

**PREFERENSI MASYARAKAT KOTA BOGOR TERHADAP ATRIBUT-  
ATRIBUT PERBANKAN SYARIAH SEBAGAI LANDASAN EMPIRIS  
STRATEGI PENGEMBANGAN PERBANKAN SYARIAH DI INDONESIA**

**Budi Setiawan<sup>1</sup>**

**Suharmiati<sup>2</sup>**

*STIE Kesatuan Bogor<sup>1</sup>*

*Email: budisetiawan@stiekesatuan.ac.id*

*STIE Kesatuan Bogor<sup>2</sup>*

*Email: suharmiati\_harry@yahoo.com<sup>2</sup>*

**Abstrak**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui persepsi masyarakat Bogor terhadap atribut-atribut perbankan syariah, menganalisis atribut-atribut utama yang menjadi preferensi masyarakat Bogor ketika memilih bank syariah, dan menetapkan strategi konseptual dalam upaya mengembangkan keberadaan perbankan syariah di Indonesia. Populasi penelitian seluruh masyarakat Kota Bogor yang berstatus sebagai kepala keluarga. Sampel ditetapkan dengan teknik convenience sampling berukuran 100 orang responden berstatus kepala keluarga. Teknik pengumpulan data menggunakan instrumen angket dan teknik analisis data yang digunakan adalah statistik non-parametrik Friedman dan analisis matriks Importance Performance Analysis. Hasil penelitian diketahui persepsi masyarakat Bogor akan atribut-atribut perbankan syariah terkatagori menjadi dua, yakni penting dan cukup penting. Atribut yang dianggap penting adalah prinsip sesuai syariah, ATM, call center, kenyamanan dan kebersihan ruang pelayanan, lokasi strategis, keramahan dan kecepatan waktu pelayanan, jaminan keamanan transaksi, dan tanggung jawab sosial perusahaan. Sedangkan atribut yang dipersepsikan cukup penting adalah porsi nisbah, networking, internet banking, citra, suasana Islami, ragam produk, kejelasan prosedur, biaya kompetitif, kompetensi pegawai, dan prestige. Atribut-atribut utama adalah sistem bagi hasil non-riba, ATM, call center, citra, suasana Islami, kenyamanan dan kebersihan ruang pelayanan, lokasi, ragam produk, prosedur, biaya transaksi, keramahan dan kecepatan pelayanan, jaminan keamanan, dan CSR. 3. Strategi konseptual dalam upaya mengembangkan keberadaan perbankan syariah di Indonesia, dikategorikan sebagai strategi prioritas utama, pertahankan prestasi, prioritas rendah, dan berlebihan.

**Kata Kunci:** perbankan syariah, atribut produk, preferensi konsumen, strategi bisnis

**PENDAHULUAN**

**Latar Belakang Permasalahan**

Perbankan syariah hadir di Indonesia pertama kalinya pada tahun 1991, menjawab kebutuhan masyarakat muslim Indonesia mengenai sistem layanan perbankan maupun keuangan sesuai dengan prinsip syariah. Populasi masyarakat muslim Indonesia berdasarkan hasil sensus penduduk 2010 dari Badan Pusat Statistik adalah sebesar 87,18% dari total populasi. Hal ini menjadi potensi pasar yang sangat besar bagi keberadaan dan perkembangan perbankan syariah di Indonesia. Perbedaan fundamental dengan perbankan konvensional adalah diharamkannya bunga (riba) dan investasi hanya untuk usaha-usaha yang dikategorikan halal. Selain itu, sistem bagi hasil sebagai prinsip

dasar operasional perbankan syariah, tidak terakomodir oleh sistem perbankan konvensional.

Minat masyarakat dalam menggunakan jasa perbankan syariah memiliki keterkaitan dengan preferensi mereka terhadap berbagai atribut produk yang melekat dari produk perbankan syariah. Atribut produk perbankan syariah dapat menjadi unsur-unsur pokok produk yang dipandang penting oleh masyarakat sebagai landasan dalam pengambilan keputusan pembelian. Atribut produk perbankan syariah merupakan pengembangan suatu produk dan jasa perbankan syariah, melibatkan penentuan manfaat yang akan diberikan kepada nasabah (masyarakat).

