

Pengaruh Nilai-Nilai Islam dan Faktor Ekonomi terhadap Preferensi Nasabah Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Bandung Citarum

Nabilla Dezi Fitriana*, Westi Riani

Prodi Ekonomi Pembangunan, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Islam Bandung, Indonesia.

*nbladz@gmail.com, westiriani@gmail.com

Abstract. *The number of studies and publications related to the principles and practices of Islamic economics is a sign that the Islamic economy in Indonesia is growing rapidly. Currently in Indonesia, there are more and more sharia-based financial institutions. Islamic banks prioritize services using sharia principles, which function as an intermediary institution, namely collecting funds from the public and channeling funds back to the community. This study aims to determine how the influence and how much influence Islamic Values and Economic Factors on Islamic Bank Customer Preferences. The method used in this research is descriptive quantitative. The source of data used in this study is primary data. The data collection technique is distributing questionnaires to 100 respondents with a total of 32 statements. The statistical technique used in the data analysis is the multiple regression method with the SPSS version 26 application. The results show that Islamic Values and Economic Factors have a significant positive effect on Islamic Bank Customer Preferences. Based on the research results, Islamic values have a coefficient value of 0.355 or 35.5% while Economic Factors has a coefficient value of 0.448 or 44.8%.*

Keywords: *Customer Preferences, Islamic Values, Economic Factors*

Abstrak. Banyaknya kajian dan publikasi terkait prinsip-prinsip maupun praktek-praktek ekonomi syariah menjadi tanda bahwa ekonomi Islam di Indonesia berkembang pesat. Saat ini di Indonesia semakin banyak lembaga-lembaga keuangan berbasis syariah. Bank syariah mengedepankan jasa dengan menggunakan prinsip syariah, yang dimana berfungsi sebagai suatu lembaga intermediasi, yaitu menghimpun dana dari masyarakat dan menyalurkan kembali dana kepada masyarakat. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pengaruh dan seberapa besar pengaruh Nilai-Nilai Islam dan Faktor Ekonomi terhadap Preferensi Nasabah Bank Syariah. Metode yang digunakan pada penelitian ini yaitu kuantitatif deskriptif. Sumber data yang digunakan pada penelitian ini yaitu data primer. Teknik pengumpulan data yaitu penyebaran kuesioner pada 100 responden dengan jumlah 32 pernyataan. Teknik statistik yang digunakan dalam analisis data adalah metode regresi berganda dengan aplikasi SPSS versi 26. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Nilai-Nilai Islam dan Faktor Ekonomi berpengaruh positif signifikan terhadap Preferensi Nasabah Bank Syariah. Berdasarkan hasil penelitian, Nilai-nilai Islam memiliki nilai koefisien sebesar 0,355 atau 35,5% sedangkan Faktor Ekonomi memiliki nilai koefisien sebesar 0,448 atau 44,8%.

Kata Kunci: Preferensi Nasabah, Nilai-Nilai Islam, Faktor Ekonomi

A. Pendahuluan

Perbankan syariah kini telah mencapai tahap perkembangan baru. Alih-alih hanya menghadirkan praktik perbankan syariah alternatif, bank syariah kini memposisikan diri sebagai pemain kunci industri. Tiga bank syariah di Indonesia akan bergabung pada 1 Februari 2021 untuk membentuk Bank Syariah Indonesia, yang akan dikenal sebagai Bank Syariah Mandiri, BNI Syariah, dan BRI Syariah (BSI).

Ada kemungkinan besar bahwa pelanggan akan memilih perbankan syariah pada awalnya. Oleh karena itu, penting bagi perbankan syariah untuk menentukan apa yang pelanggannya hargai atau nikmati tentang layanannya. Salah satu unsur yang mempengaruhi apakah masyarakat akan mendukung bank atau tidak adalah preferensi. Evaluasi pelanggan terhadap suatu produk atau layanan mengungkapkan pandangan mereka tentang produk atau layanan tersebut dan mewakili bagaimana pelanggan memilih untuk menggunakan atau mengonsumsi produk atau layanan.

Kegiatan konsumsi selalu diperbolehkan dalam perspektif Islam karena dilakukan dalam rangka ibadah kepada Allah SWT. Menurut teori perilaku konsumen Muslim, yang menegaskan bahwa konsumen Muslim memperoleh kepuasan dari lebih dari sekedar konsumsi output dan kepemilikan barang modal, meningkatkan nilai-nilai Islam juga akan meningkatkan preferensi nasabah bank syariah. Seorang Muslim yang taat harus memiliki kepercayaan pada Al-Qur'an untuk memahami bahwa keridhaan Allah sama vitalnya dengan konsumsi dan komoditas dalam menjamin kepuasan konsumen Muslim. Akibatnya, klien lebih cenderung memilih bank Islam jika cita-cita Islam mereka diapresiasi secara luas.

