



UNIVERSITAS TERBUKA

LAPORAN PENELITIAN

**PREFERENSI DAN PERMINTAAN MASYARAKAT
TERHADAP PRODUK BANK SYARIAH**
Studi Kasus : Bank Tabungan Negara Syariah (BTN Syariah)
Dan Bank Negara Indonesia Syariah (BNI Syariah)
Di Kabupaten Banyumas

Oleh :
Dra. Ambarwati
Drs. Jatno Sunarjo, M.Si
DR. Suprpto, M.S

**KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN
UNIVERSITAS TERBUKA
UNIT PROGRAM BELAJAR JARAK JAUH
PURWOKERTO
2012**

LEMBAR PENGESAHAN LAPORAN PENELITIAN KEILMUAN

1	Judul Penelitian	:	Preferensi dan Permintaan Masyarakat Terhadap Produk Bank Syariah (Studi Kasus : Bank Tabungan Negara Syariah (BTN Syariah) dan Bank Negara Indonesia Syariah (BNI Syariah) di Kabupaten Banyumas Jawa Tengah.
2	a Mata Kuliah	:	Ekonomi Syariah
	b Bidang Kajian	:	Keilmuan
3	Ketua Peneliti		
	a Nama Lengkap dan Gelar	:	Dra. Ambarwati
	b Jenis Kelamin	:	Perempuan
	c Pangkat, Golongan, NIP	:	Penata Tk I/III/d, 19550123 198601 2 001
	d Program Studi/Jurusan	:	Ekonomi dan Studi Pembangunan
	e Fakultas	:	Ekonomi
	f Alamat Rumah	:	Jl. Banowati No. 12 Purwokerto Lor, Kec. Purwokerto Timur Purwokerto Jawa Tengah
	g Nomor Telepon/HP	:	08122636896
	h Email	:	ambarwati@ut.ac.id
3	Nama anggota Peneliti (1 orang)	:	1. Jatno Sunarjo, Drs. M.Si 2. Suprpto, Drs. M.S. DR
4	Lama Penelitian	:	6 bulan
5	Biaya yang diperlukan	:	Rp. 20.000.000,- (Duapuluh juta rupiah)
6	Sumber Pembiayaan	:	LPPM Universitas Terbuka

Purwokerto,



Mengetahui,
Kepala Pusat Keilmuan

Ketua Peneliti

Dra. Ambarwati
NIP. 19550123 198601 2 001

Menyetujui,
Ketua Lembaga Penelitian dan
Pengabdian pada Masyarakat

.....
NIP.

.....
NIP.

ABSTRAK

Perbankan syariah merupakan sistem perbankan yang beroperasi menggunakan prinsip-prinsip syariah. Saat ini di Indonesia berkembang pesat, karena telah menjadi prioritas pilihan (preferensi) dan diminta oleh masyarakat termasuk di Banyumas. Dalam penelitian ini peneliti mengambil sampel Bank Tabungan Negara Syariah dan Bank Negara Indonesia Syariah diambil secara purposive sampling. Dari masing-masing bank diambil sampel nasabah sebanyak 75 orang secara acak. Hasil analisis statistik model logit, preferensi dipengaruhi secara signifikan oleh faktor fasilitas dan produk, sedang pada permintaan faktor popularitas dan informasi tentang bunga bank kharam berpengaruh secara signifikan.

DAFTAR ISI

		halaman
HALAMAN JUDUL		i
LEMBAR PENGESAHAN		ii
ABSTRAK		iii
DAFTAR ISI		iv
DAFTAR TABEL		v
DAFTAR GAMBAR		vi
DAFTAR LAMPIRAN		vii
I	PENDAHULUAN	
	A Latar Belakang	1
	B Rumusan Masalah	7
	C Tujuan Penelitian	8
	D Manfaat Penelitian	8
II	TINJAUAN PUSTAKA	
	A Tinjauan Teori	9
	B Penelitian Sebelumnya	16
III	METODE PENELITIAN	
	A Jenis Data	20
	B Metode Pengambilan Sampel	20
	C Definisi Operasional Variabel	21
	D Metode Pengumpulan Data	22
	E Metode Analisis Data	24
IV	HASIL DAN PEMBAHASAN	
	A Profil Subyek Penelitian	29
	B Analisis Data	35
V	KESIMPULAN DAN SARAN	
	A Kesimpulan	58
	B Saran	58
DAFTAR PUSTAKA		60

DAFTAR TABEL

			halaman
Tabel	1.1	Rekapitulasi Perkembangan Jumlah Kantor dan Asset Bank Syariah Tahun 2009 – 2011 di Wilayah Kerja Bank Indonesia Purwokerto	2
	1.2	Perkembangan Bank Syariah di Indonesia	4
	1.3	Indikator Utama Perbankan Syariah (dalam milyar rupiah)	4
Tabel	3.1	Bobot Nilai Skala Ranking	23
	4.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	38
	4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan Perbulan	38
	4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	39
	4.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan	40
	4.5	Karakteristik Responden Menurut Pengguna Bank Syariah	40
	4.6	Karakteristik Responden Menurut Pengguna Bank Syariah sekaligus Bank Konvensional	41
	4.7	Interpretasi Model untuk Permintaan Masyarakat dalam Memilih Bank Syariah	49
	4.8	Interpretasi Model Untuk Preferensi Masyarakat Terhadap Produk Bank Syariah	50

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perbankan syariah di Purwokerto menunjukkan perkembangan yang baik (lihat Tabel 1.1). Ini menandakan tingginya permintaan masyarakat terhadap sistem perbankan alternatif sebagai penyedia jasa keuangan yang didasari prinsip-prinsip syariah. Prinsip-prinsip syariah ini tidak dimiliki oleh bank konvensional yang menganut sistem bunga. Banyak masyarakat terutama kaum muslimin, meyakini bahwa bunga bank termasuk riba yang diharamkan. Ini seperti yang difatwakan oleh MUI Nomor 1 tahun 2004 tentang bunga (intersat/fa'idah) yang mengkharamkan bunga bank. Selain perbedaan penerapan sistem bunga pada bank konvensional, juga terhadap resiko usaha. Pada sistem bunga, balas jasa modal ditentukan berdasarkan prosentase tertentu dan resiko sepenuhnya ditanggung oleh salah satu pihak. Bagi nasabah yang bertindak sebagai deposan, resiko sepenuhnya berada pada pihak bank, sebaliknya apabila nasabah sebagai peminjam, resiko sepenuhnya berada ditangan peminjam. Sedangkan pada sistem syariah diterapkan sistem bagi hasil dimana jasa atas modal diperhitungkan berdasarkan keuntungan atau kerugian yang diperoleh yang didasarkan pada akad. Prinsip utama dari akad adalah keadilan antara pemberi modal dan pemakai modal. Prinsip ini berlaku baik bagi debitur maupun kreditur.

Dengan dikeluarkan UU No. 7 tahun 1992 tentang Perbankan yang telah dirubah dalam UU No. 10 tahun 1998, UU No. 23 tahun 1999 dan UU No. 9 tahun 2004 tentang Bank Indonesia yang melandasi beroperasinya sistem perbankan di Indonesia, maka perbankan syariah menjadi semakin berkembang. Perkembangan ini

juga dirasakan oleh masyarakat Purwokerto, dimana hampir semua bank mempunyai bagian yang khusus menggunakan sistem syariah.

Tabel 1.1. Rekapitulasi Perkembangan Jumlah Kantor dan Asset Bank Syariah Tahun 2009-2011 di Wilayah Kerja Bank Indonesia Purwokerto.

STATUS KANTOR		DEC - 09		DEC - 10		DEC - 11		FEB - 2012	
		BUS	BPRS	BUS	BPRS	BUS	BPRS	BUS	BPRS
KABUPATEN									
a	Kantor Pusat	0	6	0	7	0	7	0	7
b	Kantor Cabang	3	0	5	0	6	0	6	1
c	Pantor Cab. Pembantu	11	-	14	-	16	-	16	-
d	Kantor Kas	2	9	5	10	5	13	5	13
Jumlah Kantor		16	15	24	17	27	20	27	21

ASSET BANK SYARIAH/TAHUN		BUS	BPRS
		Dlm miliar rupiah	
1	Desember 2009	344.85	75.24
2	Desember 2010	457.82	103.78
3	Desember 2011	843.98	146.16

Sumber : Bank Indonesia Purwokerto, April 2012

Keterangan : BUS = Badan Usaha Syariah

BPRS = Bank Perkreditan Rakyat Syariah

Perbankan syariah dengan sistem bagi hasil, didasarkan pada dua alasan utama yaitu : (1) Adanya pandangan bahwa bunga (*interes*) pada bank konvensional hukumnya haram karena termasuk dalam kategori riba yang dilarang oleh agama, bukan saja pada agama Islam tetapi dilarang juga oleh agama lainnya. (2) Dari aspek ekonomi, penyerahan resiko usaha terhadap salah satu pihak dinilai melanggar norma keadilan. Dalam jangka panjang sistem perbankan konvensional akan menyebabkan penumpukkan kekayaan pada segelintir orang yang memiliki kapital besar (Sjahdeini, S. Remy, 1999).

Sebagaimana bank lainnya, usaha pokok dari bank syariah adalah menghimpun dana dari masyarakat dan menyalurkan kembali kepada masyarakat dalam bentuk kredit serta jasa – jasa lain dalam pembayaran yang beroperasi berdasarkan prinsip – prinsip syariah (Heri Sudarsono, 2005 : 90). Operasi bank syariah berdasarkan pada ketentuan – ketentuan syariat Islam dengan mengedepankan

hubungan persaudaraan secara Islam dengan menghindari praktik– praktik perbankan umum yang mengandung unsur riba serta berinvestasi atas dasar bagi hasil dan pembiayaan perdagangan. Operasi bank syariah sesuai dengan pengembangan usaha kecil menengah, karena penggunaan perangkat bagi hasil yang besar kecilnya ditentukan berdasarkan besar kecilnya hasil usaha yang diperoleh.

Sejak diberlakukannya UU No. 10 tahun 1998 tentang Perbankan dan UU No. 7 tahun 1992 yang memberikan peluang lebih besar bagi pengembangan bank syariah dengan memberi ijin kepada bank umum konvensional untuk membuka cabang Usaha Unit Syariah (UUS) atau konversi sebuah bank konvensional menjadi bank syariah. Hal ini menyebabkan perkembangan bank syariah di Indonesia menjadi sangat pesat, seperti terlihat pada Tabel 1.2 berikut ini :

Tabel 1.2 Perkembangan Bank Syariah di Indonesia

Indikasi	1998 KP/ UUS	2003 KP/ UUS	2004 KP/ UUS	2005 KP/ UUS	2006 KP/ UUS	2007 KP/ UUS	2008 KP/ UUS	2009 KP/ UUS	2010 KP/ UUS	2011 KP/ UUS
BUS	1	2	3	3	3	3	5	6	11	11*)
UUS	-	8	15	19	20	25	27	25	23	23*)
BPRS	76	84	88	92	105	114	139	139	150	154*)

Sumber : BI, Statistik Perkembangan Syariah , Juni 2011

Keterangan :

*) sampai Juni 2011

BUS = Badan Usaha Syariah

UUS = Unit Usaha Syariah

BPRS = Bank Perkreditan Rakyat Syariah

KP/UUS = Kantor Pusat/Unit Usaha Syariah

Bila dilihat dari jumlah, maka perkembangan bank syariah di Indonesia selalu meningkat. Hal ini menunjukkan para pemilik usaha perbankan memiliki kesadaran bahwa

masyarakat di Indonesia semakin membutuhkan layanan bank dengan sistem syariah. Bila ditinjau dari indikator perbankan syariah ternyata juga menunjukkan peningkatan, sehingga hal ini sebagai bukti bahwa masyarakat memang benar membutuhkan atau mendapat respon yang baik dari masyarakat.

