muslim sangat dianjurkan Agamanya menabung maupun meminjam dan kegiatan lainnya di lembaga keuangan tanpa riba. Selain itu permasalahan yang muncul masyarakat muslim masih mendominasi di perbankan konvensional. Berdasarkan permasalahan ini maka peneliti bertujuan untuk menganalisa bagaimana pengaruh pengetahuan terhadap keputusan nasabah menggunakan produk di perbankan syariah.

## TINJAUAN PUSTAKA

### Bank Syariah

Filosofi terbentuknya bank syariah bersumber dari adanya larangan riba di dalam Al-Quran dan al-Hadits seperti pada surah QS.Al-Baqarah/2:275. Ayat ini menegaskan bahwa Allah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba, dan apabila mereka mengambil riba maka mereka termasuk golongan penghuni neraka yang kekal. Hal itu akan menjadi kerugian bagi yang melakukan riba, dengan merasa lelah di dunia dan azab di akhirat dan ia tidak mendapatkan manfaat yang telah ia lakukan (mengambil riba).

Bank syariah adalah bank yang melakukan kegiatan usaha perbankan berdasarkan “prinsip syariah”. Sebagaimana telah ditegaskan dalam penjelasan umum UU Perbankan Syariah bahwa kegiatan usaha yang tidak bertentangan dengan prinsip syariah meliputi kegiatan usaha yang tidak mengandung unsur riba, *maisir*, *gharar*, *haram* dan *zalim* (Ascarya, 2007:30). Pendapat lain tentang perbankan Syariah adalah segala sesuatu yang menyangkut tentang bank syariah dan unit usaha syariah, mencakup kelembagaan, kegiatan usaha, serta cara dan proses dalam melaksanakan kegiatan usahanya. Bank syariah memiliki fungsi menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk titipan dan investasi dari pihak pemilik dana. Fungsi lainnya adalah menyalurkan dana kepada pihak lain yang membutuhkan dana dalam bentuk jual beli maupun kerja sama usaha (Ismail, 2017:29). Prinsip yang digunakan pada bank syariah diantaranya, *mudharabah* (bagi hasil) *musyarakah* (perkongsian), *musaqat* (kerja sama tani), *ijarah* (sewamenyewa), *wakalah* (keagenan).

Tujuan didirikannya perbankan syariah adalah untuk kemaslahatan manusia itu sendiri. Seperti yang dinyatakan (Kasmir, 2002:78) tujuan didirikannya bank syariah adalah meningkatkan usaha menuju kesejahteraan umat dengan mengaitkan pembangunan ekonomi dan sosial serta menyelamatkan umat islam dari badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya kepada masyarakat dalam bentuk kredit dan bentuk lainnya dalam rangka membayar dan menerima bunga yang termasuk perbuatan riba serta dampaknya tidak di kehendaki oleh Islam.

Bank Syariah adalah suatu perbankan yang melakukan kegiatan berupa menghimpun dana dari masyarakat baik dalam bentuk investasi maupun titipan, menyalurkan dana kepada masyarakat dalam bentuk jual beli maupun kerja sama

usaha yang mana segala kegiatan ini tidak haram, *gharar*, maisir, zalim dan riba atau sesuai dengan landasan alqur'an, hadits dan ijma' ulama.

### **Pengetahuan**

Secara etimologi definisi pengetahuan adalah kepercayaan yang benar. (Bakhtiar, 2010:85). Sedangkan secara *terminology* definisi pengetahuan adalah hasil dari aktifitas mengetahui, yakni tersingkapnya suatu kenyataan ke dalam jiwa hingga tidak ada keraguan terhadapnya (Mundiri, 2008:5).

Pengetahuan adalah hal yang diperoleh manusia melalui panca indera. Pengetahuan muncul ketika seseorang menggunakan inderanya untuk meraba suatu benda atau kejadian tertentu yang belum pernah dilihat atau dirasakan sebelumnya. Pengetahuan merupakan khasanah kekayaan mental secara langsung atau tidak langsung. Setiap pengetahuan mempunyai ciri-ciri yang spesifik mengenai apa, bagaimana, dan untuk apa (S, 2010). Pengetahuan dalam Islam mencakup dua pengertian; *pertama* sampainya ilmu dari Allah ke dalam jiwa manusia, dan *kedua*, sampainya jiwa manusia terhadap objek ilmu melalui penelitian dan kajian (Huasaini, 2013).

