

Factors Influencing People's Decisions to Use Islamic Bank Products

Maimuna¹, Windari², Muhammad Isa³, Rahmat Annam⁴

¹IAIN Padangsidimpuan (Perbankan Syariah, FEBI, IAIN Padangsidimpuan)

² IAIN Padangsidimpuan (Ekonomi Syariah, FEBI, IAIN Padangsidimpuan)

³ IAIN Padangsidimpuan (Perbankan Syariah, FEBI, IAIN Padangsidimpuan)

⁴ IAIN Padangsidimpuan (Ekonomi Syariah, FEBI, IAIN Padangsidimpuan)

maimuna@gmail.com¹, wwindariok@gmail.com², muhammadisa@iain-padangsidimpuan.ac.id³, rahmatannam@iain-padangsidimpuan.ac.id⁴

ABSTRAK

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh kebiasaan masyarakat yang menggunakan bank konvensional dan sedikitnya jumlah masyarakat Desa Batu Hula Kecamatan Batangtoru yang menggunakan bank syariah. Hal ini disebabkan oleh beberapa faktor yang memengaruhi keputusan masyarakat yaitu diantaranya faktor budaya, faktor sosial, dan faktor pribadi. Berdasarkan hasil penelitian variabel faktor budaya secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan masyarakat, hal ini dibuktikan pada hasil penelitian uji hipotesis bahwa variabel faktor budaya memiliki $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($3,932 > 1,69726$) maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Dan variabel faktor sosial secara parsial berpengaruh terhadap keputusan masyarakat, hal ini di buktikan pada hasil penelitian uji hipotesis bahwa variabel faktor sosial memiliki $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($1,726 > 1,69726$) maka H_0 ditolak dan H_0 diterima. Dan variabel faktor pribadi secara parsial tidak berpengaruh terhadap keputusan masyarakat, hal ini dibuktikan dengan uji hipotesis bahwa variabel faktor budaya memiliki $t_{hitung} < t_{tabel}$ ($0,188 > 21,69726$). Kemudian variabel faktor budaya, faktor sosial dan variabel faktor pribadi secara simultan berpengaruh terhadap keputusan masyarakat dengan hasil $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($23,362 > 2,28$).

Kata Kunci: Faktor Budaya, Faktor Sosial, Faktor Pribadi

ABSTRACT

This research is motivated by the habits of the people who use conventional banks and the small number of people in Batu Hula Village, Batangtoru District who use Islamic banks. This is caused by several factors that influence people's decisions, including cultural factors, social factors, and personal factors. Based on the results of the research, the cultural factor variable partially has a significant effect on people's decisions, this is evidenced in the results of hypothesis testing that the cultural factor variable has $t_{count} > t_{table}$ ($3,932 > 1,69726$), then H_0 is rejected and H_a is accepted. on community decisions, this is proven by the results of hypothesis testing that the social factor variable has $t_{count} > t_{table}$ ($1,726 > 1,69726$), then H_0 is rejected and H_0 is accepted. And the personal factor variable partially has no effect on people's decisions, this is evidenced by hypothesis testing that the cultural factor variable has $t_{count} < t_{table}$ ($0,188 > 21,69726$). Then the variables of cultural factors, social factors and personal factors variables simultaneously affect people's decisions with the results $F_{count} > F_{table}$ ($23,362 > 2,28$).

Keywords: Cultural Factors, Social Factors, Personal Factors

A. PENDAHULUAN

Sejarah awal timbulnya bank bermula dari bentuknya sebagai usaha tukar-menukar uang seterusnya berkembang untuk menerima simpanan, memberikan pinjaman, perantara dalam urusan pembayaran hingga pada tahap yang modern, yaitu menciptakan uang. Apabila dilihat dari aspek perkembangan bank tersebut boleh dikatakan bank disebut juga sebagai lembaga kepercayaan. Peranan perbankan sangatlah besar dalam memajukan perekonomian suatu negara. Hampir semua sektor yang berhubungan dengan keuangan selalu membutuhkan jasa bank. Oleh karena itu kemajuan bank suatu negara dapat pula dijadikan ukuran kemajuan negara yang bersangkutan, artinya keberadaan bank semakin dibutuhkan pemerintah dan masyarakat.

Philip Kotler dan Kevin Lane Keller menjelaskan bahwa “keputusan merupakan sebuah proses pendekatan penyelesaian masalah yang terdiri dari pengenalan masalah, mencari informasi, beberapa penilaian alternatif, membuat keputusan membeli dan perilaku setelah membeli yang dilalui konsumen”.