Tabel 1.3 Indikator Utama Perbankan Syariah (dalam milyar rupiah)

Indikasi	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011*)
Aset	7.945	15.210	20.880	28.722	36.537	49.555	66.090	97.519	109.750
DPK	5.725	11.718	15.584	20.672	28.011	36.852	52.271	76.036	87.025
Pembiayaan	5.561	11.324	15.270	20.445	27.944	38.198	46.886	68.181	82.616
FDR (%)	97,14	96,64	97,76	98,90	99,76	103,65	89,70	89,67	94,93
NDF(%)	2,34	2,38	2,82	4,75	4,07	3,95	4,01	3,02	3,55

Sumber : BI, Statistik Perkembangan Syariah, Juni 2011

Ket. : *) posisi bulan Juni 2011

Instrumen penghimpunan dana yang biasanya ditawarkan oleh bank syariah (Perwaatmaja K dan Syafi’I M, 1999), antara lain :

1. *Giro Wadiah*, merupakan rekening simpanan yang dapat digunakan oleh nasabah untuk menitipkan / menyimpan dana, dimana dana yang disimpan dapat diambil setiap saat dan nasabah berhak mendapatkan bonus dari keuntungan pemanfaatan dana giro oleh bank.
2. *Deposito Mudharabah*, suatu deposito berjangka dimana deposan menerima imbalan dalam bentuk bagi hasil keuntungan berdasarkan kesepakatan yang telah ditentukan bersama.
3. *Tabungan Mudharabah*, tabungan dimana penabung memperoleh imbalan berupa pembagian keuntungan (bagi hasil) sesuai dengan yang disepakati.
4. *Al Qard Ul Hasan*, merupakan jenis rekening yang dapat digunakan untuk

mengelola dana dari zakat, infaq dan sadaqah (ZIS).

Dalam pemanfaatan produk perbankan syariah, masyarakat dapat menjadi nasabah lebih dari satu jenis produk/jasa perbankan dan juga dapat lebih dari satu bank. Jenis produk yang paling banyak diambil oleh masyarakat yaitu tabungan yang dilengkapi dengan pemanfaatan teknologi online berupa anjungan tunai mandiri (ATM). Karena jenis produk ini paling mudah dan aman serta sesuai dengan kebutuhan. Alasan atau motivasi utama dalam memanfaatkan produk penghimpunan dana adalah keamanan, pelayanan yang cepat, dan kemudahan dalam bertransaksi. Alasan akan adanya hadiah, undian dan tingkat bunga tabungan bukan merupakan alasan atau motivasi utama masyarakat.

Nasabah bank syariah menyimpan uangnya dalam bentuk tabungan, baik dalam bentuk tabungan *mudharabah* maupun *wadiah mudharabah* serta gabungan antara keduanya (deposito). Simpanan dalam bentuk deposito di bank syariah nampaknya belum banyak diminati oleh masyarakat. Hal ini disebabkan masyarakat belum terbiasa dan belum tahu mekanisme penabungan melalui deposito dengan sistem bagi hasil. Bagi nasabah bank syariah, motivasi menyimpan uang di bank dengan sistem syariah lebih banyak didasarkan pada pelayanan yang cepat, sesuai dengan syariat Islam dan tidak menggunakan sistem bunga. Ada beberapa kasus dilokasi penelitian dijumpai nasabah bank syariah yang menganggap bahwa bank syariah menerapkan sistem syariahnya, jika nasabah akan menyimpan uangnya di bank syariah tersebut. Akan tetapi pada saat nasabah meminjam uang di bank syariah, sistem syariah kadang tidak diterapkan sehingga nasabah dibuat bingung. Bahkan terkadang bunga pinjaman di bank yang menamakan dirinya sebagai bank syariah lebih tinggi dibandingkan bunga bank konvensional (Hasil penelitian di Jawa Barat oleh Ratnawati dkk tahun 2000 : 18)

Alasan utama masyarakat menurut Syahyuti (2005 : 20) menjadi nasabah bank syariah adalah pada prinsip kekhallalan dan kethoyiban sesuai ajaran agama Islam dan karena bank syariah menetapkan prinsip kemitraan melalui produk pembiayaan bagi hasil sekaligus bagi resiko usaha. Bagi masyarakat yang memanfaatkan produk dan jasa bank syariah, perilakunya dipengaruhi oleh pertimbangan aksestabilitas bank, keamanan dan pertimbangan pelayanan, sebagaimana pertimbangan dalam memilih bank secara umum. Alasan yang mendasari kecenderungan ini adalah sistem perhitungan lebih mudah dan adanya kepastian bagi kedua belah pihak terhadap besarnya nilai margin yang disepakati. Sebagian besar nasabah syariah memutuskan untuk terus menjadi nasabah bank syariah.

Dari uraian diatas, terlihat bahwa bank syariah memiliki potensi pengembangan cukup besar dengan adanya kebutuhan masyarakat dan dukungan kebijakan pengembangan yang kuat. Oleh karena itu penulis mengambil judul **“PREFERENSI DAN PERMINTAAN MASYARAKAT TERHADAP PRODUK BANK SYARIAH (Studi Kasus : Bank Tabungan Negara Syariah (BTN Syariah) dan Bank Negara Indonesia Syariah (BNI Syariah) di Kabupaten Banyumas Jawa Tengah)”**.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka rumusan masalah penelitian ini adalah :

1. Faktor-faktor apa yang mendorong masyarakat untuk mengambil keputusan memilih (preferensi) bank syariah .
2. Faktor-faktor apa yang dominan dalam menentukan permintaan masyarakat terhadap produk bank syariah.

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah diatas, maka dapat ditetapkan tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Menganalisis faktor-faktor yang mendorong masyarakat mengambil keputusan memilih (preferensi) bank syariah.
2. Menganalisis faktor-faktor yang dominan dalam menentukan permintaan masyarakat terhadap produk bank syariah.

D. Manfaat penelitian :

Dari hasil penelitian ini diharapkan dapat dimanfaatkan untuk :

1. Dijadikan sebagai informasi dan bahan pertimbangan bagi manajemen bank syariah dalam mengembangkan bank syariah agar dapat lebih kompetitif daripada bank konvensional.
2. Memberikan alternatif pilihan bagi masyarakat dalam menentukan lembaga keuangan bank yang sesuai dengan prinsip syariat Islam.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Tinjauan Teori

1. Produk Bank Syariah

Salah satu produk yang ditawarkan oleh perbankan syariah adalah produk penghimpunan dana. Produk penghimpunan dana di bank syariah dapat berbentuk tabungan, giro dan deposito. Prinsip yang diterapkan pada produk penghimpunan dana adalah wadiah dan mudharabah (Muhammad, 2002)

a. Prinsip Wadi 'ah.

Al-wadiah dalam segi bahasa dapat diartikan sebagai meninggalkan atau meletakkan sesuatu pada orang lain untuk dipelihara dan dijaga. Dari aspek teknis, wadiah dapat diartikan sebagai titipan murni dari satu pihak ke pihak lain, baik individu maupun badan hukum yang harus dijaga dan dikembalikan kapan saja si penitip menghendaki.

Prinsip wadi'ah yang diterapkan bank syariah adalah :

Prinsip wadiah yang diterapkan adalah wadiah *yad dhamanah* yang diterapkan pada produk rekening giro. Prinsipnya pihak yang dititipi (bank) bertanggung jawab atas keutuhan harta titipan sehingga ia boleh memanfaatkan harta titipan tersebut.

Wadiah *dhamanah* berbeda dengan wadiah *amanah*. Dalam wadiah *amanah* pada prinsipnya harta titipan tidak boleh dimanfaatkan oleh yang dititipi.

Sedangkan dalam wadiah *dhamanah* pihak yang dititipi (bank) bertanggung jawab atas keutuhan harta titipan sehingga ia boleh memanfaatkan harta titipan tersebut.

Karena wadiah yang diterapkan dalam produk giro perbankan ini juga disifati dengan *yad dhamanah*, maka implikasi hukumnya sama dengan *qardh*,

dimana nasabah bertindak sebagai yang meminjamkan uang dan bank bertindak sebagai yang dipinjami.

Ketentuan dari produk ini adalah :

Keuntungan atau kerugian dari penyaluran dana menjadi hak milik atau ditanggung bank, sedang pemilik dana tidak dijanjikan imbalan dan tidak menanggung kerugian.

Bank harus membuat akad pembukaan rekening yang isinya mencakup izin penyaluran dana yang disimpan dan yang disepakati selama tidak bertentangan dengan syariat islam. Khususnya bagi pemilik rekening giro, bank dapat memberikan buku cek, bilyet giro dan debit card.

Terhadap pembukaan rekening, bank dapat mengenakan penggantian biaya administrasi untuk menutupi biaya yang benar – benar terjadi.

Bank dimungkinkan memberikan bonus kepada pemilik dana sebagai suatu insentif untuk menarik dana masyarakat namun tidak boleh diperjanjikan dimuka.

Ketentuan lain yang berkaitan dengan rekening giro tetap berlaku selama tidak melanggar syariat islam.

b. Prinsip mudharabah

Dalam prinsip mudharabah, penyimpanan dana atau depositan bertindak sebagai *shahibul maal* (pemilik dana) dan bank sebagai *mudharib* (pengelola).

Rukun mudharabah yaitu : ada mudharib, ada shahibul maal, ada usaha yang akan dibagi hasil, ada nisbah dan ada ijab Kabul. Prinsip mudharabah ini diaplikasikan pada produk tabungan berjangka dan deposito berjangka.

Berdasarkan kewenangan yang diberikan oleh pihak shahibul maal, prinsip mudharabah dibagi menjadi dua :

1) *Mudharabah Mutlaqah*

Dalam mudharabah mutlaqah tidak ada pembatasan bagi bank dalam menggunakan dana yang dihimpun. Bank memiliki kebebasan penuh untuk menyalurkan dana ini ke bisnis manapun yang diperkirakan menguntungkan.

Ketentuan dari produk ini adalah :

Bank wajib memberitahukan kepada pemilik dana mengenai nisbah dan tata cara pemberitahuan keuntungan dan / atau pembagian keuntungan secara resiko yang dapat ditimbulkan dari penyimpanan dana.

Untuk tabungan mudharabah, bank dapat memberikan buku tabungan serta kartu ATM atau alat penarikan lainnya. Untuk deposito mudharabah bank wajib memberikan sertifikat atau tanda penyimpanan deposito kepada deposan.