Ta dan Har (2000) melakukan kajian investigasi pengambilan keputusan bank dari para mahasiswa di Singapura. Penelitian mereka mengidentifikasi sembilan kriteria sebagai atribut yang dipertimbangkan dalam pengambilan keputusan pemilihan bank dengan melibatkan lima bank. Hasil penelitiannya mengungkapkan bahwa atribut-atribut produk bank yang paling dipertimbangkan dalam memilih bank adalah pada dimensi kualitas pelayanan dan penetapan harga. Echchabi, A. dan Olaniyi, O. N. (2012) menyatakan bahwa berdasarkan hasil penelitian dengan menggunakan pendekatan kuantitatif, terungkap bahwa preferensi masyarakat Malaysia terhadap atribut produk perbankan syariah merupakan kombinasi dari kualitas pelayanan yang ditawarkan oleh bank-bank syariah sebagaimana terkait dengan kenyamanan yang diberikan. Hal ini juga selaras dengan penelitian dari Haque, A., Osman, J. dan Ismail, A., (2009) dan Setiawan, B., Puspitasari, R., & Manurung, T. (2016).

### **Identifikasi Permasalahan**

Penelitian yang secara spesifik mengukur preferensi masyarakat kota Bogor terhadap atribut-atribut perbankan syariah sebagai landasan empiris strategi pengembangan perbankan syariah di Indonesia, belum dapat ditemukan publikasinya secara daring pada jurnal-jurnal terakreditasi Dikti. Hal inilah yang menjadi kesenjangan (*gap*) dari penelitian ini, sehingga secara komprehensif dapat mendukung hasil penelitian dari Echchabi, A. dan Olaniyi, O. N. (2012), serta Ta dan Har (2000).

Berdasarkan fenomena dan identifikasi masalah penelitian tersebut, maka dapat dirumuskan masalah dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana persepsi masyarakat Bogor terhadap atribut-atribut perbankan syariah?
2. Atribut-atribut utama apa saja yang menjadi preferensi masyarakat Bogor ketika memilih bank syariah?
3. Strategi konseptual apa yang dapat dibentuk dalam upaya mengembangkan keberadaan perbankan syariah di Indonesia?

### **Tujuan Penelitian**

Tujuan penelitian ini adalah untuk:

1. Mengetahui persepsi masyarakat Bogor terhadap atribut-atribut perbankan syariah
2. Menganalisis atribut-atribut utama apa saja yang menjadi preferensi masyarakat Bogor ketika memilih bank syariah
3. Menganalisis strategi konseptual yang dapat dibentuk dalam upaya mengembangkan keberadaan perbankan syariah di Indonesia

## **METODE PENELITIAN**

Jenis data pada penelitian ini adalah data primer, yakni data yang diperoleh secara langsung dari responden penelitian untuk memenuhi kepentingan pencapaian tujuan penelitian. Data primer penelitian ini adalah data karakteristik responden dan data identifikasi terkait variabel penelitian.

Data primer penelitian terkait karakteristik responden terdiri dari data alamat secara umum, gender, usia, pekerjaan, pendidikan formal, rata-rata penghasilan per bulan, jumlah anggota keluarga tidak termasuk kepala keluarga, dan agama yang diimani. Data primer penelitian terkait identifikasi variabel penelitian terdiri dari proporsi anggaran yang disisihkan dari penghasilan untuk disimpan pada bank, jenis bank tempat menyimpan uang, faktor-faktor yang dipertimbangkan dalam memilih bank syariah dan kenyataan kinerja di lapangan dari faktor-faktor tersebut menurut persepsi responden.

Populasi penelitian ini adalah seluruh masyarakat Kota Bogor yang berstatus sebagai kepala keluarga. Mengacu pada *Database* SIAK Provinsi Jawa Barat Tahun 2011 sebagaimana dilansir dalam laman jaringan <http://jabarprov.go.id/index.php/pages/id/75>, diketahui jumlah kepala keluarga di Kota Bogor adalah 289.936 kepala keluarga. Sampel yang ditetapkan dengan menggunakan teknik *convenience sampling*, pada tingkat kesalahan yang ditoleransi sebesar 10% diperoleh sampel berukuran 100 orang responden berstatus kepala keluarga. Metode penelitian yang akan digunakan berdasarkan teknik pengumpulan datanya adalah metode survey dengan menggunakan instrumen angket. Teknik analisis data yang digunakan adalah dengan melakukan kombinasi metode deskriptif dan komparatif analisis *K* sampel (lebih dari dua sampel) berhubungan.

