

Pengaruh Pemahaman Produk Dan Preferensi Terhadap Minat Masyarakat Menggunakan Jasa Perbankan Syariah

Abdul Hadi Ismail^{1*}, Riyan Pradesyah²
Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara^{*1, 2}

^{*1}email: abdulhadi@umsu.ac.id
²email: riyanpradesyah@umsu.ac.id

Artikel Info			
Received: January 11, 2024	Revised: March 13, 2024	Accepted: May 12, 2024	Published: June 27, 2024

<p>Abstract: The uneven development of sharia financial institutions in North Sumatra has resulted in many people living in rural areas who do not understand sharia banking, only a small number of them only know about it from the closest people who live in urban areas, and recitations are often carried out. This research aims to test the variables Product Understanding (X1), Preference (X2) and Interest in using sharia banking services (Y). This research uses a quantitative research approach, with SPSS analysis tools. The results obtained show that there is a simultaneous influence of the variables Product Understanding (X1), Preference (X2), on people's interest in using sharia banking services (Y) of 61.9%.</p>	<p>Abstrak: Tidak meratanya perkembangan lembaga keuangan syariah di Sumatera Utara, mengakibatkan banyaknya masyarakat yang berada di perdesaan belum banyak yang memahami perbankan syariah, hanya saja sebahagian kecil dari mereka hanya mengetahui dari orang-orang yang terdekat yang tinggal di perkotaan, dan pengajian yang sering dilakukan. Penelitian ini bertujuan untuk menguji variabel Pemahaman Produk (X1), Preferensi (X2) dan Minat menggunakan jasa perbankan syariah (Y). Penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian kuantitatif, dengan alat analisis SPSS. Adapun hasil yang didapatkan, bahwa terdapat pengaruh secara simultan, variabel Pemahaman Produk (X1), Preferensi (X2), terhadap minat masyarakat menggunakan jasa perbankan syariah (Y) sebesar 61,9%.</p>
<p>Keywords: Product Understanding, Preferences, Interests</p>	<p>Kata Kunci: Pemahaman Produk, Preferensi, Minat</p>

A. Pendahuluan

Perkembangan Lembaga keuangan syariah di Indonesia saat ini terus mengalami peningkatan, hal tersebut tentu saja dapat dilihat dari banyaknya jumlah kantor Lembaga keuangan syariah yang muncul ditengah-tengah masyarakat. Perkembangan ini tentu menjadi suatu hal yang membanggakan bagi umat muslim, karena Lembaga keuangan dengan prinsip syariah dipercaya masyarakat dalam menjalankan keuangan yang mereka miliki. Perkembangan tersebut tentunya tidak terlepas dari yang namanya sosialisasi, dimana peran sosialisasi sangat erat kaitannya dengan keinginan masyarakat dalam melakukan transaksi. Sosialisasi tentunya dapat meningkatkan pemahaman bagi seseorang, sekelompok, maupun organisasi (Ibrahim & Pradesyah, 2023) (Ibrahim & Pradesyah, 2023). Adanya sosialisasi mengakibatkan pemahaman kepada mereka yang disosialisasikan. Artinya, sosialisasi dapat meningkatkan pemahaman masyarakat terkait produk, jasa, ataupun hal-hal lain yang disosialisasikan. Begitu juga dengan Lembaga keuangan syariah, yang saat ini terus berkembang dikarenakan banyaknya masyarakat atau golongan yang terus mensosialisasikan Lembaga keuangan syariah kepada masyarakat.