Adapun definisi pengetahuan nasabah tentang bank syariah adalah suatu informasi, edukasi, pengalaman tentang bank syariah yang tersimpan pada ingatan nasabah. Pengetahuan tentang bank syariah merupakan faktor utama nasabah melakukan kegiatan di perbankan syariah, baik itu menitip dana, berinvestasi, dan kegiatan lainnya. Maka pihak bank atau pemasar penting mengetahui sejauh mana pengetahuan nasabah tentang produk-produk yang di tawarkan oleh perbankan syariah.

### **Keputusan Nasabah**

Menurut (Philip Kotler & Kevin Lane Keller, 2009) bahwa perilaku konsumen dipengaruhi oleh faktor nilai dan budaya, keluarga, pembelajaran dan motivasi (atribut). Schiffman & Kanuk berpendapat bahwa anggota dari berbagai keputusan pembelian kelompok agama dipengaruhi oleh pengetahuannya tentang agama mereka. Pengambilan keputusan konsumen adalah proses pengintegrasian yang menggabungkan pengetahuan untuk mengevaluasi dua atau lebih perilaku alternative, dan memilih salah satu diantaranya (Nugroho, Perilaku Konsumen, 2013:342). Pendapat (Ajzen, 1991) yaitu dirasakan kontrol perilaku dapat menjelaskan varian yang cukup besar dalam perilaku niat dan tindakan. Menurut (Schiffman dan Leslie Lazar Kanuk, 1997), tindakan pengambilan keputusan konsumen terdiri dari tiga tahap:

- 1) Pengenalan kebutuhan

Pengenalan kebutuhan mungkin terjadi ketika konsumen dihadapkan dengan suatu "masalah". Di kalangan konsumen, tampaknya ada dua gaya pengenalan kebutuhan atau masalah yang berbeda. Beberapa konsumen merupakan tipe *keadaan yang sebenarnya*, yang merasa bahwa mereka mempunyai masalah ketika sebuah produk tidak dapat berfungsi secara memuaskan. Sebaliknya, konsumen lain adalah tipe *keadaan yang diinginkan*, di mana bagi mereka keinginan terhadap sesuatu yang baru dapat menggerakkan proses keputusan.

## 2) Penelitian sebelum pembelian

Penelitian sebelum pembelian dimulai ketika konsumen merasakan adanya kebutuhan yang dapat dipenuhi dengan membeli suatu produk. Ingatan kepada pengalaman yang lalu (yang ditarik dari penyimpanan ingatan jangka panjang) dapat memberikan informasi yang memadai kepada konsumen untuk melakukan pilihan sekarang ini. Sebaliknya, jika konsumen tidak mempunyai pengalaman sebelumnya, ia mungkin harus melakukan penelitian yang mendalam mengenai keadaan di luar dirinya untuk memperoleh informasi yang berguna sebagai dasar pemilihan.

## 3) Penilaian berbagai alternatif

Ketika menilai berbagai alternatif potensial, para konsumen cenderung menggunakan dua macam informasi: (a) "daftar" merk yang akan mereka rencanakan untuk dipilih (serangkaian merk yang diminati) dan (b) kriteria yang akan mereka pergunakan untuk menilai setiap merk. Melakukan pilihan dari *contoh* semua merk yang mungkin dapat dipilih merupakan karakter manusia yang membantu menyederhanakan proses pengambilan keputusan.

Berdasarkan konsep di atas seseorang akan mengambil keputusan menggunakan produk bank syariah yaitu menipit dana, berinvestasi dan melakukan kegiatan lainnya karena pengetahuannya tentang manfaat bank syariah. Dari pernyataan tersebut dapat dilihat bahwa seseorang akan mengambil keputusan untuk melakukan transaksi di bank syariah dikarenakan nasabah memiliki pengetahuan tentang perbankan syariah.

## METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif. Populasi dalam Penelitian ini adalah nasabah bank syariah mandiri cabang Kabupaten Langkat. Jumlah sampel 100 data menggunakan metode *accidental sampling* dan dapat diterima pada pengelolaan data SPSS 20. Dalam penelitian ini data yang diperoleh menggunakan angket dengan skala likert. Pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan tanggapan responden tentang produk penghimpunan dana, produk penyaluran dana dan produk jasa terlihat bahwa 11% (11 orang) dari responden yang menyatakan sangat tidak setuju, kemudian 36% (36 orang) dari responden yang menyatakan tidak setuju, sementara itu 26% (26 orang) dari responden yang menyatakan ragu-ragu. Dan yang menyatakan setuju sebesar 13% (13 orang) serta 5% (5 orang) yang menyatakan sangat setuju. Berdasarkan tanggapan responden tentang produk penghimpunan dana, produk penyaluran dana dan produk jasa paling banyak responden yang menjawab tidak setuju yaitu sebanyak 36% (36 orang). Dan tanggapan responden paling sedikit tentang produk penghimpunan dana, produk penyaluran dana dan produk jasa yaitu sangat setuju hanya 5% (5 orang). Dari nilai-nilai persentase yang diperoleh bahwa lebih dari sepertiga responden (36%) memilih TS, (tidak setuju) hal tersebut menunjukkan bahwa masih banyak masyarakat di Stabat yang tidak tahu tentang produk penghimpunan dana, produk penyaluran dana dan produk jasa pada perbankan syariah.

Hasil persamaan regresi didapatkan nilai koefisien variabel pengetahuan sebesar 0,305 dengan  $t$  hitung  $9,175 > 1,662$ , sehingga dapat dikatakan bahwa pengetahuan nasabah mempunyai pengaruh terhadap keputusan nasabah menggunakan produk bank syariah. Penelitian ini juga sejalan dengan temuan (Maskur Rosyid dan Halimatu Saidiah, 2016) yaitu nilai  $t$  hitung lebih besar dari  $t$  tabel ( $5,123 > 1,660$ ) yang menunjukkan adanya pengaruh perbankan terhadap minat menabung. Temuan ini juga sejalan dengan temuan (Jalaludin, 2015) bahwa terdapat hubungan yang positif antara pengetahuan konsumen dengan keputusan menjadi nasabah adalah sebesar 67,24%. Begitu juga dengan temuan (Sulistiyono, 2016) bahwa terdapat pengaruh pengetahuan terhadap keputusan konsumen menjadi nasabah bank syariah di BNI Syariah Kantor Kas Condong Catur Yogyakarta yang ditandai dengan nilai probabilitas  $0,275 > 0,05$ .

(Walker, 1997) berpendapat bahwa pengambilan keputusan merupakan sebuah pendekatan penyelesaian masalah pada kegiatan manusia membeli suatu produk guna memenuhi keinginan dan kebutuhan. Temuan ini sejalan dengan pendapat (Nugroho, 2013) pengambilan keputusan konsumen adalah proses pengintegrasian yang mengombinasikan pengetahuan untuk mengevaluasi dua atau lebih perilaku alternatif, dan memilih salah satu diantaranya. Dengan kata lain seseorang akan mengambil keputusan menggunakan produk bank syariah karena dipengaruhi oleh pengetahuannya tentang produk penghimpunan dana, produk penyaluran dana dan produk jasa yang ada di perbankan syariah.

## KESIMPULAN

Berdasarkan hasil dan pembahasan penelitian dapat disimpulkan bahwa pengetahuan masyarakat tentang bank Syariah di Stabat adalah kurangnya pengetahuan masyarakat hal ini dapat disebabkan minimnya sosialisasi dan informasi

yang didapatkan dari pihak bank Syariah sehingga menyebabkan masyarakat tidak mengetahui apa itu bank syariah dan produk-produk apa saja yang ada di bank Syariah. Sehingga pada penelitian ini menemukan lebih dari sepertiga responden (36%) memilih TS, (tidak setuju) hal tersebut menunjukkan bahwa masih banyak masyarakat di Stabat yang tidak tahu tentang produk penghimpunan dana, produk penyaluran dana dan produk jasa pada perbankan syariah. Hasil persamaan regresi didapatkan nilai koefisien variabel pengetahuan sebesar 0,305 dengan t hitung  $9,175 > 1,662$ , sehingga dapat dikatakan bahwa pengetahuan nasabah mempunyai pengaruh terhadap keputusan nasabah menggunakan produk bank syari'ah.