Hipotesis penelitian ini adalah sebagai berikut:

- H<sub>0</sub> : Tidak terdapat perbedaan nyata pada atribut-atribut produk perbankan syariah yang menjadi preferensi masyarakat Kota Bogor dalam memilih bank syariah  
H<sub>a</sub> : Terdapat perbedaan yang nyata pada atribut-atribut produk perbankan syariah yang menjadi preferensi masyarakat Kota Bogor dalam memilih bank syariah

## **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

### **Gambaran Umum Responden Penelitian**

Responden penelitian ini berdasarkan gender atau jenis kelamin lebih didominasi oleh responden pria dibandingkan wanita, dengan selisih proporsi sebesar 10%. Umur paling rendah atau paling muda dari responden penelitian ini adalah 18 tahun, sedangkan umur paling tinggi adalah 56 tahun. Dengan jarak umur 38 tahun dan nilai simpangan baku sebesar 9,86 tahun, maka responden penelitian ini cukup heterogen.

Berdasarkan kategori latar belakang pekerjaan formal, 71% bekerja sebagai pegawai swasta, 17% bekerja sebagai pegawai negeri sipil, wirausaha sebesar 6% dan lainnya juga 6%. Tabulasi silang antara gender dan pekerjaan memberikan informasi bahwa pada responden wanita memiliki pekerjaan lebih didominasi bekerja sebagai pegawai swasta dibandingkan pekerjaan lainnya. Demikian pula pada responden pria, diketahui memiliki pekerjaan yang lebih didominasi bekerja sebagai pegawai swasta.

Responden wanita pada umumnya berpendidikan maksimum SMA dan juga sarjana. Sedangkan pada responden pria lebih didominasi pada pendidikan sarjana, dengan proporsi pendidikan maksimum SMA/ sederajat yang juga cukup dekat. Pekerjaan sebagai pegawai swasta didominasi secara proporsional pada responden dengan tingkat pendidikan SMA dan sarjana. Pada pekerjaan pegawai negeri (PNS) lebih didominasi pada responden dengan tingkat pendidikan formal sarjana. Sedangkan pada pekerjaan wirausaha dan lainnya, didominasi oleh responden dengan tingkat pendidikan formal maksimum SMA/ sederajat.

Responden cukup dominan dengan rata-rata tingkat penghasilan Rp.3.500.000 hingga Rp.5.000.000. Terdapat perbandingan cukup proporsional pada responden dengan rata-rata penghasilan per bulan maksimal Rp.2.500.000 dan antara Rp.2.500.000 hingga Rp.3.500.000. Responden dengan rata-rata tingkat penghasilan lebih dari Rp.5.000.000 memiliki akumulasi proporsi sebesar 21%. Untuk responden dengan rata-rata tingkat penghasilan per bulan lebih dari Rp.7.000.000 memiliki proporsi yang kecil. Pada tingkat pendidikan SMA/ sederajat didominasi pada sebaran penghasilan kurang dari Rp.2.500.000 hingga Rp.5.000.000. Pada tingkat pendidikan diploma didominasi pada sebaran penghasilan mulai dari Rp.2.500.000 hingga Rp.5.000.000. Pada tingkat pendidikan sarjana didominasi pada sebaran penghasilan mulai dari Rp.2.500.000 hingga Rp.5.000.000, selain itu pada penghasilan Rp.5.000.000 hingga lebih dari Rp.10.000.000 terdapat sebaran yang cukup proporsional. Sedangkan pada responden dengan tingkat pendidikan pascasarjana, penghasilannya antara Rp.5.000.000 hingga Rp.7.000.000, bahkan mampu mencapai lebih dari Rp.10.000.000.

Mayoritas responden (53%) menyatakan menyisihkan 5 – 10% dari rata-rata penghasilannya per bulan, untuk disimpan atau ditabung di bank. Terdapat proporsi yang berimbang pada alokasi  $\leq 5\%$  dari rata-rata penghasilan dan 10 – 20% dari rata-rata penghasilan. Responden pada umumnya belum bisa beralih sepenuhnya dari bank konvensional ke bank syariah. Hal ini dikarenakan keberadaan bank konvensional belum dapat dipisahkan dari aktivitas ekonomi, bisnis perniagaan sehari-hari.