Menurut situs resmi Otoritas Jasa Keuangan (OJK)(1), sistem perbankan syariah yang didasarkan pada prinsip bagi hasil dan menekankan aspek keadilan dalam transaksi, investasi yang etis, dan nilai-nilai, memberikan alternatif sistem perbankan. yang menguntungkan masyarakat dan bank. Kerjasama dan persaudaraan di tempat kerja, selain menghindari metode bisnis spekulatif.

Keadaan ekonomi merupakan salah satu variabel yang mempengaruhi perilaku konsumen, menurut Kotler(2). Keadaan dan pertimbangan ekonomi akan berdampak besar pada pemilihan suatu produk. Faktor ekonomi adalah unsur internal yang mempengaruhi usaha atau kegiatan ekonomi dalam rangka memenuhi kebutuhan dasar dan memajukan kesejahteraan. Uang tunai yang tersedia menentukan status keuangan individu. Faktor ekonomi yang paling penting untuk memenuhi kebutuhan dasar adalah pendapatan.

Menurut Kotler, harga merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi preferensi seseorang terhadap suatu produk (3). Biaya dan pembagian keuntungan diperhitungkan. Salah satu ukuran posisi keuangan seseorang adalah jumlah uang yang mereka peroleh. Dalam memilih bank syariah, karakteristik produk perbankan syariah, terutama yang berkaitan dengan pendapatan individu, dapat mempengaruhi pilihannya. Selain untuk pengeluaran konsumen, uang tersebut hanya akan digunakan untuk tabungan.

Berdasarkan latar belakang diatas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan menggunakan faktor nilai-nilai Islam dan faktor ekonomi terhadap preferensi nasabah Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Bandung Citarum. Dengan penelitian yang berjudul: **“Pengaruh Nilai-Nilai Islam dan Faktor Ekonomi terhadap Preferensi Nasabah Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Bandung Citarum”**.

B. Metodologi Penelitian

Penelitian ini menggunakan desain penelitian deskriptif kuantitatif. Data primer inilah yang digunakan dalam penelitian ini. Sampling insidental adalah metode yang digunakan dalam penelitian ini. Penelitian ini memiliki total 100 partisipan dan 32 pernyataan. Untuk mengumpulkan data, Google Forms digunakan untuk menyebarkan kuesioner. Aplikasi SPSS versi 26 digunakan untuk analisis statistik data, yang menggunakan metode regresi berganda.

C. Hasil Penelitian dan Pembahasan

Berikut merupakan hasil penelitian mengenai Pengaruh Nilai-Nilai Islam dan Faktor Ekonomi terhadap Preferensi Nasabah Bank Syariah Indonesia. Data penelitian pengujian ini

menggunakan responden sebanyak 100 nasabah, kemudian data ini diolah menggunakan aplikasi SPSS versi 26. Hasil pengujian dijelaskan pada tabel sebagai berikut:

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.329	1.095		1.214	.228
	TOTALX1	.085	.023	.355	3.730	.000
	TOTALX2	.223	.048	.448	4.696	.000

a. Dependent Variable: TOTALY1

Berdasarkan tabel diatas maka dapat dirumuskan model persamaan regresi linier berganda untuk Pengaruh Nilai-Nilai Islam dan Faktor Ekonomi terhadap Preferensi Nasabah Bank Syariah sebagai berikut:

$$Y = 1,329 + 0,085 X1 - 0,223 X2 + e$$

Keterangan:

Y : Prefrensi Nasabah Bank Syariah

X1 : Nilai-Nilai Islam

X2 : Faktor Ekonomi

Berdasarkan hasil uji t dapat disimpulkan bahwa variabel Islamic Values memiliki tingkat signifikansi sebesar 0,000. Dapat dikatakan bahwa nilai signifikansi lebih kecil dari taraf signifikan 0,000 0,05 jika nilai ini dibandingkan dengan taraf tersebut. Hal ini menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang kuat antara Nilai Islam dengan Preferensi Nasabah Bank Syariah.

Nilai-nilai Islam yang dimiliki seseorang tentu akan mempengaruhi pilihan atau preferensi seseorang. Adanya dorongan dari kepercayaan yang dianut oleh masing-masing nasabah, dimana mereka yang beragama Islam lebih memikirkan kehalalan dari suatu produk, serta untuk mengharapkan ridho dari apa yang mereka perbuat di dunia, maka dari itu Preferensi nasabah dalam memilih Bank Syariah akan meningkat.