Keputusan dipengaruhi oleh beberapa faktor, yang pertama yaitu faktor budaya, faktor budaya yang meliputi kebudayaan. Yang mana kebudayaan ini merupakan faktor penentu yang paling dasar dari keinginan dan

perilaku seseorang. Seperti yang terlihat di Desa Batu Hula Kecamatan Batangtoru bahwa budaya dan kebiasaan masyarakatnya masih memilih menggunakan bank konvensional daripada bank syariah.

Menurut bapak Muhammad Alinafia Nasution pengguna bank konvensional, masyarakat Desa Batu Hula lebih memilih menggunakan bank konvensional dari pada menggunakan bank syariah. Karena menggunakan bank konvensional sudah menjadi kebiasaan anggota keluarganya secara turun temurun, karena anggota keluarga sebelumnya telah menggunakan bank konvensional maka anggota keluarga yang selanjutnya juga akan mengikuti pilihan dari keluarganya.

Begitu juga sebaliknya seperti yang dikatakan oleh ibu Faridah Siagian apabila anggota keluarga yang sebelumnya menggunakan bank syariah maka anggota keluarga yang selanjutnya juga akan menggunakan bank syariah. Kedua faktor sosial, yaitu perilaku konsumen dalam mengambil keputusan juga dipengaruhi oleh beberapa faktor sosial seperti keluarga, kelompok referensi dan kelompok acuan-acuan, status sosial dan peran sosial.

Menurut bapak Sabda Alamsyah Siregar pengguna bank syariah, alasannya memilih bank syariah yaitu karena semua anggota keluarga dan orang di sekitarnya menggunakan bank

syariah, makanya bapak Sabda Alamsyah tertarik untuk menggunakan bank syariah.

Ketiga faktor pribadi, keputusan seseorang pembeli juga dipengaruhi oleh karakteristik pribadi, yaitu usia pembeli dan tahap siklus hidup pembeli, pekerjaan, kondisi ekonomi, gaya hidup serta kepribadian dan konsep diri pembeli. Seperti yang terlihat di Desa Batu Hula bahwa masyarakatnya masih memiliki gaya hidup yang mengikuti zaman, seperti kata bapak Dahlan Situmeang, beliau tertarik menggunakan bank syariah karena menurut beliau bank syariah lagi trend pada saat ini, makanya bapak Dahlan tersebut tertarik untuk menggunakan bank syariah.

Masyarakat Desa Batu Hula juga memiliki berbagai jenis pekerjaan diantaranya yaitu sebagai PNS, honorer, pedagang, petani, dan wiraswasta dengan jumlah pendapatan yang berbeda-beda yaitu mulai dari 1.000.000 perbulan sampai 6.000.000 perbulannya. Desa Batu Hula adalah salah satu Desa di Kecamatan Batangtoru yang memiliki masyarakat sekitar 260 kepala keluarga dengan jumlah masyarakatnya secara keseluruhan sekitar 997 jiwa.

Banyak diantara mereka yang melakukan transaksi di bank, mulai dari menabung, melakukan pengiriman uang, dan melakukan pembiayaan untuk menambah modal usahanya, selain itu ada juga sebagian yang menerima gaji atau upahnya dari bank. Tetapi kebanyakan dari masyarakat Desa Batuhula Kecamatan Batangtoru lebih banyak

melakukan transaksi di bank konvensional dari pada di bank syariah. Dari hasil wawancara yang dilakukan oleh peneliti kepada masyarakat yang mulai berusia 17 tahun sampai dengan usia 70 tahun sebanyak 298 orang.

Tabel 1
Data Masyarakat Pengguna Produk Bank Syariah dan Masyarakat Pengguna Produk Bank Konvensional

No	Kriteria	Jumlah	Persen
1	Nasabah bank syariah	34 orang	11,4%
2	Nasabah bank konvensional	168 orang	56,4%
3	Bukan nasabah	96 orang	32,2%
4	Jumlah	298 orang	100%

Dari tabel di atas, dapat dilihat bahwa pengguna bank syariah lebih sedikit, yaitu sebanyak 34 orang atau sekitar 11,4 persen saja dibandingkan dengan pengguna bank konvensional sebanyak 168 orang atau sekitar 56,4 persen dan masih banyak lagi masyarakat yang tidak menggunakan transaksi di bank, baik itu di bank konvensional maupun di bank syariah sebanyak 96 orang atau sekitar 32,2 persen. Melihat pandangan masyarakat tentang bank syariah, terdapat beberapa faktor-faktor yang mempengaruhi minat masyarakat menggunakan produk bank syariah.

B. METODE

Penelitian ini dilakukan di Desa Batu Hula kecamatan Batangtoru Kabupaten Tapanuli Selatan. Waktu pelaksanaan penelitian ini dilakukan mulai dari 15 Februari tahun 2019 sampai dengan 18 Agustus tahun 2019.