### Persepsi Masyarakat akan Atribut-atribut Perbankan Syariah

Persepsi masyarakat akan atribut-atribut yang dipertimbangkan pada perbankan syariah disajikan pada Tabel 1

**Tabel 1. Persepsi Masyarakat Akan Atribut-atribut Perbankan Syariah**

No	Atribut	Frekuensi tiap kategori				
		Tidak Penting	Kurang Penting	Cukup Penting	Penting	Sangat Penting
1	Prinsip sesuai syariah	18	16	22	42	2
2	Nisbah bagi hasil	11	30	41	17	1
3	Networking bank syariah	19	21	31	27	2
4	ATM	20	17	19	42	2
5	Internet Banking	18	21	38	22	1
6	Call Center 24 Jam	15	28	25	30	2
7	Citra/reputasi	13	25	30	30	2
8	Suasana Islami	12	16	38	32	2
9	Kenyamanan ruang pelayanan	21	18	18	41	2
10	Kebersihan ruang pelayanan	16	24	16	42	2
11	Lokasi bank	12	26	26	34	2
12	Ragam produk	3	31	46	19	1
13	Kejelasan prosedur	11	26	28	34	1
14	Biaya transaksi kompetitif	14	25	31	29	1
15	Kompetensi pegawai	17	22	34	25	2
16	Keramahan pegawai	22	17	9	50	2
17	Kecepatan waktu pelayanan	25	15	14	44	2
18	Prestige	9	39	43	9	0
19	Jaminan keamanan	23	13	8	54	2
20	CSR	20	18	17	43	2

Mengacu pada Tabel 1 diketahui bahwa hampir pada seluruh atribut dipersepsikan masyarakat sebagai atribut yang penting, dengan pengecualian pada atribut *prestige*. Selanjutnya dilakukan analisis atribut utama dari dua puluh atribut yang ditetapkan.

### Atribut Utama Preferensi Masyarakat Bogor Memilih Bank Syariah

Pada uji tahap awal, seluruh atribut diukur nilai rata-rata peringkatnya, dengan tujuan agar diperoleh satu angka yang dapat mewakili pemusatan data dari skor atribut yang diberikan responden.

Hasil uji statistik dengan menggunakan uji non-parametrik Friedman pada tahap awal pengujian, diketahui nilai *Chi-Square* 76,384 dengan *Asymp. Sig* (0,000) < 0,05. Dengan demikian keputusannya adalah terdapat perbedaan yang nyata antar-atribut kepentingan responden dalam mempertimbangkan memilih bank syariah. Uji tahapan berikutnya adalah dengan memilih atribut-atribut utama dan mengeluarkan atribut yang kurang mendapat pertimbangan dari model. Atribut-atribut yang dikeluarkan dari model adalah atribut yang secara keseluruhan memiliki nilai rata-rata peringkat kurang dari sepuluh, yaitu: besar nisbah/proporsi bagi hasil, *networking*, *internet banking*, kompetensi pegawai, dan *prestige*. Hasil uji statistiknya diperoleh nilai *Chi-Square* 19,830 dengan *Asymp. Sig* (0,136) > 0,05. Dengan demikian keputusannya adalah tidak terdapat perbedaan atau ada kesamaan yang nyata antar-atribut kepentingan responden dalam mempertimbangkan memilih bank syariah.

### Strategi Konseptual Pengembangan Perbankan Syariah di Indonesia

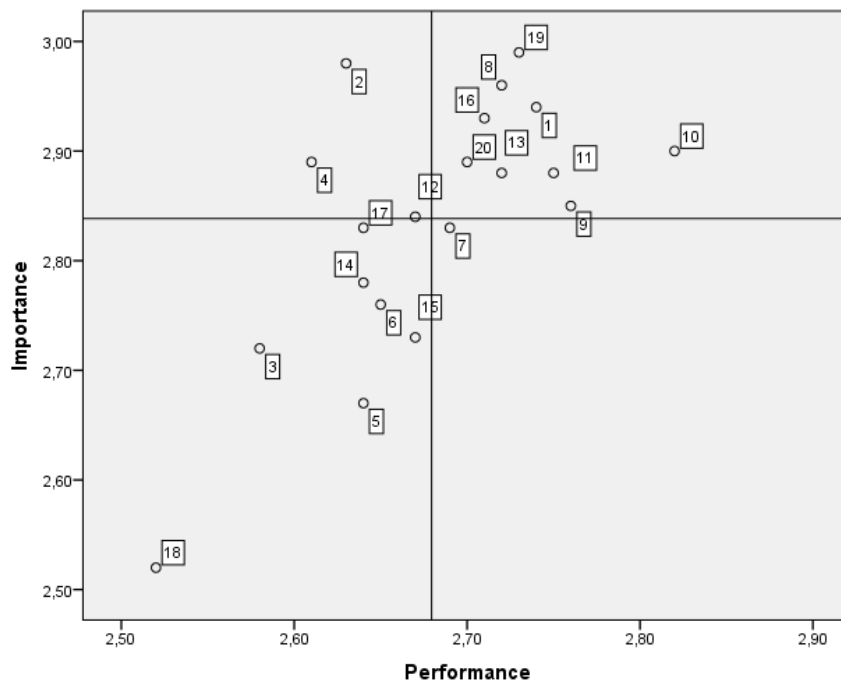
Untuk dapat menyusun strategi konseptual dalam upaya mengembangkan keberadaan perbankan syariah di Indonesia, maka perlu dibandingkan skor pertimbangan kepentingan atribut dengan skor kenyataan kinerja sebenarnya dari atribut perbankan syariah.