Tingkat signifikansi 0,000 untuk variabel Faktor Ekonomi, menurut data. Membandingkan hasil ini dengan satu di ambang batas signifikan secara statistik 0,05, kita dapat mengatakan nilai signifikan kurang dari atau sama dengan 0,000 0,05, atau H0 ditolak dan Ha diterima, menunjukkan korelasi positif yang substansial antara faktor ekonomi dan preferensi nasabah bank syariah .

Dalam Faktor Ekonomi, biaya dan bagi hasil menjadi penentu preferensi nasabah bank syariah, karena nasabah pun mempertimbangkan dari pilihan-pilihan yang ada, dan nasabah cenderung akan memilih yang tidak membebani biaya diluar kemampuan nasabah seperti biaya biaya yang dibebankan kepada nasabah dan diawal terjamin adanya keterbukaan (transparan) terkait bagi hasil. Oleh karena itu, semakin bank Syariah terbebas dari bunga, semakin setuju nasabah dengan fatwa, semakin nasabah menghindari bunga bank, maka prefrensi menggunakan Bank Syariah akan meningkat.

Berdasarkan tabel diatas, hasil pengujian koefisien diperoleh nilai koefisien sebesar 0,355, hasil tersebut menunjukkan bahwa besarnya pengaruh Nilai-Nilai Islam sebesar 35,5%. Kemudian berdasarkan hasil pengujian koefisien diperoleh nilai koefisien sebesar 0,448, hasil tersebut menunjukkan bahwa besarnya pengaruh Faktor Ekonomi sebesar 4,48%. Maka Faktor Ekonomi lebih besar pengaruhnya, dibandingkan dengan nilai-nilai islam terhadap prefrensi nasabah bank syariah.

D. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang sudah diteliti, Nilai-Nilai Islam dan Faktor Ekonomi terhadap Preferensi Nasabah Bank Syariah Kantor Cabang Bandung Citarum maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Preferensi nasabah bank syariah secara signifikan dipengaruhi oleh cita-cita Islam. Hal ini menunjukkan bahwa keputusan menggunakan bank syariah akan dipengaruhi oleh seberapa kuat seseorang memegang cita-cita Islam seperti tauhid, keadilan, kehendak

bebas, amanah, dan halal. Preferensi nasabah bank syariah secara signifikan dipengaruhi oleh variabel ekonomi. Hal ini menunjukkan bagaimana preferensi nasabah untuk mengadopsi produk bank syariah dipengaruhi oleh pertimbangan ekonomi, termasuk biaya dan bagi hasil yang ditawarkan oleh bank syariah kepada klien mereka.

2. Pengaruh nilai-nilai Islam dan faktor ekonomi sebesar 54,4 persen menurut hasil Analisis Koefisien Determinasi, dan sisanya sebesar 45,6 persen dipengaruhi oleh variabel selain pengaruh nilai, dengan R square (R²) sebesar 0,544. Faktor ekonomi dan Islam tidak diteliti dalam penelitian ini. Hasil uji koefisien menunjukkan bahwa besarnya pengaruh nilai-nilai syariah terhadap preferensi nasabah bank syariah adalah sebesar 35,5 persen, dengan nilai koefisien sebesar 0,355. Faktor ekonomi juga memiliki nilai koefisien sebesar 0,448 yang berarti pengaruhnya terhadap preferensi nasabah bank syariah kuat sebesar 44,8 persen. Kesimpulan: Preferensi nasabah bank syariah lebih dipengaruhi oleh masalah ekonomi daripada prinsip syariah.

Acknowledge

Saya ucapkan banyak terimakasih kepada semua pihak yang telah memberi bantuan dan dukungan, terutama kepada Ibu Hj. Westi Riani, S.E., M.E., Sy selaku dosen pembimbing yang selalu sabar dalam membimbing dan mengarahkan penulis, senantiasa memberikan semangat sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.

Daftar Pustaka

- [1] Otoritas Jasa Keuangan. Perbankan Syariah. 2017.
- [2] Kotler P. Manajemen Pemasaran Edisi Millenium I, terj. Hendra Teguh dan Ronny A. Rusli (Jakarta: PT Prenhalindo, 2002), 183. 2002.
- [3] Rahayu Y. Faktor-Faktor yang Menentukan Preferensi Masyarakat dalam Menggunakan Akad Pembiayaan Mudharabah dan Musyarakah pada Lembaga Keuangan Syariah di Kota Bandung. (Doctoral Diss Fak Ekon dan Bisnis (UNISBA)). 2016.
- [4] Anggraeni, Muthia. (2022). *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Keunggulan Produk terhadap Kepuasan Nasabah di Bank Muamalat Bandung*. Jurnal Riset Ilmu Ekonomi dan Bisnis, 2(1), 59-64.