Ketentuan lain yang berkaitan dengan tabungan dan deposito sepanjang tidak melanggar syariat islam.

2) *Mudharabah Muqayyadah*

Mudharabah muqayyadah ini ada dua jenis :

a) *Mudharabah Muqayyadah on Balance Sheet.*

Merupakan simpanan khusus dimana pemilik dana dapat menetapkan syarat – syarat tertentu yang harus dipenuhi pihak bank. Karakteristik jenis simpanan sisi adalah :

Pemilik dana wajib menetapkan syarat – syarat tertentu yang harus diikuti bank dan wajib membuat akad yang mengatur persyaratan penyaluran dana simpanan khusus.

Bank wajib memberitahukan kepada pemilik dana mengenai nisbah dan tata cara pemberitahuan keuntungan dan / atau pembagian keuntungan secara resiko yang dapat ditimbulkan dari penyaluran dana.

Bank menerbitkan bukti simpanan khusus sebagai bukti simpanan.

Untuk deposito mudharabah, bank wajib memberikan sertifikat kepada deposan.

b) *Mudharabah Muqayyadah off Balance Sheet.*

Bank bertindak sebagai perantara yang mempertemukan antara pemilik dana dengan pelaksana usaha. Pemilik dana dapat menetapkan syarat – syarat yang harus dipatuhi oleh bank dalam mencari bisnis. Karakteristik jenis simpanan ini adalah : sebagai tanda bukti simpanan bank menerbitkan bukti simpanan khusus. Dana simpanan khusus harus disalurkan secara langsung kepada pihak yang diamanatkan oleh pemilik dana. Bank menerima komisi atau jasa mempertemukan kedua belah pihak. Sedangkan antara pemilik dan pelaksana usaha berlaku nisbah bagi hasil. Instrumen penghimpunan dana yang banyak diminati oleh nasabah bank syariah adalah : *Giro Wadiah, Deposito Mudharabah, Tabungan Mudharabah dan Al Qardh Ul Hasan.* Qardh sendiri adalah pinjaman uang. Aplikasi qardh dalam perbankan ada tiga hal :

Pinjaman talangan haji, nasabah calon haji diberikan pinjaman oleh bank untuk memenuhi syarat penyetoran biaya haji. Nasabah akan melunasi sebelum keberangkatann ke tanah suci.

Pinjaman tunai dari produk kartu kredit, nasabah diberi kebebasan dalam menarik uang milik bank. Nasabah akan mengembalikan sesuai dengan waktu yang telah ditentukan.

Pinjaman kepada pengusaha kecil, dimana peminjam akan diberikan pembiayaan dengan skema bagi hasil.

2. Pengetahuan Terhadap Produk – Produk Perbankan Syariah.

Salah satu faktor yang cukup penting dalam mengkaji pengembangan bank syariah adalah melalui pengetahuan masyarakat terhadap keberadaan bank syariah. Dari sejumlah responden yang dihubungi terutama di Jawa Tengah dan Di Yogyakarta maka terdapat 70,53 persen yang menyatakan bahwa mereka telah mendengar tentang bank syariah (Muhammad, 2002). Pengetahuan ini sebagian besar hanya berkisar pada nama 'Bank Syariah', akan tetapi tentang sistem dan produk bank syariah masih sangat terbatas. Pengetahuan tentang bank syariah ini sebagian besar mereka dapatkan dari teman / saudara. Hasil ini telah memberikan bukti bahwa selama ini bank syariah belum melakukan promosi yang cukup gencar terutama melalui media elektronik maupun media cetak.

3. Sikap Terhadap Produk Bank Syariah

Adanya pengetahuan tentang perbankan syariah tentu saja sangat dipengaruhi sikap masyarakat terhadap produk-produk perbankan syariah. Dari hasil penelitian (Muhammad, 2002) ternyata terlihat bahwa sebagian besar responden menyatakan tidak tahu (84,40 persen). Ketidaktahuan masyarakat terhadap produk perbankan syariah ini sebetulnya lebih banyak masih terbatasnya jumlah perbankan syariah yang ada di Jawa Tengah dan DIY, sehingga akan menjadi sangat wajar apabila sebagian masyarakat belum mampu mensikapi produk perbankan syariah.

4. Preferensi dan Permintaan Terhadap Produk Bank Syariah

Dalam ilmu ekonomi permintaan diartikan sebagai skedul, kurva atau fungsi yang menunjukkan berbagai jumlah suatu produk yang para konsumen ingin dan

mampu membeli pada berbagai tingkat harga yang mungkin selama periode waktu tertentu. Disini kata ingin dan mampu merupakan faktor pendorong untuk seseorang menetapkan suatu permintaan. Bila diterapkan pada perbankan syariah, maka kedua kata merupakan pendorong bagi masyarakat untuk memilih dan meminta produk perbankan syariah.

Faktor pendorong untuk membentuk permintaan :

- a. Selera. Selera merupakan kecocokan hati terhadap sesuatu barang ataupun jasa. Selera konsumen terhadap suatu produk bisa berubah-ubah karena pengaruh iklan atau sosialisasi/promosi. Hal ini menyangkut pengetahuan konsumen terhadap suatu produk.
- b. Banyaknya konsumen yang telah meminta. Pada perbankan syariah semakin banyak masyarakat yang telah menjadi nasabah, maka semakin banyak pula masyarakat yang ingin masuk menjadi nasabah.
- c. Pendapatan konsumen. Pengaruh perubahan pendapatan terhadap permintaan khususnya pada produk perbankan syariah berhubungan erat dengan kemampuan untuk menabung.
- d. Ekspektasi (harapan). Ekspektasi para konsumen terhadap keamanan, kenyamanan dan keadilan dari konsumen (nasabah) terhadap produk layanan perbankan syariah menentukan pilihan (preferensi) dan permintaan masyarakat untuk bergabung menjadi nasabah bank syariah.

B. Penelitian Sebelumnya

1. Penelitian yang dilakukan oleh Pusat Penelitian Kajian Pembangunan Lembaga Penelitian Universitas Diponegoro yang bekerjasama dengan Bank Indonesia. (2000), memaparkan preferensi masyarakat terhadap sistem perbankan syariah di

wilayah Jawa Tengah dan daerah Istimewa Yogyakarta: Secara umum pandangan responden terhadap keuntungan relatif sekitar 51,80 persen yang menyatakan setuju, sangat setuju (1,93 persen) dan hanya 2,27 persen yang menyatakan tidak setuju. Sedangkan sisanya adalah sebesar 44,00 persen menyatakan bahwa mereka masih ragu-ragu karena belum mengetahui betul tentang Perbankan Syariah. Besarnya proporsi mereka yang menyetujui terhadap keuntungan relatif ini kemungkinan disebabkan oleh pengetahuan tentang sistem bagi hasil yang diterapkan pada perbankan syariah. Tingkat kompatibilitas yang menggambarkan pandangan responden tentang kecocokan penerapan sistem bagi hasil maka terlihat ada 45,07 persen yang menyatakan tidak tahu. Hal ini lebih banyak disebabkan karena sebagian besar responden belum menjadi nasabah perbankan syariah. Sedangkan proporsi terbesar justru mereka yang menyatakan tidak setuju (52,93 persen). Hal ini kemungkinan disebabkan belum banyaknya responden yang belum mempunyai pengalaman menjadi nasabah perbankan syariah. Tingkat kompleksitas menggambarkan sampai seberapa jauh Perbankan Syariah mempunyai dimensi universal yang menyangkut aspek ekonomi dan sosial. Secara keseluruhan terlihat sebagian besar responden atau 63,93 persen yang menyatakan setuju dan 22,60 persen yang menyatakan sangat setuju. Hasil ini mencerminkan bahwa sistem perbankan syariah dianggap mempunyai keuntungan multi dimensi antara lain keuntungan ekonomi, sosial dan agama. Tingkat triabilitas menggambarkan tentang tingkat pencarian informasi yang berkaitan dengan sistem perbankan syariah. Secara keseluruhan terdapat 53,3 persen yang menyatakan setuju dan 17,0 persen yang menyatakan sangat setuju, sedangkan yang tidak setuju terdapat 29,47 persen. Hasil ini memberikan gambaran bahwa sebagian besar responden mengaku telah mencoba mencari informasi lebih lanjut berkaitan dengan

sistem dan produk perbankan syariah.

2. Penelitian tentang Preferensi Masyarakat Terhadap Bank Syariah (Studi Kasus Bank Muamalat Indonesia dan BNI Syariah) dalam Simposium Nasional I : Sistem Ekonomi Islam Khairunnisa (2001: 127) mengemukakan bahwa preferensi masyarakat terhadap bank syariah dikarenakan beberapa faktor, yaitu :

a. Faktor Agamis

Metawa dan Almosawi (1998) menemukan bukti bahwa keputusan nasabah dalam memilih bank adalah karena lebih didorong faktor agama, dimana nasabah menekankan pada hakekatnya terhadap prinsip – prinsip Islam, juga didorong oleh faktor keuntungan, dorongan keluarga dan teman juga lokasi. Berdasarkan beberapa faktor tersebut selanjutnya dihubungkan dengan karakteristik responden, misal pendapatan dan pendidikan yang menunjukkan hasil signifikan untuk menanti prinsip Islam mempengaruhi keputusan responden untuk memilih bank syariah.

b. Faktor Ekonomi

Menurut Gerrad dan Cunningham (1997) melalui studi empirisnya menunjukkan bahwa sikap muslim dan non – muslim dalam memilih bank syariah secara signifikan tidak berbeda, dimana mereka memilih bank syariah karena pelayanan yang cepat dan efisien, kerahasiaan bank, reputasi dan image bank, ringannya biaya cek dan tersedianya tempat parkir. Ada perbedaan preferensi agamis dan pihak luar bagi nasabah di Bank Muamalat Indonesia dan Bank BNI Syariah dalam menabung. Tidak adanya perbedaan preferensi ekonomis bagi nasabah di Bank Mumalat Indonesia dan Bank BNI Syariah dalam

menabung. Ada hubungan antara faktor selera ekonomis dan faktor agamis dalam menabung di bank syariah.

Kesimpulan dari penelitian tersebut adalah mengindikasikan bahwa nasabah mempertimbangkan dua tingkat kepuasan dalam menabung di bank syariah, yaitu duniawi dan ukhrawi (akhirat). Karena setiap muslim dituntut untuk mencapai kebahagiaan dunia dan akhirat, yaitu melalui pemenuhan kebutuhan yang menunjang hidup di dunia dan di akhirat. Hal ini merupakan konsep berfikir seorang muslim yang mengandung *time horizon* yang luas, yaitu sekarang dan nanti.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Data

1. Data Primer

Data primer adalah data yang diperoleh secara langsung dari sumber yang diteliti. Data ini dikumpulkan dengan cara peneliti menyebarkan kuisioner sebanyak 150 buah kepada nasabah bank syariah.

2. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh dari pihak tertentu yang berhubungan dengan penelitian. Data ini diperoleh dengan cara :

- a. Pencatatan, yaitu dengan mencatat dari laporan – laporan yang mendukung penelitian.
- b. Studi Kepustakaan, yaitu metode pengumpulan data dengan membaca literature yang berhubungan dengan obyek penelitian.