Apabila dilihat dari jenis penelitiannya, penelitian ini menggunakan penelitian

kuantitatif. Metode penelitian kuantitatif merupakan suatu proses menemukan pengetahuan yang menggunakan data berupa angka sebagai alat menganalisis keterangan mengenai apa yang ingin diketahui.

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh masyarakat Desa Batu Hula Kecamatan Batangtoru yang menabung di bank syariah, jumlah masyarakatnya adalah 34 orang pengguna produk bank syariah.

Sampel adalah sebagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Bila populasi besar, dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga, dan waktu maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi.

Adapun teori yang mengatakan tentang cara pengambilan sampel yaitu apabila subjeknya kurang dari 100, lebih baik diambil semua sehingga penelitiannya merupakan penelitian populasi. Selanjutnya jika jumlah subjeknya besar dapat diambil antara 10-15% atau 20-25% atau lebih. Tergantung pada kemampuan peneliti, sempit luasnya wilayah pengamatan dari setiap subjek dan besar kecilnya risiko yang ditanggung oleh peneliti.

Karena dalam penelitian ini jumlah populasinya hanya berjumlah 34 orang dan

kurang dari 100 maka sampel dalam penelitian ini adalah 34 orang pengguna produk bank syariah. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah sampling jenuh. Sampling jenuh adalah teknik penentuan sampel bila semua anggota populasi digunakan sebagai sampel.

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

Dari hasil analisis data yang dilakukan pada penelitian ini dengan menggunakan bantuan program SPSS Versi 22 diketahui bahwa:

1. Secara parsial variabel faktor budaya mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan masyarakat dengan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($3,932 > 1,69726$). Hal ini sejalan dengan teorinya Nugroho J, Setiadi dalam bukunya yang berjudul teori perilaku konsumen perspektif kontemporer pada tujuan, dan keinginan konsumen yang menyatakan bahwa salah satu faktor-faktor yang memengaruhi keputusan masyarakat adalah faktor budaya. Hal ini juga sejalan dengan teorinya Philip Khotler dan Kevin Lane Keller yang menyatakan dalam bukunya yang berjudul manajemen pemasaran, bahwa salah satu faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen adalah faktor budaya. Hasil penelitian ini juga didukung oleh penelitian terdahulu dari jurnal Roni Andespa yang menyatakan dalam penelitiannya bahwa faktor budaya

- secara signifikan berpengaruh terhadap minat nasabah menabung di bank syariah.
2. Secara parsial variabel faktor sosial berpengaruh terhadap keputusan masyarakat menggunakan produk bank syariah dengan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($1,726 > 1,69726$). Hal ini sejalan dengan teorinya Nugroho J, Setiadi dalam bukunya yang berjudul teori perilaku konsumen perspektif kontemporer pada tujuan, dan keinginan konsumen yang menyatakan bahwa salah satu faktor-faktor yang memengaruhi keputusan masyarakat adalah faktor sosial. Selain itu hasil penelitian ini juga bertentangan dengan teorinya Philip Khotler dan Kevin Lane Keller yang menyatakan dalam bukunya yang berjudul manajemen pemasaran, bahwa salah satu faktor yang memengaruhi perilaku konsumen adalah faktor sosial. Hasil penelitian ini juga sejalan dengan penelitian terdahulu dalam skripsinya Desi Marito Harahap yang menyatakan dalam penelitiannya bahwa faktor sosial berpengaruh terhadap keputusan masyarakat menggunakan produk bank syariah.
 3. Secara parsial variabel faktor pribadi tidak berpengaruh terhadap keputusan masyarakat menggunakan produk bank syariah karena $t_{hitung} < t_{tabel}$ ($0,188 < 1,69726$). Hal ini sejalan dengan teorinya Ujang Suwarman dalam bukunya yang berjudul perilaku konsumen teori dan penerapannya dalam pemasaran, bahwa yang memengaruhi keputusan konsumen hanya faktor budaya. Hal ini juga sejalan dengan penelitian terdahulu pada skripsinya Desi Marito Harahap yang menyatakan bahwa secara parsial variabel faktor pribadi tidak berpengaruh terhadap keputusan masyarakat menggunakan jasa bank syariah.
 4. Secara simultan atau uji F menyatakan bahwa ada pengaruh secara bersama-sama antara variabel faktor budaya, variabel faktor sosial, dan variabel faktor pribadi terhadap keputusan masyarakat menggunakan produk bank syariah dengan nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($23,362 > 2,28$). Hal ini sejalan dengan teorinya Nugroho J, Setiadi dalam bukunya yang berjudul teori perilaku konsumen perspektif kontemporer pada tujuan, dan keinginan konsumen yang menyatakan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen adalah faktor budaya, faktor sosial, dan faktor pribadi. Hal ini juga sejalan dengan penelitian terdahulu pada jurnal Roni Andespa bahwa faktor budaya, dan faktor sosial berpengaruh secara bersama-sama terhadap minat nasabah dalam menabung di bank syariah.