**Tabel 2. Rekapitulasi Perbandingan Frekuensi Skor Peringkat**

No	Atribut	Frekuensi pada Peringkat Kepentingan					Mean Rank	Frekuensi pada Peringkat Kenyataan Kinerja				Mean Rank
		1	2	3	4	5		1	2	3	4	
1	Sistem bagi hasil non-riba	18	16	22	42	2	11,30	5	33	45	17	11,12
2	Besar nisbah/ proporsi bagi hasil	11	30	41	17	1	9,15	3	37	54	6	10,08
3	Jaringan ( <i>networking</i> ) kerjasama	19	21	31	27	2	9,70	8	35	48	9	9,61
4	ATM	20	17	19	42	2	11,11	10	33	43	14	9,96
5	<i>Internet Banking</i>	18	21	38	22	1	9,34	6	34	50	10	10,14
6	<i>Call center</i> 24 Jam	15	28	25	30	2	10,07	8	33	45	14	10,22
7	Citra/reputasi bank	13	25	30	30	2	10,47	9	31	42	18	10,61
8	Suasana bank yang Islami	12	16	38	32	2	11,28	8	28	48	16	10,88
9	Kenyamanan ruang pelayanan	21	18	18	41	2	10,76	12	24	40	24	11,25
10	Kebersihan ruang pelayanan	16	24	16	42	2	11,25	10	26	36	28	11,81
11	Lokasi bank	12	26	26	34	2	10,91	4	35	43	18	11,15

12	Ragam produk yang ditawarkan	3	31	46	19	1	10,62	8	28	53	11	10,35
13	Kejelasan prosedur	11	26	28	34	1	10,98	7	39	49	15	10,82
14	Biaya transaksi yang kompetitif	14	25	31	29	1	10,05	7	32	51	10	10,09
15	Kompetensi pegawai	17	22	34	25	2	9,63	8	31	47	14	10,38
16	Keramahan pegawai	22	17	9	50	2	11,54	18	20	35	27	10,79
17	Kecepatan waktu pelayanan	25	15	14	44	2	10,62	11	30	43	16	10,09
18	<i>Prestige</i>	9	39	43	9	-	8,29	4	45	46	5	9,07
19	Jaminan keamanan	23	13	8	54	2	11,91	10	28	41	21	10,95
20	CSR	20	18	17	43	2	11,06	11	27	43	19	10,69

Atribut dengan skor kepentingan yang lebih besar dari skor kinerja, maka secara sederhana dapat diartikan bahwa pada atribut tersebut perbankan syariah belum mampu berkinerja sesuai harapan kepentingan masyarakat. Sedangkan atribut dengan skor kenyataan kinerja lebih besar dari skor kepentingan, maka secara sederhana dapat diartikan bahwa pada atribut tersebut perbankan syariah telah mampu berkinerja sesuai harapan kepentingan masyarakat. Untuk dapat memperoleh hasil yang lebih akurat, maka dilakukan pemetaan dengan menggunakan matriks *importance-performance analysis* (IPA)..



**Gambar 1. Matriks IPA Atribut Perbankan Syariah**

Mengacu pada Gambar 1 tersebut maka dapat disusun ikhtisar strategi konseptual dari atribut-atribut yang telah dipetakan dalam matriks IPA, sesuai dengan skor rata-rata peringkat dari tiap-tiap atribut. Ikhtisar strategi konseptual dari tiap-tiap atribut perbankan syariah (utama maupun pendukung) adalah sebagaimana disajikan pada Tabel 3.