B. Metode Pengambilan Sampel

1. Populasi

Populasi adalah keseluruhan subyek penelitian. Dalam hal ini, populasi mencakup setiap nasabah ataupun non nasabah BTN Syariah dan BNI Syariah.

2. Sampel

Sampel dalam penelitian ini diambil dengan menggunakan purposive sampel, yaitu teknik penentuan sample dengan pertimbangan tertentu. Misalnya akan melakukan penelitian tentang preferensi masyarakat dalam

menggunakan produk-produk bank syariah, maka sampelnya adalah masyarakat yang sudah menjadi ataupun belum menjadi nasabah BTN Syariah dan BNI Syariah tetapi mereka menggunakan produk-produk bank syariah tersebut. Sampel ini cocok digunakan untuk penelitian kualitatif (Sugiyono, 2004). Dalam penelitian ini jumlah sample yang akan diteliti sebanyak 150 responden.

C. Definisi Operasional Variabel

1. Variabel Independen

- a. Pelayanan yang diberikan oleh karyawan bank syariah secara keseluruhan (Profesionalitas). Variabel ini diukur dari pelayanan *front office* maupun *back office*.
- b. Kemudahan untuk mengakses produk atau layanan bank syariah.
- c. Fasilitas, berupa kemudahan nasabah dalam bertransaksi yaitu dalam hal menarik dan atau menyimpan di bank syariah Banyumas.
- d. Persepsi masyarakat tentang informasi haramnya bunga bank.
- e. Popularitas atau ketenaran bank syariah.
- f. Variasi dan pilihan produk bank syariah yaitu produk– produk yang ditawarkan oleh bank syariah dengan prinsip penghimpunan dana, seperti tabungan mudharabah, tabungan wadiah, tabungan batara, deposito mudharabah dan sebagainya.

2. Variabel Dependen

Dengan adanya faktor – faktor yang mempengaruhi tersebut, maka timbul dua faktor yang di pengaruhi yaitu :

- a. Keputusan masyarakat dalam meminta produk bank syariah. Dengan menggunakan indikator kualitatif, yaitu jika $Y = 0$ berarti menggunakan bank

konvensional dan jika $Y = 1$ berarti menggunakan bank syariah.

- b. Preferensi masyarakat terhadap produk – produk bank syariah. Dengan asumsi jika $Y = 0$ berarti tidak ada preferensi dan jika $Y = 1$ berarti ada preferensi.

D. Metode Pengumpulan Data

Alat yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner (angket), yaitu teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan tertulis kepada nasabah maupun non – nasabah untuk dijawab (Sugiyono, 2004). Sebelum pelaksanaan penelitian, maka kuesioner akan diuji coba untuk mendapatkan kuesioner yang valid dan reliabel.

Dalam penyusunan kuisisioner ini penulis menggunakan skala likert yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomenal sosial. Dengan skala likert, maka variable yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel yang kemudian dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item – item instrumen yang dapat berupa pertanyaan atau pernyataan. Jawaban setiap item intrumen yang menggunakan skala likert mempunyai gradasi dari sangat positif sampai sangat negatif, yang dapat berupa kata – kata.

Untuk keperluan analisis kuantitatif, maka jawaban itu diberi nilai, misalnya :

Tabel 3.1. Bobot Nilai- Nilai Skala Ranking

Pernyataan	Bobot
Sangat setuju diberi nilai	5
Setuju diberi nilai	4
Netral diberi nilai	3

Tidak Setuju diberi nilai	2
Sangat tidak setuju diberi nilai	1

Penggunaan skala pengukuran ini dengan pertimbangan bahwa skala tersebut sudah mempunyai interval. Variabel bersifat *continue* dan tidak dikotom. Dengan menggunakan ukuran yang mempunyai interval tersebut sudah memungkinkan untuk mengukur tingkatan preferensi masyarakat dari yang paling rendah sampai yang paling tinggi. Kata kunci dari skala tersebut adalah setuju. Hal ini berarti jika jawaban responden yang berkaitan dengan preferensi masyarakat terhadap produk bank syariah adalah positif yang bernilai 1 (satu), maka jawaban mereka adalah setuju (4) dan sangat setuju (5), sedangkan apabila jawaban mereka adalah netral (3), tidak setuju (2) atau sangat tidak setuju (1) maka berarti tidak ada preferensi masyarakat terhadap produk bank syariah di Banyumas atau bernilai 0 (nol). Begitu juga untuk variabel keputusan masyarakat dalam meminta produk bank syariah.

E. Metode Analisis Data

Dalam menganalisis data, penelitian ini menggunakan metode analisis kuantitatif dan kualitatif.

1. Metode Kuantitatif

Data yang berasal dari opini responden yang bersifat kuantitatif diubah menjadi angka – angka, sehingga dapat dilakukan analisis secara kuantitatif, yaitu dengan cara menilai/memberi bobot pada jawaban yang diberikan oleh responden. Adapun metode analisis kuantitatif yang digunakan adalah model regresi dengan dependen variabel yang bersifat kualitatif, yaitu model logit.

Alasan memilih model tersebut adalah dikarenakan dalam model regresi ini mengandung variabel dependen yang bersifat kualitatif sehingga harus lebih dahulu perlu diformulasikan bentuk model regresi yang akan ditaksir. Disamping itu, model logit mampu meminimalkan atau menghilangkan situasi *heteroscedasticity* dalam *error terms* dan tidak realistisnya nilai – nilai yang diperkirakan akan diperoleh Y_i sebagai hasil perhitungan regresi. Karena Y adalah kualitatif maka dalam penelitian ini tidak digunakan model Regresi Linier Sederhana, tetapi digunakan model Logit. Model logit ini dinyatakan dalam suatu bentuk probabilitas dimana variabel dependen adalah logaritma dari probabilitas suatu situasi atau atribut akan berlaku dengan syarat atau kondisi variabel– variabel bebas tertentu. Perkataan logit didasarkan atas adanya asumsi mengenai fungsi variabel random yang diteliti yang berbentuk *Logistic Distribution Function* (Arief, 1993 : 65).

Dalam penelitian ini akan membahas tentang preferensi masyarakat terhadap produk – produk bank syariah dan keputusan masyarakat dalam memilih produk bank syariah. Dari 100 responden yang diambil, peneliti ingin menguji apakah kesemua variabel independen itu berpengaruh atau tidak terhadap preferensi masyarakat terhadap produk bank syariah maupun terhadap keputusan masyarakat dalam memilih bank syariah. Jumlah responden dibagi atas kriteria tingkat usia, jenis kelamin, pendidikan, pekerjaan dan jumlah pendapatan.

Lebih lanjut Arief mengatakan Model logit memiliki ciri utama, yaitu :

- a. P berada diantara 0 dan 1, nilai logit tidak terbatas (antara $-\infty$ dan $+\infty$).
- b. L linier dalam X, namun probabilitas P tidak akibat perubahan X sebesar satu unit.

Bentuk rumus umum untuk keputusan masyarakat dalam memilih bank syariah :

$$L_i = \text{Ln} \left(\frac{P_i}{1 - P_i} \right) = \beta_0 + \beta_1 X_i + u_i \dots\dots\dots(1)$$

$$\text{Kep} = \beta_0 + \beta_1 \text{Pop} + \beta_2 \text{Aks} + \beta_3 i + u_i \dots\dots\dots (2)$$

Keterangan :

Kep = keputusan masyarakat

L_i = Keputusan masyarakat dalam bank syariah di Purwokerto, dimana $L = 0$, berarti bank konvensional dan $L_i = 1$, berarti bank syariah.

X_i = independent variabel, dimana Pop = popularitas; Aks = kemudahan mengakses; dan i = persepsi masyarakat tentang bunga bank.

β_0 = konstanta, dan u_i = gangguan β_1 = koefisien regresi dari masing – masing variabel independent P_i = probabilitas, yaitu peluang kejadian untuk ...

Bentuk rumus umum untuk preferensi masyarakat terhadap produk bank syariah

$$L_i = \text{Ln} \left(\frac{P_i}{1 - P_i} \right) = \beta_0 + \beta_1 X_i + u_i \dots\dots\dots(3)$$

$$\text{Prf} = \beta_0 + \beta_1 \text{Lay} + \beta_2 \text{Fas} + \beta_3 \text{Prod} + u_i \dots\dots\dots(4)$$

Keterangan :

Prf = Preferensi masyarakat

L_i = Preferensi masyarakat terhadap produk bank syariah di i Purwokerto, dimana $L_i = 0$, berarti tidak ada preferensi dan $L = 1$, berarti ada preferensi.

X_i = independent variabel, dimana Lay = layanan; Fas = fasilitas; Prod = variasi atau layanan pilihan produk bank syariah.

β_0 = konstanta, dan u_i = gangguan

β_1 = koefisien regresi dari masing – masing variabel independent P_i = probabilitas, yaitu peluang kejadian untuk i

Dalam menganalisis secara kuantitatif, juga dilakukan pengujian hipotesis yang digunakan adalah :

Uji Parsial (z test)

Uji parsial dilakukan untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel independent terhadap variabel dependen secara individual, yaitu dengan melihat z statistic. Dimana jika z statistic $>$ z tabel maka terhadap pengaruh yang signifikan antara variabel independent dengan variabel dependen, atau bisa juga dengan melihat dari nilai probabilitasnya, apabila $<$ 0,05 berarti signifikan, begitu juga sebaliknya.

Uji Simultan (LR statistik)

Uji simultan dilakukan untuk mengetahui apakah terhadap pengaruh yang signifikan antara variabel independent secara bersama-sama terhadap variabel dependen, begitu juga sebaliknya, jika probabilitas LR statistik $>$ 0,05 maka secara bersama-sama tidak terdapat pengaruh antara variabel independent dengan variabel dependen.

2. Metode Kualitatif

Cara menganalisis hal – hal yang berhubungan dengan perilaku nasabah yang tidak dapat dianalisis dengan menggunakan angka – angka, akan tetapi dapat dianalisis dengan menggunakan teori – teori yang kemudian dibandingkan dengan kenyataan yang ada. Dalam hal ini dilakukan dengan cara Analisis karakteristik yang terdiri dari usia, jenis kelamin, tingkat pendidikan, pekerjaan dan jumlah pendapatan tiap bulan. Analisis variabel produk yang digunakan, meliputi layanan, akses, bunga bank, fasilitas, popularitas dan produk bank syariah.

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Profil Subyek Penelitian

1. Profil dan Sejarah Subyek Penelitian

a. Bank Tabungan Negara Syariah (BTN Syariah).

BTN Syariah merupakan *Strategic Bussiness Unit* (SBU) dari BTN yang menjalankan bisnis dengan prinsip syariah, mulai beroperasi pada tanggal 14 Februari 2005 melalui pembukaan Kantor Cabang Syariah pertama di Jakarta. Pembukaan SBU ini guna melayani tingginya minat masyarakat dalam memanfaatkan jasa keuangan syariah dan

memperhatikan keunggulan prinsip Perbankan Syariah, adanya Fatwa MUI tentang bunga bank, serta melaksanakan hasil Rapat Umum Pemegang Saham (RUPS) tahun 2004.