D. PENUTUP

1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil pembahasan di atas, ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil uji t yang disajikan pada tabel IV. 12 besarnya t_{hitung} faktor budaya adalah 3,932 dan t_{tabel} 1,69726. Karena $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($3,932 > 1,69726$) maka H_1 diterima. Dengan demikian faktor budaya berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan masyarakat menggunakan produk bank syariah.
2. Berdasarkan hasil uji t yang disajikan pada tabel IV. 12 besarnya t_{hitung} faktor sosial adalah 1,726 dan t_{tabel} 1,69726. Karena $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($1,726 > 1,69726$) maka H_2 diterima. Dengan demikian faktor sosial berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan masyarakat menggunakan produk bank syariah.
3. Berdasarkan hasil uji t yang disajikan pada tabel IV. 12 besarnya t_{hitung} faktor pribadi adalah 0,188 dan t_{tabel} adalah 1,69726. karena $t_{hitung} < t_{tabel}$ ($0,188 < 1,69726$) maka H_3 ditolak. Dengan demikian, faktor pribadi tidak berpengaruh terhadap keputusan masyarakat menggunakan produk bank syariah.
4. Berdasarkan hasil uji F pada tabel IV. 13 besarnya F_{hitung} adalah 23,362 dan F_{tabel} 2,48. Karena $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($23,362 > 2,28$) maka H_a diterima. Jadi faktor budaya, faktor sosial dan faktor pribadi secara simultan (bersama-sama) berpengaruh positif dan signifikan

terhadap keputusan masyarakat menggunakan produk bank syariah.

2. Saran

Semoga adanya pengetahuan masyarakat terhadap minat produk perbankan syariah

DAFTAR PUSTAKA

- Agus Irianto, Statistik, Jakarta: Rineka Cipta, 2004.
- Alwan & Dkk. (2017), Instrumen Penelitian, Jurnal Edufisika Vol. 02. No. 01, Juki.
- Bodi Abdullah & Dkk, Metode Penelitian Ekonomi Islam (Muamalah), Bandung: CV. Pustaka Setia, 2014.
- Duwi Priyanto, SPSS Pengolahan Data Praktis Yogyakarta: Andi, 2014.
- Hendi Priyanto, "Analisis Terhadap Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Masyarakat Untuk Menabung Di Bank Syariah", Jurnal Provita Volume 10. No. 1 April 2017.
- Irham Fahmi, Pengantar Perbankan Teori dan Aplikasi, Bandung: Alfabeta, 2014.
- Ida Nurlaeli, Pengaruh Faktor Budaya, Psikologi, Pelayanan, Promosi dan Pengetahuan Tentang Produk Terhadap Keputusan Nasabah Memilih BPRS di Banyumas, Islamadina Jurnal Pemikiran Islam Volume XVIII, No 2, Juni (2017), hlm. 75 – 106.
- Karnaen A. Perwata Atmadja & Syafi'i Antonio, Apa dan Bagaimana Bank Syariah, Yogyakarta: Dana Bhakti Waqaf, 1992.
- Khotibul Umam & Setiawan Budi Utomo, Perbankan Syariah Dasar-Dasar dan Dinamika Perkembangannya Di Indonesia, Jakarta:PT Raja Grafindo Persada, 2016.

- Muhammad Ridwan Basalamah & Mohammad Rizal, Perbankan Syariah, Malang :Empatdua Media, 2018
- Nugroho J. Setiadi, Perilaku Konsumen perspektif Kontemporer Pada Tujuan, Dan Keinginan Konsumen, Jakarta: Kecana, 2010.
- Phillip Kotler dan Kevin Lane Keller Manajemen Pemasaran, Jakarta: Indeks, 2005.
- Manajemen Pemasaran, Jakarta: PT. Indeks, 2007
- Roni Andespa, Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah dalam Menabung di Bank Syariah, dalam Jurnal Al-Masraf: Jurnal Lembaga Keuangan dan Perbankan-Volume 2, Nomor 1, Januari-Juni 2017, hlm. 43-57
- Syukri Iska, Sistem Perbankan Di Indonesia Dalam Perspektif Ekonomi, Yogyakarta: Fajar Media Press, 2012.
- Sugiono, Metode Penelitian Bisnis, Bandung, 2005.
- Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D Bandung: Alfabeta, 2010.
- Sufitrayati, Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Dalam Memilih Bank Syariah di Kota Banda Aceh, Jurnal Ihtiyath Vol, 2 No. 1 September 2018.
- Setiawan & Dwi Endah Kusri, Ekonometrika, Yogyakarta: CV Andi Offset, 2010.