**Tabel 3. Ikhtisar Strategi Konseptual Pengembangan Perbankan Syariah**

No	Atribut	Kuadran	Strategi
1	Sistem bagi hasil non-riba	2	Pertahankan Prestasi
2	Besar nisbah/ proporsi bagi hasil	1	Prioritas Utama
3	Jaringan ( <i>networking</i> ) kerjasama	3	Prioritas Rendah
4	ATM	1	Prioritas Utama
5	<i>Internet Banking</i>	3	Prioritas Rendah
6	<i>Call center</i> 24 Jam	3	Prioritas Rendah
7	Citra/reputasi bank	4	Berlebihan
8	Suasana bank yang Islami	2	Pertahankan Prestasi
9	Kenyamanan ruang pelayanan	2	Pertahankan Prestasi
10	Kebersihan ruang pelayanan	2	Pertahankan Prestasi
11	Lokasi bank	2	Pertahankan Prestasi
12	Ragam produk yang ditawarkan	1	Prioritas Utama
13	Kejelasan prosedur	2	Pertahankan Prestasi
14	Biaya transaksi yang kompetitif	3	Prioritas Rendah
15	Kompetensi pegawai	3	Prioritas Rendah
16	Keramahan pegawai	2	Pertahankan Prestasi
17	Kecepatan waktu pelayanan	3	Prioritas Rendah
18	<i>Prestige</i>	3	Prioritas Rendah
19	Jaminan keamanan	2	Pertahankan Prestasi
20	CSR	2	Pertahankan Prestasi

## KESIMPULAN

1. Persepsi masyarakat Bogor akan atribut-atribut perbankan syariah adalah menyatakan bahwa atribut prinsip sesuai syariah, ATM, *call center*, kenyamanan dan kebersihan ruang pelayanan, lokasi strategis, keramahan dan kecepatan waktu pelayanan, jaminan keamanan transaksi, dan tanggung jawab sosial perusahaan, merupakan atribut-atribut yang penting dalam perbankan syariah.
2. Atribut-atribut utama yang menjadi preferensi masyarakat ketika memilih bank syariah adalah sistem bagi hasil non-riba, ATM, *call center*, citra, suasana Islami, kenyamanan dan kebersihan ruang pelayanan, lokasi, ragam produk, prosedur, biaya transaksi, keramahan dan kecepatan pelayanan, jaminan keamanan, dan CSR.
3. Strategi konseptual dalam upaya mengembangkan keberadaan perbankan syariah di Indonesia, dikategorikan sebagai strategi prioritas utama, pertahankan prestasi, prioritas rendah, dan berlebihan.

**SARAN**

1. Perbankan syariah harus mampu meningkatkan kerjasama antar bank syariah maupun dengan bank konvensional, dalam upaya memperluas jaringan kerjasama (*networking*) yang mampu meningkatkan kehandalan operasional perbankan syariah. Transaksi keuangan pada bisnis perdagangan yang semakin kompleks, menuntut lembaga keuangan yang mampu secara optimal mengakomodir kebutuhan tersebut.
2. Ketatnya persaingan menuntut operasional bisnis yang semakin kompetitif di segala bidang. Dengan demikian perbankan syariah harus mampu beroperasi dengan senantiasa berfokus pada aspek manajemen pelayanan prima, dengan berpegang teguh pada prinsip-prinsip sesuai syariah.
3. Perlu dilakukan penelitian lanjutan akan strategi pengembangan bisnis perbankan syariah, dengan menyusun sebuah model bisnis kanvas. Pada model ini, segala atribut yang telah dianalisis, dapat dikaji secara lebih mendalam dari aspek internal maupun eksternal organisasi.

**DAFTAR PUSTAKA**

- Antonio, M. S., 2001. *Bank Syariah: Dari Teori ke Praktik*. Jakarta: Gema Insani Press
- Arifin, Z. 2009. *Dasar-dasar manajemen Bank Syariah* Tangerang: Azkia Publisher
- Echchabi, A., and Olaniyi, O. N., 2012. *International Journal of SocialEconomics* Vol. 39 No. 11, 2012 pp. 859-874
- Haque, A., Osman, J. and Ismail, A., 2009. "Factor influences selection of Islamic banking: a study on Malaysian customer preferences", *American Journal of Applied Sciences*, Vol. 6 No. 5, pp. 922-8.
- Setiawan, B., Puspitasari, R., & Manurung, T. (2016). The Existence of Islamic Banking in Indonesia from Non-Muslims Perceptions. *ASEAN Marketing Journal*, 7(2). Retrieved September 6, 2016, from <http://journal.ui.ac.id/index.php/amj/article/view/5263>
- Ta, H. and Har, K., 2000. "A study of bank selection decisions in Singapore using the analytical hierarchy process", *International Journal of Bank Marketing*, Vol. 18 No. 4, pp. 170-80.