Tujuan Pendirian BTN Syariah:

- 1) Untuk memenuhi kebutuhan Bank dalam memberikan pelayanan jasa keuangan syariah.
- 2) Mendukung pencapaian sasaran laba usaha Bank.
- 3) Meningkatkan ketahanan Bank dalam menghadapi perubahan lingkungan usaha.
- 4) Memberi keseimbangan dalam pemenuhan kepentingan segenap nasabah dan pegawai.

Perkembangan Jaringan.

Jaringan Unit Usaha Syariah (UUS) Bank BTN telah memiliki jaringan yang tersebar di seluruh Indonesia dengan rincian sebagai berikut:

Kantor Cabang Syariah	= 22 KCS
Kantor Cabang Pembantu Syariah	= 21 KCPS
Kantor Layanan Syariah	= 240 KLS

Visi dan Misi

Visi dan Misi BTN Syariah sejalan dengan visi BTN yang merupakan *Strategic Business Unit* dengan peran untuk meningkatkan pelayanan dan pangsa pasar sehingga BTN tumbuh dan berkembang di masa yang akan datang. BTN Syariah juga sebagai pelengkap dari Bisnis perbankan dimana secara konvensional tidak dapat terlayani.

Visi BTN Syariah

Menjadi *Strategic Business Unit* BTN yang sehat dan terkemuka dalam penyediaan jasa keuangan syariah dan mengutamakan kemaslahatan bersama

Misi BTN Syariah

Mendukung pencapaian sasaran laba usaha BTN.

Memberikan pelayanan jasa keuangan Syariah yang unggul dalam pembiayaan perumahan dan produk serta jasa keuangan Syariah terkait sehingga dapat memberikan kepuasan bagi nasabah dan memperoleh pangsa pasar yang diharapkan.

Melaksanakan manajemen perbankan yang sesuai dengan prinsip Syariah sehingga dapat meningkatkan ketahanan BTN dalam menghadapi perubahan lingkungan usaha serta meningkatkan *shareholders value*.

Memberi keseimbangan dalam pemenuhan kepentingan segenap stakeholders serta memberikan kementraman pada karyawan dan nasabah.

(BTN Syariah 2009 :1-2).

Beberapa jenis produk Bank BTN Syariah, antara lain :

- 1) Produk Penghimpunan Dana, berlandaskan pada :Prinsip Titipan, yaitu Giro Batara Syariah dan Tabungan Batara *Wadiah*. Prinsip Investasi, yaitu Tabungan Batara *Mudharabah* dan Deposito Batara Syariah.
- 2) Produk Penyaluran Dana (pembiayaan), berlandaskan pada : Prinsip jual beli dengan pembayaran angsuran yaitu KPR BTN Syariah dan BTN Murabahah Multiguna.
- 3) Prinsip bagi hasil yaitu pembiayaan musyarakah (pembiayaan modal kerja konstruksi dan usaha kecil menengah).
- 4) Prinsip sewa / sewa beli yaitu *ijarah* dan *ijarah muntahiyah bittamlik*.

- 5) Prinsip pinjaman yaitu *qardh*.
 - 6) Prinsip pesanan yaitu BTN *Istishna'* (pesanan pembeli rumah) dengan pembayaran angsuran dan Salam (pesanan pembelian untuk hasil pertanian atau hasil produksi yang dapat diukur dan jelas ditentukan banyaknya).
- b. Bank Negara Indonesia Syariah (BNI Syariah)

Tempaan krisis moneter tahun 1997 membuktikan ketangguhan sistem perbankan syariah. Prinsip Syariah dengan 3 (tiga) pilarnya yaitu adil, transparan dan maslahat mampu menjawab kebutuhan masyarakat terhadap sistem perbankan yang lebih adil. Dengan berlandaskan pada Undang-undang No. 10 Tahun 1998, pada tanggal 29 April 2000 didirikan Unit Usaha Syariah (UUS) BNI dengan 5 kantor cabang di Yogyakarta, Malang, Pekalongan, Jepara dan Banjarmasin. Selanjutnya UUS BNI terus berkembang menjadi 28 Kantor Cabang dan 31 Kantor Cabang Pembantu. Di samping itu nasabah juga dapat menikmati layanan syariah di Kantor Cabang BNI (syariah channelling outlet – SCO) dengan lebih kurang 750 outlet yang tersebar di seluruh wilayah Indonesia.

Di dalam pelaksanaan operasional perbankan, BNI Syariah tetap memperhatikan kepatuhan terhadap aspek syariah. Dengan Dewan Pengawas Syariah (DPS) yang saat ini diketuai oleh KH. Ma'ruf Amin, semua produk BNI Syariah telah melalui pengujian dari DPS sehingga telah memenuhi aturan syariah.

Di dalam Corporate Plan UUS BNI tahun 2000 ditetapkan bahwa status UUS bersifat temporer dan akan dilakukan spin off tahun 2009. Rencana tersebut terlaksana pada tanggal 19 Juni 2010 dengan beroperasinya BNI Syariah sebagai Bank Umum Syariah (BUS). Realisasi

waktu spin off bulan Juni 2010 tidak terlepas dari faktor eksternal berupa aspek regulasi yang kondusif yaitu dengan diterbitkannya UU No. 19 tahun 2008 tentang Surat Berharga Syariah Negara (SBSN) dan UU no. 21 tahun 2008 tentang Perbankan Syariah. Di samping itu komitmen Pemerintah terhadap pengembangan perbankan syariah semakin kuat dan kesadaran terhadap keunggulan produk perbankan syariah juga semakin kuat.

Hingga September 2012 BNI Syariah telah memiliki 49 kantor cabang, 89 kantor cabang pembantu, 5 kantor kas, 22 mobil layanan gerak, 11 kantor cabang mikro dan 38 kantor cabang pembantu mikro. Di samping itu BNI Syariah senantiasa mendapatkan dukungan teknologi informasi dan penggunaan jaringan saluran distribusi yang meliputi kantor cabang BNI 7.481 jaringan ATM BNI, 21.143 ATM LINK dan 30.794 ATMM Bersama, serta fasilitas phonebanking 24 jam BNI Call di 021-50046 atau 68888 (via ponsel) serta SMS Banking dan BNI internet Banking untuk kebutuhan transaksi perbankan dengan berbagai fitur. (BNI 2012 : 1)

Dalam kegiatan penghimpunan dana pembiayaan maupun sistem perbankan umum tetap dilakukan, hanya saja dalam melakukan sebagai bank umum BNI memisahkan antara Unit Usaha Syariah dengan BNI sebagai bank umum. Hal ini dilakukan untuk memenuhi ketentuan menjaga agar kegiatan usaha BNI Syariah tidak melanggar prinsip – prinsip syariah Islam. Visi dari BNI Syariah adalah menjadi bank yang menguntungkan bagi Bank BNI dan terpercaya bagi umat muslim dengan bersungguh – sungguh

menjalankan kegiatan usahanya sesuai dengan prinsip syariah Islam yang berdasarkan AL – Quran dan Al - Hadist. Misi BNI Syariah adalah :

- a. Melaksanakan operasional perbankan sesuai dengan prinsip syariah Islam.
- b. Meningkatkan kualitas bisnis di segmen pasar ritel.
- c. Memberi laba yang nyata terhadap laba BNI secara keseluruhan. Motto BNI Syariah adalah :
- d. Barokah yang artinya rahmat atas sesuatu pemberian.
- e. Ukhuwah yaitu bersahabat dan bersaudara.
- f. Amanah yang artinya dapat dipercaya.

Dari motto tersebut dapat ditarik suatu pengertian bahwa BNI Syariah merupakan suatu rahmat bagi umat Islam yang bersahabat dan bersaudara dan dapat dipercaya untuk membawa dan mengelola uang milik nasabah.

Sesuai dengan Keputusan Direksi (Cfm, Usul, REN, NOREN / 2 / 2129, tanggal 5 November 1999), operasional kantor cabang syariah kedudukannya setingkat dengan kantor cabang mini bank BNI. BNI Syariah menghimpun dana dari nasabah melalui giro wadiah, tabungan wadiah, tabungan mudharabah dan deposito mudharabah. Dana yang berhasil dihimpun kemudian dialokasikan untuk dana cadangan berupa GMW dan kas, sisanya dialokasikan untuk jual beli (murabahah). Margin yang diperoleh dari murabahah didistribusikan kepada nasabah oleh pihak BNI Syariah berdasarkan presentase yang sudah ditetapkan oleh BNI Syariah.

Selain itu BNI Syariah juga memperoleh penghasilan dari *fee* yang berasal dari pelayanan jasa yang mereka berikan pada nasabah dan pendapatan berupa biaya administrasi yang berasal dari Qard ul Hasan dan pelayanan jasa

yang diberikan oleh BNI Syariah berupa garansi bank, kiriman uang, inkaso dan surat keterangan bank.

B. Analisis Data

1. Deskripsi Umum

Sesuai dengan tujuan penelitian dan dasar teori yang digunakan, maka subyek penelitian ini dikhususkan pada masyarakat Purwokerto yang menjadi nasabah BTN Syariah dan BNI Syariah. Dari jumlah responden sebanyak 150 orang yang tersebar di berbagai kecamatan dan kelurahan. Ada lima kategori responden yang menjadi subyek penelitian, yaitu pelajar / mahasiswa, wiraswasta, pegawai negeri, pegawai swasta dan TNI / Polri / Purnawirawan. Tetapi dari data yang diperoleh ada juga beberapa responden yang berprofesi sebagai ibu rumah tangga, partimer dan peneliti.

Mereka yang menjadi responden adalah mereka yang sudah lama menjadi nasabah sejak berdirinya bank syariah tersebut maupun mereka yang baru menjadi nasabah. Jarak dari rumah nasabah ke bank tersebut sangat variatif, dari hanya beberapa meter sampai dengan puluhan kilometer. Untuk sampai ke bank diantara mereka ada yang berjalan kaki karena jaraknya dengan bank dekat, ada juga yang menggunakan kendaraan umum maupun kendaraan pribadi.

Latar belakang pendidikan para nasabah juga beragam, mulai dari lulusan SMU, sarjana dan bahkan ada beberapa responden yang sampai kejenjang pasca sarjana. Hal ini merupakan bukti bahwa motivasi dari masyarakat menabung tidak hanya dari orang – orang yang berpendidikan tinggi tetapi juga mereka yang tingkat pendidikannya relatif rendah.

Tingkat pendapatan para nasabah mulai dari Rp. 500.000,00 perbulan sampai dengan lebih dari Rp. 8.000.000,00 perbulan. Hal ini akan terkait dengan profesi dan tingkat pendidikan mereka, karena pada umumnya semakin tinggi pendidikan maka semakin tinggi penghasilan yang diperoleh tiap bulan, karena profesi juga berbanding lurus dengan tingkat pendidikan seseorang.

Penelitian ini juga untuk mengetahui apakah preferensi masyarakat, profesionalitas pelayan bank syariah, akses bank syariah, popularitas bank syariah, bunga bank, Fatwa MUI dan produk yang dikeluarkan bank syariah mempengaruhi pengambilan keputusan nasabah untuk memilih produk – produk bank syariah.