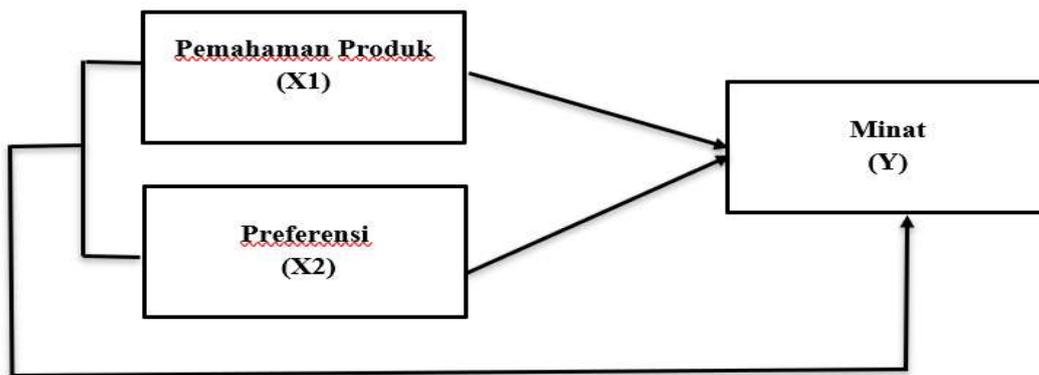
Saat ini tentunya banyak dampak yang dirasakan oleh Lembaga keuangan syariah, dimana dahulunya orang masih belum mengenal Lembaga keuangan syariah, kini sudah mengenal dan bahkan sudah ada yang memindahkan dari konvensional ke syariah (Ismail & Pradesyah, 2020) (Pradesyah et al., 2020) (Xu, 2022). Hal ini dikarenakan pemahaman masyarakat yang sudah memahami terkait dengan Lembaga keuangan syariah. Bila menelisik perkembangan Lembaga keuangan syariah, tentunya jika dilihat di kota-kota besar, Lembaga keuangan syariah bukan hal yang asing lagi, tetapi memang sudah menjadi suatu yang lumrah dan banyak dikenal oleh masyarakat. Di Sumatera Utara, khususnya di Kota Medan, masyarakat banyak yang mengenal Lembaga keuangan syariah, apalagi bank syariah, bagi masyarakat kota medan bukan menjadi suatu yang asing mendengar kata bank syariah, bahkan banyak dari masyarakat kota medan yang

sudah menggunakan produk perbankan syariah. Tetapi jika kita Tarik lebih mundur lagi, atau jika kita lihat di luar kota medan seperti Asahan, masih jarang terlihat Lembaga keuangan syariah atau bahkan bank syariah, bahkan jika ditanyak kepada masyarakatnya, banyak yang menjawab bank syariah sama dengan bank konvensional(Lubis & Pradesyah, 2024)(Ardiansyah Harahap et al., 2024)(Cao, 2018).

Belum meratanya sosialisasi yang dilakukan, dan belum meratanya di adakannya Lembaga keuangan syariah yang ada di kota kecil, mengakibatkan banyaknya masyarakat perkotaan kecil atau perdesaan belum mengenal yang namanya Lembaga keuangan syariah, tentu saja seharusnya ini menjadi suatu perhatian bagi Lembaga keuangan syariah untuk dapat menjadi perhatian khusus, sehingga dapat diadakan atau di dirikan Lembaga keuangan syariah di kota-kota kecil atau di desa, sehingga masyarakat memahami Lembaga keuangan syariah(Wahyuni et al., 2022)(Haliza & Pradesyah, 2023)(Hussain, 2023). Tetapi meskipun begitu, ada tidak semua orang yang tinggal di desa atau kota kecil belum memahami Lembaga keuangan syariah, ada juga yang sudah memahami Lembaga keuangan syariah, dikarenakan anaknya sudah menggunakan bank syariah, disebabkan anaknya atau saudaranya yang tinggal di kota besar. Ada juga yang dia mengenal Lembaga keuangan syariah didapatkan dari seringnya mengikuti kajian-kajian ke islamian atau mengikuti pengajian.

B. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, dengan alat analisis spss. Dimana peneliti menyebarkan kuisioner kepada responden, kemudian mengolah data dan menganalisisnya. Adapun kerangka pemikiran yang peneliti ajukan dalam hal ini adalah sebagai berikut :



Gambar.1. Kerangka Pemikiran

Dari kerangka pemikiran di atas, maka disajikan hipotesis penelitian yang dilakukan dalam penelitian ini, Adapun hipotesis penelitian yang di sajikan adalah sebagai berikut :