#### **SARAN**

Kepada *stakeholder* baik bank syariah, ulama, tokoh masyarakat hendaknya lebih giat lagi mensosialisasikan tentang manfaat bertransaksi di bank syariah. Kepada pihak bank agar mempromosikan produknya kepada masyarakat, serta lebih meningkatkan kemampuan untuk memperoleh sumber dana dimana hal ini nantinya berpengaruh terhadap perkembangan bank syariah itu sendiri. Kepada ulama hendaknya memberi pemahaman kepada masyarakat tentang bahaya riba dan pentingnya bermuamalah sesuai dengan prinsip syariat Islam sehingga nantinya diharapkan masyarakat beralih menggunakan produk bank-bank syariah terutama umat muslim.

**DAFTAR PUSTAKA**

- Ajzen. (1991). *The Theory of Planned Behavior, Organizational Behavior And Human Decision Prosses*.
- al-'Arabi, A. B. (n.d.). *Ahkam Al-Qur'an*. Beirut: Dar al-Fikr.
- al-Qardawi, Y. (1993). *Halal dan Haram Dalam Islam (Terjemahan Muhammad Hamidy)*. Bangil: Bina Ilmu, h. 19.
- al-Qardhawi, Y. (1997). *Norma dan Etika Ekonomi Islam. Terjemahan Zainul Arifin*. Jakarta: Gema Insani Press.
- Antonio, M. S. (2001). *Bank Syariah Dari Teori Ke Praktek*. Jakarta: Gema Insani.
- Arifin, Z. (2000). *Memahami Bank Syariah*. Jakarta: Alvabet.
- ar-Razi, F. (2003). *Tafsir al-Kabir Mafatih al-Ghaib*. Mesir, Cairo: Maktabah at-Taufiqiyah.
- Ascarya. (2007;30). *Akad dan Produk Bank Syariah*. Jakarta: Rajawali Press.
- At-Thabari, A. J. (2000). *Jami' al-Bayan fi Takwil al-Qur'an. Lebanon*. Lebanon: Muassasah: ar-Risalah, h.345.
- Bakhtiar, A. (2010;85). *Filsafat Ilmu*. Jakarta: Grafindo Persada.
- Chapra, M. U. (2008). *Ibn Khaldun Teori Does it help eplain the Low Performance of The Present –Day Moeslem World? Jurnal Sosial Ekonomi*, 836-863.
- Huasaini, A. (2013). *Filsafat Ilmu Perspektif Barat dan Islam*. Jakarta: Gema Insani.
- Ismail. (2017;29). *Perbankan Syariah*. Jakarta: Kharisma Putra Utama.
- Jalaludin, A. (2015). *Pengaruh Pengetahuan Konsumen Mengenai Perbankan Syariah Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Tabungan Wadiah. Jurnal Ekonomi Ilmu Manajemen Universitas Galuh Ciamis*.
- Kasmir. (2002;78). *Dasar-Dasar Perbankan*. Jakarta: Grafindo Persada.
- Maskur Rosyid dan Halimatu Saidiah. (2016 ). *Pengetahuan Perbankan Syariah dan Pengaruhnya Terhadap Minat Menabung Santri dan Guru. Sekolah Tinggi Ekonomi Syariah (STES) Islamic Village*, 38-45.
- Mathew,. V., N., Raudah,. A. M., & Nurazizah,. S. (2014). *Acceptance on Halal Food among Non Muslim Consumers. Procedia- Social and Behavioral Sciences*, 262-271.
- Mundiri. (2008;5). *Logika*. Jakarta: Raja Grafindo.
- Nugroho. (2013;342). *Prilaku Konsumen*. Jakarta: Kencana.
- Philip Kotler & Kevin Lane Keller. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT. Indeks.

Schiffman dan Leslie Lazar Kanuk. (1997). *Consumer behaviour*. N.J. Prentice-Hall.

Sulistiyono, M. A. (2016). Pengaruh Pengetahuan, Religiusitas, Promosi dan Tingkat Pendapatan Konsumen Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Bank Syariah. *Islamic Economic UII*, 446.

Walker, B. L. (1997). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.