Analisa kualitatif merupakan analisa yang didasarkan pada jawaban yang diberikan oleh responden dalam angket / kuisisioner. Jumlah angket/kuisisioner yang layak untuk digunakan sebanyak 150 responden.

2. Karakteristik Responden

Karakteristik responden dalam penelitian ini menggunakan tabel yang menyajikan sesuatu yang terjadi yang dinyatakan dalam persentase.

Dari 150 responden yang memberikan jawaban atas pertanyaan peneliti dapat diketahui perbedaan karakteristik antara responden yang satu dengan yang lainnya. Perbedaan ini meliputi jenis kelamin, tingkat pendidikan, pekerjaan, tingkat penghasilan, pengguna bank syariah dan pengguna bank syariah sekaligus pengguna bank konvensional.

a. Distribusi menurut Jenis Kelamin

Tabel 4.1 Karakteristik Responden menurut Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah	%
Pria	84	56,00
Wanita	66	44,00
Total	150	100,00

Sumber : data primer yang diolah

Dari data yang diperoleh, menunjukkan bahwa nasabah yang menggunakan jasa bank syariah di BTN Syariah dan BNI Syariah terbagi menjadi 56 persen nasabah pria dan 44 persen nasabah wanita. Disini bila dilihat dari jumlah wanita yang mencapai 66 responden atau 44 persen menunjukkan wanita juga masih banyak yang bersedia memanfaatkan produk bank syariah.

b. Distribusi menurut Tingkat Penghasilan

Tabel 4.2 Karakteristik Responden Menurut Tingkat Penghasilan

Tingkat Penghasilan	Jumlah	%
< Rp. 2.000.000,-	18	12,00
Rp. 2.000.000,00 - Rp. 4.000.000,00	23	15,33
Rp. 4.000.000,00 – Rp. 6.000.000,00	51	34,00
Rp. 6.000.000,00 – Rp. 8.000.000,00	22	14,67
Rp. 8.000.000,00 – Rp.10.000.000,00	20	13,33
> Rp.10.000.000,00	16	10,67
Total	150	100,00

Sumber : data primer yang diolah

Tingkat penghasilan seseorang juga berpengaruh dalam pengambilan keputusan seseorang untuk menyimpan dana di bank syariah. Dari data yang diperoleh tingkat penghasilan antara dari Rp. 4.000.000,00 – Rp 6.000.000,00 mempunyai prosentase paling besar dibandingkan dengan yang lain, yaitu sebesar 34,00 persen. Sedangkan yang berpendapatan Rp. 2.000.000,- sampai dengan Rp. 10.000.000,- perbulan mencapai 77,33 persen. Ini menunjukkan bahwa nasabah bank syariah mayoritas berpendapatan menengah. Walaupun demikian bagi

sebagian nasabah, walaupun penghasilan yang mereka terima setiap bulannya rendah masih tetap menjadi nasabah bank syariah.

c. Distribusi menurut Pekerjaan

Tabel 4.3 Karakteristik Responden menurut Jenis Pekerjaan

Jenis Pekerjaan	Jumlah	%
Pelajar / mahasiswa	35	23,33
Pegawai Negeri	26	17,33
Pegawai Swasta	24	16,00
Wiraswasta	38	25,33
TNI / Polri / Purnawirawan	19	12,67
Lainnya	8	5,33
Total	150	100

Sumber : data primer yang diolah

Jenis pekerjaan dapat membedakan seseorang dalam status kelas sosial dan dapat mengubah perilaku seseorang dalam pengambilan suatu keputusan. Dari data tersebut menunjukkan bahwa profesi sebagai wiraswasta yang paling dominan diantara profesi–profesi yang lainnya, yaitu sebesar 25,33 persen. Sedangkan kelompok yang paling kecil adalah kelompok lainnya yang terdiri dari ibu rumah tangga, peneliti dan partimer. Tentunya profesi ini juga sangat erat kaitannya dengan tingkat penghasilan.

Walaupun yang dominan adalah wiraswasta, namun pengguna jasa yang bekerja di sektor lain juga cukup tinggi. Ini menunjukkan bahwa bank syariah juga diminati oleh mereka siapa saja termasuk pelajar dan mahasiswa.

d. Distribusi Responden Menurut Tingkat Pendidikan

Tabel 4.4 Karakteristik Responden menurut Tingkat Pendidikan

Tingkat Pendidikan	Jumlah	%
SD	14	9,33
SLTP	28	18,67
SLTA	62	41,33
Sarjana	38	25,33
Pasca Sarjana	8	5,33
Total	150	100

Sumber : data primer yang sudah diolah

Tingkat pendidikan ini juga berpengaruh pada profesi nasabah dan tingkat penghasilan. Karena semakin tinggi tingkat pendidikan maka wawasan seseorang juga akan semakin luas, sehingga akan menyebabkan tingkat penghasilan mereka akan semakin baik. Hal ini didukung oleh tingkat profesi mereka.

Dari data diperoleh bahwa tingkat pendidikan nasabah di BTN Syariah dan BNI Syariah yang dominan adalah SLTA sebesar 41,33 persen, kemudian diikuti sarjana 25,33 persen dan SLTP sebesar 18,67 persen.

e. Distribusi menurut Pengguna Bank Syariah

Tabel 4.5 Karakteristik Responden menurut Pengguna Bank Syariah

Pengguna Bank Syariah	Jumlah	%
Ya	110	73,33
Tidak	40	26,67
Total	150	100

Sumber : data primer yang sudah diolah

Mereka yang menggunakan bank syariah adalah sebagian besar mereka yang benar-benar menjadi nasabah bank syariah di BTN Syariah maupun di BNI Syariah. Dapat dilihat pada tabel diatas, yang menyebutkan bahwa 73,33 persen adalah pengguna bank syariah yang memang menjadi nasabah dari bank syariah tersebut. Sedangkan 26,67 persen adalah mereka yang menggunakan bank syariah tetapi tidak menjadi nasabah bank syariah tersebut.

Bagi kelompok kedua ini, mereka hanya memanfaatkan bank syariah sebagai media bisnis, transfer dana ataupun hanya sekedar bertanya tentang keunggulan dari bank syariah tersebut. Ada juga beberapa responden yang masih belum terlalu mengerti apa dan bagaimana bank syariah tersebut.

f. Distribusi menurut Pengguna Bank Syariah sekaligus Bank Konvensional

Tabel 4.6 Karakteristik Responden menurut Pengguna Bank Syariah sekaligus Bank Konvensional

Pengguna Bank Syariah & Bank Konvensional	Jumlah	%
Ya	79	52,70
Tidak	71	47,30
Total	150	100

Sumber : data primer yang diolah

Ternyata daeri sejumlah responden ada 52,7 persen responden adalah pengguna bank syariah sekaligus bank konvensional. Ada beberapa pendapat mengapa mereka masih menggunakan bank konvensional, antara lain : karena bank konvensional lebih mudah dimengerti, lebih simple dan lebih praktis, ada juga beberapa nasabah mengatakan bahwa bank konvensional masih lebih baik dari bank syariah, fasilitas masih lebih unggul dari bank syariah, sebagai media bisnis ataupun bagi pelajar/mahasiswa mayoritas uang kiriman dari orang tua dikirim lewat bank konvensional. Sedangkan 47,3 persen responden tidak menggunakan bank konvensional lagi, tetapi mereka hanya menggunakan bank syariah untuk keperluan mereka.

3. Uji Hipotesis

Uji hipotesis dalam penelitian dilakukan untuk mengetahui pengaruh variabel independent terhadap variabel dependen, baik secara bersama-sama maupun secara parsial.

a. Pengujian Variabel Independen Secara Simultan (LR statistic test).

Dalam penelitian ini pengujian variabel independent secara simultan yaitu dengan melihat probabilitas LR statistic, dimana jika probabilitas LR statistiknya $< 0,05$ maka berarti secara bersama – sama variabel independent berpengaruh terhadap variabel dependen, begitu juga sebaliknya jika LR statistiknya $> 0,05$ maka secara bersama – sama tidak terdapat pengaruh antara variabel independent dengan variabel dependen.

Dari hasil olah data dengan tingkat signifikansi 5 persen, probabilitas LR statistik menunjukkan bahwa kemudahan untuk mengakses produk atau layanan bank syariah, persepsi masyarakat tentang haramnya bunga bank, dan popularitas bank syariah secara simultan mempengaruhi keputusan masyarakat dalam memilih bank syariah. Hal ini terbukti dari probabilitas LR statistik dari uji dengan menggunakan model logit (= 0,000000), dimana dari hasil model logit probabilitas LR statistiknya $< 0,05$.

Sementara itu variabel pelayanan yang diberikan karyawan bank syariah, fasilitas dan variasi pilihan produk secara simultan mempengaruhi preferensi masyarakat terhadap produk bank syariah. Hal ini terbukti dari probabilitas LR statistik dari uji dengan menggunakan model logit (= 0,005709), dimana dari hasil model logit probabilitas LR statistiknya $< 0,05$. Jadi dari hasil analisis data diperoleh kesimpulan bahwa hal ini ada pengaruh signifikan antara variabel independen yang terdiri dari Akses, popularitas dan Bunga terhadap variabel dependen secara bersama-sama atau simultan untuk variabel keputusan dalam memilih bank syariah. Selain itu juga variabel preferensi masyarakat terhadap produk – produk bank syariah dipengaruhi secara bersama-sama dan signifikan oleh variabel independen yang terdiri dari variabel layanan, fasilitas dan produk

b. Pengujian Variabel Independen Secara Parsial (z test)

Setelah diketahui bahwa ternyata ada pengaruh signifikan dari variabel independen secara simultan terhadap variabel dependen, maka selanjutnya dicari besarnya pengaruh dari masing -masing variable independent terhadap variabel dependen dengan tingkat signifikansi yang sama ($\alpha = 0,05$). Dari tabel regresi logit menunjukkan bahwa kemudahan untuk mengakses produk atau layanan bank syariah memiliki z statistik = 0,965563, persepsi masyarakat tentang haramnya bunga bank memiliki z statistik = 1,941207, dan popularitas bank syariah memiliki z statistik = 2,631716, dengan demikian yang menunjukkan hubungan positif dan signifikan adalah variabel popularitas dan persepsi masyarakat tentang haramnya bunga bank, sedangkan untuk

variabel kemudahan mengakses produk atau layanan bank syariah tidak signifikan terhadap keputusan masyarakat dalam memilih bank syariah dikarenakan z statistik yang rendah.

Untuk pelayanan yang diberikan karyawan bank syariah memiliki z statistik = -1,194189, untuk variabel fasilitas memiliki z statistik = 2,127033 dan variasi pilihan produk memiliki z statistik = 2,326419, dengan demikian yang menunjukkan hubungan positif dan signifikan adalah variabel fasilitas dan variabel variasi atau pilihan produk, sedangkan variabel pelayanan yang diberikan bank syariah tidak signifikan terhadap preferensi masyarakat terhadap produk bank syariah dikarenakan z statistik yang rendah.