- 1 Ha : Ada pengaruh secara parsial pemahaman produk terhadap minat masyarakat menggunakan jasa perbankan syariah
H0 : Tidak ada pengaruh secara parsial pemahaman produk terhadap minat masyarakat menggunakan jasa perbankan syariah
- 2 Ha : Ada pengaruh secara parsial preferensi terhadap minat masyarakat menggunakan jasa perbankan syariah
H0 : Tidak ada pengaruh secara parsial pemahaman produk terhadap minat masyarakat menggunakan jasa perbankan syariah
- 3 Ha : Ada pengaruh secara simultan pemahaman produk dan preferensi terhadap minat masyarakat menggunakan jasa perbankan syariah
H0 : Tidak ada pengaruh secara simultan pemahaman produk dan preferensi terhadap minat masyarakat menggunakan jasa perbankan syariah

Penelitian ini dilakukan di Desa Rahuning Induk, Kecamatan Rahuning, Kabupaten Asahan. Sampel yang diambil dalam penelitian ini berjumlah 83 orang, dimana sampel ini diambil secara acak, jadi siapa saja berhak mengisi kuisioner yang dibagikan dengan

menggunakan google form, selama responden memenuhi kriteria pengisian kuisioner yang peneliti sebar di dalam kuisioner.

C. Hasil dan Pembahasan

1. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji ini digunakan untuk melihat apakah variabel terikat atau variabel bebas dapat terdistribusi dengan normal atau tidak. Untuk membuktikan itu semua, dengan melihat nilai signifikan $> 0,05$ dan jika $< 0,05$ maka data tersebut tidak berdistribusi normal. Cara yang digunakan dalam penelitian ini ialah klomogrov-smirnov. Adapun hasil pengujiannya adalah sebagai berikut :

Tabel.1. Uji Normalitas
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		83
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.000000
	Std. Deviation	4.93115009
Most Extreme Differences	Absolute	.072
	Positive	.061
	Negative	.095
Test Statistic		.076
Asymp. Sig. (2-tailed)		.500 ^c

- a. Test distribution is Normal.
- b. Calculated from data.
- c. Lilliefors Significance Correction.

Table di atas menunjukkan bahwa nilai signifikan sebesar 0,500 yang artinya nilai tersebut lebih besar dari 0,05 ($0,500 > 0,05$), yang artinya data terdistribusi dengan normal, sehingga pengolahan data dapat dilanjutkan ketahap berikutnya.

b. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas digunakan untuk menguji apakah dalam suatu model regresi ditemukan adanya korelasi antara variabel independen. Jika nilai *tolerance* $> 0,01$ maka artinya tidak terjadi multikolinieritas, atau Jika nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) < 10 maka tidak terjadi multikolinieritas. Adapun hasil yang didapatkan adalah sebagai berikut :

**Tabel.2.Uji Multikolinieritas
Coefficients^a**

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	Pemahaman Produk	.370	5.447
	Preferensi	.370	3.812

a. Dependent Variable: Minat

Hasil di atas menunjukkan bahwa nilai VIF dari variabel pemahaman produk (X1) dan Preferensi (X2) lebih kecil dari pada 10, artinya bahwa tidak terjadi multikolinieritas pada variabel yang digunakan di dalam penelitian.

2. Uji Hipotesis

a. Uji Parsial (Uji T)

Uji t atau uji parsial ini dilakukan untuk mengetahui atau melihat pengaruh secara parsial antara variabel bebas dengan variabel terikat. Dimana dalam penelitian ini, variabel terikatnya adalah minat menggunakan jasa perbankan syariah (Y), dan variabel bebasnya pemahaman produk (X1), preferensi (X2). Untuk menganalisis ada atau tidak adanya pengaruh variabel bebas dan terikat dengan cara Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka H_0 diterima (tidak ada pengaruh), Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$

maka H_0 ditolak (Ada pengaruh). Dan Jika $sig. > 0,05$ maka H_0 diterima (tidak signifikan), Jika $sig. < 0,05$ maka H_0 ditolak (signifikan). Adapun hasil yang didapatkan adalah sebagai berikut :