Jadi walaupun melalui uji simultan dihasilkan bahwa pelayanan secara keseluruhan (profesionalitas), kemudahan mengakses produk atau layanan, fasilitas, persepsi terhadap bunga bank, popularitas dan variasi dari pilihan produk bank syariah secara bersama-sama mempengaruhi pengambilan keputusan dalam memilih bank syariah dan mempengaruhi preferensi masyarakat terhadap produk yang ditawarkan. Namun setelah dilakukan uji secara parsial diketahui bahwa variabel popularitas dan variabel persepsi masyarakat tentang haramnya bunga bank menunjukkan pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan masyarakat dalam memilih bank syariah. Sementara itu untuk preferensi masyarakat terhadap produk bank syariah dipengaruhi oleh variabel variasi atau pilihan produk dan variabel fasilitas, sedangkan variabel lainnya yaitu variabel pelayanan tidak berpengaruh terhadap pengambilan keputusan dalam memilih bank syariah, karena z statistik yang rendah.

c. Interpretasi Model Logit

Data yang berasal dari opini responden yang bersifat kuantitatif diubah menjadi angka – angka, sehingga dapat dilakukan analisis secara kuantitatif, yaitu dengan cara menilai/memberi bobot pada jawaban yang diberikan oleh responden. Adapun

metode analisis kuantitatif yang digunakan adalah model regresi dengan dependen variabel yang bersifat kualitatif, yaitu model logit.

Alasan memilih model tersebut adalah dikarenakan dalam model regresi ini mengandung variabel dependen yang bersifat kualitatif sehingga harus lebih dahulu perlu diformulasikan bentuk model regresi yang akan ditaksir. Disamping itu, model logit mampu meminimalkan atau menghilangkan situasi *heteroscedasticity* dalam *error terms* dan tidak realistisnya nilai – nilai yang diperkirakan akan diperoleh Y_i sebagai hasil perhitungan regresi. Karena Y adalah kualitatif maka dalam penelitian ini tidak digunakan model Regresi Linier Sederhana, tetapi digunakan model Logit.

Model logit ini dinyatakan dalam suatu bentuk probabilitas dimana variabel dependen adalah logaritma dari probabilitas suatu situasi atau atribut akan berlaku dengan syarat atau kondisi variabel– variabel bebas tertentu. Perkataan logit didasarkan atas adanya asumsi mengenai fungsi variabel random yang diteliti yang berbentuk *Logistic Distribution Function* (Arief, 1993, 65).

Dalam penelitian ini akan membahas tentang preferensi masyarakat terhadap produk – produk bank syariah dan keputusan masyarakat dalam memilih bank syariah. Dari 100 responden yang diambil, peneliti ingin menguji apakah kesemua variabel independen itu berpengaruh atau tidak terhadap preferensi masyarakat terhadap produk bank syariah maupun terhadap keputusan masyarakat dalam memilih bank syariah. Jumlah responden dibagi atas kriteria tingkat usia, jenis kelamin, pendidikan, pekerjaan dan jumlah pendapatan.

Model logit memiliki ciri utama, yaitu :

- 1) P berada diantara 0 dan 1, nilai logit tidak terbatas (antara $-\infty$ dan $+\infty$).
- 2) L linier dalam X , namun probabilitas P tidak akibat perubahan X sebesar satu unit.

Bentuk rumus umum untuk keputusan masyarakat dalam memilih bank syariah :

$$L_i = \text{Ln} \left(\frac{P_i}{1 - P_i} \right) = \beta_0 + \beta_1 X_i + u_i$$

$$\text{Kep} = \beta_0 + \beta_1 \text{Pop} + \beta_2 \text{Aks} + \beta_3 i + u_i$$

Keterangan :

Kep = keputusan masyarakat

L_i = Keputusan masyarakat dalam memilih bank syariah di Purwokerto, dimana $L = 0$, berarti bank konvensional dan $L_i = 1$, berarti bank syariah.

X_i = independent variabel, dimana Pop = popularitas; Aks = kemudahan mengakses; dan Bun = persepsi masyarakat tentang bunga bank.

β_0 = konstanta, dan u_i = gangguan β_1 = koefisien regresi dari masing – masing variabel independent P_i = probabilitas, yaitu peluang kejadian untuk

Bentuk rumus umum untuk preferensi masyarakat terhadap produk bank syariah :

$$L_i = \text{Ln} \left(\frac{P_i}{1 - P_i} \right) = \beta_0 + \beta_1 X_i + u_i$$

$$\text{Prf} = \beta_0 + \beta_1 \text{Lay} + \beta_2 \text{Fas} + \beta_3 \text{Prod} + u_i$$

Keterangan :

Prf = Preferensi masyarakat

L_i = Preferensi masyarakat terhadap produk bank syariah di Purwokerto, dimana $L = 0$, berarti tidak ada preferensi dan $L = 1$, berarti ada preferensi.

X_i = independent variabel, dimana Lay = layanan; Fas = fasilitas; Prod = variasi atau layanan pilihan produk bank syariah.

β_0 = konstanta, dan u_i = gangguan

β_1 = koefisien regresi dari masing – masing variabel independent P_i = probabilitas, yaitu peluang kejadian untuk i

Dalam menganalisis secara kuantitatif, juga dilakukan pengujian hipotesis yang digunakan adalah :

Uji Parsial (z – test)

Uji parsial dilakukan untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel independent terhadap variabel dependen secara individual, yaitu dengan melihat z – statistic. Dimana jika z – statistic $>$ z – tabel maka terhadap pengaruh yang signifikan antara variabel independent dengan variabel dependen, atau bisa juga dengan melihat dari nilai probabilitasnya, apabila $<$ 0,05 berarti signifikan, begitu juga sebaliknya.

Uji Simultan (LR – stat)

Uji simultan dilakukan untuk mengetahui apakah terhadap pengaruh yang signifikan anantara variabel independent secara bersama – sama terhadap variabel dependen, begitu juga sebaliknya, jika probabilitas LR– stat $>$ 0,05 maka secara bersama – sama tidak terdapat pengaruh antara variabel independent dengan variabel dependen.

4. a. Keputusan masyarakat dalam memilih bank syariah

Ket : Persepsi masyarakat tentang bunga bank (i)

Kemudahan melakukan akses (akses)

Popularitas (pop)

Tabel 4.7 Interpretasi model untuk Keputusan masyarakat dalam memilih bank syariah

Keterangan	Akses	Popularitas	Bunga	Keputusan
Tidak ada kebijakan	0	0	0	0 %

Minimal	2,0	1,5	2,0	0 %
Mean	3,745	3,883	4,203	99,20 %
	3,745	3,883	4,365	100 %
Median	3,86	4,0	4,5	99,10 %
Maximal	5,0	5,0	5,0	100 %

Sumber : Data primer diolah

Dari interpretasi tersebut dapat dilihat pada saat akses, popularitas dan bunga tidak memiliki kebijakan apapun, keputusan masyarakat untuk memilih bank syariah bernilai 0 persen atau masyarakat tidak ada yang menggunakan bank syariah. Pada saat akses, popularitas dan bunga bernilai rata-rata, maka keputusan masyarakat dalam memilih bank syariah bernilai 88,46 persen, tetapi pada saat popularitas ditambah satu (1) dari kondisi rata-rata (= 4,365) keputusan masyarakat untuk memilih bank syariah meningkat menjadi 100 persen, maka terjadi peningkatan sebesar 0,80 persen. Pada saat popularitas bernilai maksimal, keputusan masyarakat untuk memilih bank syariah naik menjadi 100 persen. Hal ini menjelaskan bahwa semakin besar bank syariah melakukan sosialisasi kepada masyarakat tentang bank syariah dan produk- produknya, minat masyarakat terhadap bank syariah juga akan meningkat. Karena hasil wawancara dengan beberapa responden, hanya sedikit yang mengetahui dengan baik bank syariah bahkan ada responden yang mengetahui bank syariah hanya berdasarkan namanya. Apabila semua variabel ditingkatkan atau dinaikkan, maka keputusan masyarakat untuk memilih bank syariah juga akan meningkat. Apabila bank syariah lebih mempermudah cara mengakses bank syariah dan lebih meningkatkan pengenalan bank syariah kepada masyarakat, keputusan masyarakat untuk memilih bank syariah otomatis akan meningkat, dan masyarakat Banyumas yang akan memilih bank syariah juga semakin banyak.

b. Preferensi masyarakat terhadap produk bank syariah

Ket : Variasi produk (prod)

Pelayanan bank syariah (lay)

Fasilitas (fas)

Tabel 4.8 Interpretasi Model Untuk Preferensi Masyarakat Terhadap Produk Bank Syariah

Keterangan	Fasilitas	Layanan	Produk	Preferensi
Tidak ada kebijakan	0	0	0	0 %
Minimal	3,00	3,00	3,33	77,2 %
Mean	3,82	3,64	3,50	95,32 %
	3,82	3,64	4,57	99,99 %
Median	3,83	3,60	3,33	95,25 %
Maximal	5,0	4,60	5,0	100 %

Sumber : Data primer diolah

Dari tabel diatas dapat diketahui bahwa pada saat fasilitas, layanan dan produk bernilai rata- rata, preferensi masyarakat terhadap produk bank syariah bernilai 93,13 persen, tetapi pada saat variasi produk dari kondisi rata-rata ditambah satu (1) menjadi 4,57 maka preferensi masyarakat terhadap produk-produk bank syariah meningkan menjadi 99,88 persen, maka terjadi peningkatan preferensi sebesar 5,75 persen. Pada saat fasilitas, layanan dan produk bernilai maximum maka preferensi masyarakat terhadap produk bank syariah meningkat menjadi 100 persen. Hal ini juga akan meningkatkan preferensi masyarakat terhadap produk bank syariah apabila dari pihak bank syariah juga memperbanyak atau menambah produk – produk yang akan ditawarkan kepada nasabah, lebih meningkatkan pelayanan dan juga lebih

memperbanyak fasilitas yang sudah tersedia. Semakin maksimal peningkatan produk bank syariah akan semakin menambah minat masyarakat terhadap bank syariah maupun produk bank syariah.

c. Interpretasi Hasil

Dari hasil olah data baik dengan menggunakan model Logit, dapat diinterpretasikan sebagai berikut :

1) Fasilitas

Dari analisis secara parsial (individu), menunjukkan bahwa variabel fasilitas tidak signifikan terhadap preferensi masyarakat dalam menggunakan produk bank syariah. Hal ini menjelaskan bahwa kemudahan dalam melakukan transaksi (fasilitas) yang disediakan oleh bank syariah ini sama sekali tidak mempengaruhi preferensi masyarakat dalam menggunakan produk bank syariah.

2) Variabel pelayanan yang diberikan secara keseluruhan (profesionalitas)

Dari analisis yang dilakukan secara parsial (individu), menunjukkan bahwa variabel pelayanan yang diberikan secara keseluruhan tidak signifikan terhadap preferensi masyarakat terhadap produk-produk bank syariah. Hal ini menjelaskan bahwa pelayan yang diberikan bank syariah, kecepatan dalam melayani nasabah, dan penyelesaian masalah sama sekali tidak mempengaruhi preferensi masyarakat dalam memilih produk-produk bank syariah.