Tabel.3.Uji T Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	6.991	5.182		4.127	.000
Pemahaman Produk	.521	.281	.522	5.436	.001
Preferensi	.342	.981	.412	4.332	.003

a. Dependent Variable: Minat

Hasil di atas adalah hasil dari pengolahan data yang dilakukan oleh peneliti, dengan menggunakan aplikasi SPSS, dimana hasil tersebut dapat di analisis dengan ketentuan yang berlaku, dengan besaran T-tabel 1,664 dan sampel sebesar 83 orang dan jumlah variabel sebanyak 3 dan Tingkat ke bebas sebesar 0,05. Maka dengan begitu bahwa variabel pertama yaitu variabel Pemahaman Produk (X1) memiliki nilai 5,463 dengan nilai signifikan sebesar 0,001, yang artinya jika di sesuaikan dengan ketentuan bahwa nilai t-hitung $5,463 > 1,664$ bahwa secara parsial ada pengaruh pemahaman produk terhadap minat masyarakat menggunakan jasa perbankan syariah, kemudian nilai signifikan $0,001 < 0,05$, bahwa dalam hal ini dapat disimpulkan ada pengaruh secara signifikan variabel pemahaman produk terhadap minat masyarakat menggunakan jasa perbankan syariah. Penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh nurhaida(Haida et al., 2016), bahwa ada pengaruh pemahaman terhadap minat.

Kemudian untuk variabel Preferensi (X2), bahwa didapatkan nilai t-hitung sebesar 4,332 dan nilai signifikan sebesar 0,003, yang artinya jika disesuaikan dengan ketentuan yang digunakan dalam penelitian, bahwa nilai t-hitung $4,332 > 1,664$ t-tabel, dengan nilai signifikan $0,003 < 0,05$, yang artinya bahwa variabel Preferensi berpengaruh secara signifikan terhadap minat masyarakat menggunakan jasa perbankan syariah.

b. Uji Simultan (Uji F)

Pada pengujian simultan atau uji F, digunakan untuk menguji ada atau tidak adanya pengaruh variabel bebas secara bersama-sama terhadap variabel terikat atau variabel Y. Seperti yang dijabarkan peneliti sebelumnya, bahwa variabel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu Pemahaman Produk (X1), Preferensi (X2) dan Minat (Y). Pengambilan Keputusan dilakukan dengan cara Jika F-hitung < F-tabel maka Ho diterima (tidak ada pengaruh), Jika F-hitung > F-tabel maka Ho ditolak (Ada pengaruh). Dan Jika sig. > 0,05 maka Ho diterima (tidak signifikan), Jika sig. < 0,05 maka Ho ditolak (signifikan). Adapun hasil pengujian yang didapatkan adalah sebagai berikut :

Tabel.4. Uji F

ANOVA^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	741.981	2	542.789	43.891	.000 ^b
	Residual	2301.352	80	15.980		
	Total	2809.712	82			

a. Dependent Variable: Minat

b. Predictors: (Constant), Preferensi, Pemahaman Produk

Hasil di atas adalah hasil dari pengolahan data yang dilakukan oleh peneliti, dengan menggunakan aplikasi SPSS, dimana hasil tersebut dapat di analisis dengan ketentuan yang berlaku, dengan besaran F-tabel 3,11 dan sampel sebesar 83 orang dan jumlah variabel sebanyak 3 dan Tingkat ke bebas sebesar 0,05. Maka jika dimasukkan ke dalam ketentuan yang sudah dilakukan atau sudah dibuat, dan di interpretasikan bahwa F-hitung > F-tabel (43,891 > 3,11) dengan nilai signifikan < 0,05 (0,000<0,05), artinya secara simultan variabel Pemahaman Produk (X1) dan Preferensi (X2) berpengaruh secara simultan terhadap Minat masyarakat menggunakan jasa perbankan syariah (Y)

c. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Uji koefisien determinasi ini digunakan untuk mengukur seberapa besar, kontribusi atau pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Adapun hasil yang didapatkan adalah sebagai berikut :

Tabel.5. Uji Koefisien Determinasi Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.790 ^a	.619	.619	5.891

a. Predictors: (Constant), Preferensi, Pemahaman Produk

b. Dependent Variable: Minat

Berdasarkan dari hasil tabel diatas dapat diketahui bahwa determinan (R^2) sebesar 0,619. Hal ini berarti pengaruh variabel Pemahaman Produk dan Preferensi terhadap minat menggunakan jasa perbankan syariah adalah sebesar 61,9% sedangkan sisanya sebesar 38,1% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak ada atau diluar variabel penelitian yang digunakan

D. Simpulan

Berdasarkan pembahasan di atas, dan analisis yang dilakukan, dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh secara parsial variabel Pemahaman Produk (X1) terhadap Minat Masyarakat Menggunakan Jasa Perbankan Syariah (Y), kemudian variabel Preferensi (X2) berpengaruh secara parsial terhadap Minat Masyarakat Menggunakan Jasa Perbankan Syariah (Y). Sedangkan secara simultan variabel Pemahaman Produk (X1), dan Preferensi (X2) berpengaruh terhadap minat masyarakat menggunakan jasa perbankan syariah (Y) sebesar 61,9% hal tersebut dilihat dari tabel R-square yang dilakukan pada uji R

E. Daftar Pustaka

Ardiansyah Harahap, F., Pradesyah, R., & Utara, S. (2024). *the Influence of Return on Asset (Roa) and Capital Adequacy Ratio (Car) on Stock Prices At Pt. Bank Btpn Syariah Tbk Year 2018-2022 Pengaruh Return on Asset (Roa) Dan Capital*

- Adequacy Ratio (Car) Terhadap Harga Saham Pada Pt. Bank Btpn Syariah Tbk Tahun 2018-2022*. 7. <https://www.btpnsyariah.com/>
- Cao, S. (2018). TitAnt: Online realtime transaction fraud detection in ant financial. In *Proceedings of the VLDB Endowment* (Vol. 12, Issue 12, pp. 2082–2093). <https://doi.org/10.14778/3352063.3352126>
- Haida, N., Pratama, G., Sukarnoto, T., & Widiawati. (2016). Pengaruh Pemahaman Masyarakat Tentang Riba Terhadap Minat. *Ecobankers: Journal of Economy Banking*, 2(2), 131–139. <http://journal.bungabangsacirebon.ac.id/index.php/ecobankers>
- Haliza, S., & Pradesyah, R. (2023). Pengaruh Label Halal, Harga, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Produk Fast Moving Consumer Goods (FMCG): *Reslaj: Religion Education Social Laa Roiba Journal*, 6(1), 699–707. <https://doi.org/10.47467/reslaj.v6i1.4788>
- Hussain, B. M. I. (2023). Online Financial Transactions in India: A Study of Its - Significance, Frauds and Security Models to Counter Frauds. *International Journal of Intelligent Engineering and Systems*, 16(3), 455–469. <https://doi.org/10.22266/ijies2023.0630.36>
- Ibrahim, F., & Pradesyah, R. (2023). *the Influence of Sharia Marketing and Product Literacy*. 6(3), 2437–2447. <https://doi.org/https://doi.org/10.31538/ijse.v6i3.3947>
- Ismail, A., & Pradesyah, R. (2020). SHARIA MENTAL ACCOUNTING IN THE DEVELOPMENT OF HALAL MSMEs FOR GENERATION Z IN MEDAN CITY Abdul. *Indonesian Interdisciplinary Journal of Sharia Economics (IJSE)*, 6(July), 1–23. <https://doi.org/https://doi.org/10.31538/ijse.v6i3.3952>
- Lubis, N. F., & Pradesyah, R. (2024). *Pengaruh Transformasi Digital dan Bisnis Online Terhadap Pola Perilaku Masyarakat dalam Menggunakan M-Banking Syariah: Studi Kasus pada Masyarakat Martubung*. 5(4), 3412–3425.
- Pradesyah, R., Khairunnisa, K., & Ismail, A. H. (2020). TECHNOLOGY ACCEPTANCE MODEL, HALAL MSMEs INTENTION IN USING QRIS. *Jurnal Ilmu Pendidikan*, 7(2), 809–820. <https://doi.org/https://doi.org/10.31538/ijse.v7i1.4014>
- Wahyuni, S. F., Hafiz, M. S., & ... (2022). the Effect of Credit Assessment and Human Resource Quality on the Decision To Provide Business Development Capital. ... *International Seminar of ...*, 3. <https://jurnal.umsu.ac.id/index.php/insis/article/view/12202>
- Xu, H. (2022). Application Analysis of the Machine Learning Fusion Model in Building a Financial Fraud Prediction Model. *Security and Communication Networks*, 2022. <https://doi.org/10.1155/2022/8402329>