3) Kemudahan untuk mengakses produk atau layanan bank syariah

Dari model analisis secara parsial (individu), menunjukkan bahwa variabel kemudahan untuk mengakses produk atau layanan bank syariah tidak signifikan terhadap keputusan masyarakat dalam memilih bank syariah. Hal ini menjelaskan bahwa menjadi nasabah bank syariah dengan kemudahan akses pelayanan yang memadai tidak mempengaruhi masyarakat untuk menggunakan bank syariah.

4) Persepsi masyarakat terhadap bunga bank

Dari model analisis secara parsial (individu), menunjukkan bahwa variabel persepsi masyarakat terhadap bunga bank tidak signifikan terhadap keputusan masyarakat dalam memilih bank syariah. Hal ini menjelaskan bahwa persepsi masyarakat terhadap bunga itu riba (haram) atau tidak sama sekali tidak mempengaruhi masyarakat untuk memilih menggunakan produk bank syariah.

5) Popularitas

Dari model analisis secara parsial (individu), menunjukkan bahwa variabel popularitas signifikan positif mempengaruhi keputusan masyarakat dalam memilih bank syariah. Hal ini juga menjelaskan bahwa masyarakat dalam memilih bank syariah dipengaruhi oleh popularitas bank tersebut. Semakin tinggi kepopuleritasan suatu bank syariah maka semakin besar pula minat masyarakat untuk memilih bank syariah tersebut, begitu juga sebaliknya apabila suatu bank syariah tingkat kepopuleritasannya kurang maka masyarakat akan semakin sedikit untuk memilih bank syariah tersebut. Pada penelitian kali ini lebih besar dilakukan pada Bank BTN Syariah yang baru membuka cabang syariah di Banyumas sekitar 3 tahun yang lalu, sehingga masyarakat kurang mengetahui keberadaan bank syariah tersebut dikarenakan publikasi yang dilakukan pihak bank syariah (Bank BTN Syariah) kurang.

6) Variasi pilihan produk bank syariah

Dari model analisis secara parsial (individu), menunjukkan bahwa variasi pilihan produk bank syariah signifikan terhadap preferensi masyarakat dalam menggunakan produk bank syariah. Hal ini menjelaskan bahwa variasi atau pilihan produk yang dikeluarkan oleh bank syariah sangat mempengaruhi preferensi masyarakat untuk menggunakan produk bank syariah. Semakin banyak produk yang ditawarkan dan semakin bervariasi produk bank syariah, semakin tinggi pula

minat masyarakat untuk menggunakan produk-produk bank syariah dalam menyimpan *capital* (uang) mereka.

d. Pembahasan

Ada beberapa hal yang dapat dikaji dari hasil temuan diatas. Hipotesis pertama terbukti bahwa secara simultan ada pengaruh positif antara variabel popularitas, persepsi masyarakat terhadap bunga bank dan kemudahan mengakses bank syariah dan pelayanannya terhadap keputusan masyarakat dalam memilih bank syariah. Tetapi uji secara parsial variabel yang tidak berpengaruh adalah kemudahan mengakses bank syariah. Popularitas (pop) merupakan salah satu faktor yang menentukan masyarakat untuk memilih bank syariah. Semakin baik popularitas suatu bank syariah maka banyak masyarakat yang tertarik untuk bergabung, semakin dikenal bank syariah tersebut maka semakin banyak pula masyarakat mengetahui tentang bank syariah tersebut. Untuk penelitian kali ini, Bank BTN Syariah baru membuka cabang di Banyuma sekitar bulan Maret 2008, sehingga masyarakat yang mengetahui keberadaan Bank BTN Syariah masih terbatas. Dapat dilihat dari hasil interpretasi diatas, apabila kepopuleritasan bank syariah terutama Bank BTN Syariah semakin ditingkatkan maka akan semakin banyak masyarakat untuk memilih Bank BTN Syariah. Begitu juga dengan persepsi masyarakat terhadap bunga bank (*i*) yang identik dengan riba dan haram hukumnya, yang ternyata tidak mempengaruhi masyarakat untuk memilih bank syariah. Hal ini berarti bahwa informasi haramnya bunga bank tidak membuat masyarakat untuk memilih bank syariah. Hal ini diperkuat oleh pendapat Miftahul Huda (tahun 2000) yang menyatakan bahwa haramnya bunga bank tetap akan bergulir sampai kapanpun, lalu menumbuhkan kembangkan bank Islam, jangan menunggu kesepakatan itu asalkan bank Islam lebih kompetitif dengan bank konvensional. Kemudahan mengakses produk atau pelayanan bank syariah (akses) tidak mempengaruhi keputusan masyarakat dalam memilih bank syariah. Hal ini menunjukkan bahwa layanan bank syariah membuat nasabah dapat mengakses produk dan pelayanan bank syariah dengan mudah. Hal ini diperkuat oleh

pendapat Miftahul Huda (tahun 2000) yang menyatakan bahwa haramnya bunga bank tetap akan bergulir sampai kapanpun, lalu menumbuh kembangkan bank Islam, jangan menunggu kesepakatan itu asalkan bank Islam lebih kompetitif dengan bank konvensional.

Sementara itu hipotesis kedua menunjukkan bahwa variabel fasilitas, pelayanan bank syariah dan variasi atau pilihan produk bank syariah terhadap preferensi masyarakat terhadap produk-produk bank syariah. Namun uji secara parsial menunjukkan bahwa preferensi masyarakat dalam memilih bank syariah dipengaruhi oleh variabel vasilitas dan pilihan produk bank syariah. Sedangkan variabel pelayanan tidak signifikan. Kemudahan mengakses produk atau pelayanan bank syariah (akses) tidak mempengaruhi keputusan masyarakat dalam memilih bank syariah. Hal ini menunjukkan bahwa layanan bank syariah membuat nasabah dapat mengakses produk dan pelayanan bank syariah dengan mudah. Sedangkan untuk variabel fasilitas (fas) ternyata tidak signifikan terhadap preferensi masyarakat terhadap produk bank syariah. Hal ini menjelaskan bahwa kemudahan – kemudahan bertransaksi dalam menabung sama sekali tidak membuat masyarakat untuk menggunakan produk-produk bank syariah yang ditawarkan.

Dari hasil analisis menunjukkan bahwa variabel pelayanan yang diberikan oleh karyawan maupun pelayanan secara keseluruhan (lay) tidak mempengaruhi preferensi masyarakat terhadap produk– produk bank syariah. Hal ini berarti menunjukkan pelayanan yang disediakan oleh bank syariah tidak mempengaruhi daya tarik masyarakat untuk tetap menggunakan produk bank syariah. Dari hasil analisis menunjukkan bahwa variasi atau pilihan produk bank syariah (produk) mempengaruhi preferensi masyakat terhadap produk-produk bank syariah. Semakin banyaknya produk yang ditawarkan semakin banyak pula masyarakat yang ingin menggunakan produk bank syariah. Dilihat dari banyaknya penggunaan produk tabungan mudharobah yang

mencapai 72 persen. Semakin banyak produk yang ditawarkan kepada nasabah akan semakin menambah preferensi masyarakat untuk menggunakan produk bank syariah.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan dapat diambil kesimpulan:

1. Preferensi masyarakat memilih bergabung menjadi nasabah bank syariah dipengaruhi faktor fasilitas dan faktor produk yang tersedia di bank syariah.
2. Permintaan masyarakat untuk menjadi nasabah bank syariah dipengaruhi oleh faktor popularitas bank syariah dan faktor adanya informasi bahwa bunga bank hukumnya riba yang diharamkan.

3. Baik pria maupun wanita sama-sama membutuhkan perbankan syariah dan sebagai pengguna produk bank syariah.
4. Ditinjau dari jenis pekerjaan, maka hampir semua jenis pekerjaan masyarakat tertarik untuk masuk menjadi nasabah bank syariah dan sebagian besar nasabah bank syariah berpenghasilan menengah.

B. SARAN

Berdasar hasil kesimpulan maka peneliti menyarankan agar :

1. Bank syariah menyediakan fasilitas yang memadai seperti ketersediaan sarana prasarana ATM, tempat parkir, ruang tunggu yang nyaman.
2. Bank syariah menyediakan jenis produk layanan yang semakin banyak sehingga masyarakat yang memilih bergabung menjadi nasabahnya mempunyai banyak pilihan produk untuk memenuhi kebutuhannya.
3. Bank syariah juga harus menjaga nama baik dengan kejujuran dan layanan yang baik.
4. Bank syariah bekerjasama dengan berbagai pihak terutama para da'i, ulama dan orang-orang yang menggeluti bidang syariah.

DAFTAR PUSTAKA

Antonio, M. Syafi'i (2001), *Bank Syariah dan Teori ke Praktek*, Gema Insani Press, Jakarta

----- (1999), *Bank Syariah : Suatu Pengenalan Umum*, Tazkia Inztitute, Jakarta

Arifin, Zainul (2000), *Memahami Bank Syariah*, AlvaBet, Jakarta

Arief, Sritua (1993), *Metodologi Penelitian Ekonomi*, UI – Press, Jakarta

Aziz, Muh. Amin (1990), *Mengembangkan Bank Islam di Indonesia Acuan Untuk Praktisi Perbankan*, Bangkit, Jakarta

Gujarati, Damodar (1991), *Ekonometrika Dasar*, Erlangga, Jakarta

Hilman, Iman (2003), *Perbankan Syariah Masa Depan*, Senayan Abadi Publishing, Jakarta

Muhamad (2002), *Manajemen Bank Syariah*, UPP AMP YKPN, Yogyakarta

Muhammad (2002), *Bank Syariah : Analisis Kekuatan, Kelemahan, Peluang dan Ancaman*, Ekonisia, Yogyakarta

Kara, Muslimin. H (2005), *Bank Syariah di Indonesia : Analisis Kebijakan Pemerintah Indonesia Terhadap Perbankan Syariah*, UII Press, Yogyakarta

Karim, Adiwarmarman (2004), *Bank Islam : Anilisis Fiqih dan keuangan*, PT. Raja Grafindo Persada, Jakarta

Sudarsono, Heri (2003), *Bank Lembaga Keuangan Syariah : Deskripsi dan Ilustrasi*, Ekonisia, Yogyakarta.

----- (2003), *Fiqh Ekonomi Keuangan Islam*, Darul Haq, Jakarta

Widarjono, Agus (2005), *Ekonometrika Teori dan Aplikasi*, Ekonisia, Yogyakarta

Direktorat Perbankan Syariah Bank Indonesia dan Institut Pertanian Bogor (2004), *Potensi, Preferensi dan Perilaku Masyarakat terhadap Bank Syariah di Wilayah Kalimantan Selatan*, Penelitian, Institut Pertanian Bogor.

----- (2004), *Potensi, Preferensi dan Perilaku Masyarakat terhadap Bank Syariah di Wilayah Sumatera Selatan*, Penelitian, Institut Pertanian Bogor

Bank Indonesia (2001), *Perbankan Syariah Nasional : Kebijakan dan Perkembangan*, www.bi.go.id

Bank Indonesia (2004), *Potensi, Preferensi dan Perilaku Masyarakat terhadap Bank Syariah di Wilayah Jawa Barat*, www.bi.go.id