

**ANALISIS FAKTOR - FAKTOR YANG MEMPENGARUHI
MINAT KONSUMEN MEMILIH
BANK PERKREDITAN RAKYAT SYARIAH NIAGA MADANI**

*AN ANALYSIS ON FACTORS AFFECTING CONSUMERS' INTEREST ON
CHOOSING THE BANK OF PEOPLE CREDIT MATTERS OF SYARIAH
NIAGA MADANI*

SAMURIA FIRMANSYAH



**PROGRAM MAGISTER MANAJEMEN
PASCASARJANA UNIVERSITAS HASANUDDIN
MAKASSAR
2007**

**ANALISIS FAKTOR - FAKTOR YANG MEMPENGARUHI
MINAT KONSUMEN MEMILIH
BANK PERKREDITAN RAKYAT SYARIAH NIAGA MADANI**

T E S I S

Sebagai Salah Satu Syarat Mencapai Gelar Magister

**Program Magister Manajemen
Kekhususan Manajemen Pemasaran**

Disusun dan diajukan oleh

SAMURIA FIRMANSYAH

Kepada

**PROGRAM MAGISTER MANAJEMEN
PASCASARJANA UNIVERSITAS HASANUDDIN
MAKASSAR
2007**

TESIS

ANALISIS FAKTOR - FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT KONSUMEN MEMILIH BANK PERKREDITAN RAKYAT SYARIAH NIAGA MADANI

Disusun dan diajukan oleh

SAMURIA FIRMANSYAH

Nomor Pokok P2100204605

**Telah dipertahankan di depan Panitia Ujian Tesis
Pada tanggal 26 Januari 2007
Dan dinyatakan telah memenuhi syarat**

**Menyetujui
Komisi Penasehat,**

Dr. Muh. Yunus Amar, MIT
Ketua

Drs. H. Muhammad Toaha, MBA
Anggota

Ketua Program Magister
Manajemen

Direktur Program Pascasarjana
Universitas Hasanuddin

Prof. Dr. H. Muh. Yunus Zain, MA

Prof. Dr. dr. Abdul Razak Thaha, M.Sc

ABSTRAK

SAMURIA FIRMANSYAH. *Analisis Faktor - faktor yang Mempengaruhi Minat Konsumen dalam Memilih Bank Perkreditan Rakyat Syariah Niaga Madani.* (dibimbing oleh **Muh. Yunus Amar dan H. Muhammad Toaha**).

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui (1) Pengaruh langsung dan pengaruh tidak langsung keyakinan dari suatu perilaku, evaluasi tentang konsekuensi, keyakinan normatif dan motivasi untuk menuruti orang lain terhadap minat konsumen atau melalui pembentukan sikap dan norma subjektif konsumen dalam memilih Bank Perkreditan Rakyat Syariah Niaga Madani; (2) pengaruh sikap dan norma subjektif terhadap pembentukan minat konsumen dalam memilih Bank Perkreditan Rakyat Syariah Niaga Madani.

Populasi penelitian ini sebanyak 1279 nasabah. Sampel dipilih secara acak sebanyak 100 responden. Metode pengumpulan data yang digunakan adalah wawancara, kuesioner, dan dokumentasi. Data dianalisis dengan regresi linier berganda.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa sikap dan norma subjektif berpengaruh signifikan terhadap pembentukan minat konsumen dalam memilih menabung pada Bank Perkreditan Rakyat Syariah Niaga Madani.

ABSTRACT

SAMURIA FIRMANSYAH. *An Analysis on Factors Affecting Consumers' Interest on Choosing the Bank of People Credit Matters of Syariah Niaga Madani* (supervised by **Muh. Yunus Amar** and **H. Muhammad Toaha**).

This research aimed to find out (1) the direct and indirect influence of conviction of behaviour, evaluation on consequence, normative conviction and motivation to join other people on consumers' interest and/or through attitude establishment and consumers' subjective norm to choose the Bank of People Credit Matters of Syariah Niaga Madani; and (2) the influence of subjective attitude and norm on the establishment of consumers' attitude to choose the Bank of People Credit Matters of Syariah Niaga Madani

The population in this research consisted of 1279 customers. The sample consisting of 100 respondents was selected using random sampling technique. The data were obtained through interview, questionnaire and documentation. They were then analyzed using multiple linear regression.

The results show that there is significant influence because of subjective attitude and norm on the establishment of consumers' interest to choose to save their money at the Bank of People Credit Matters of Syariah Niaga Madani.

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kami panjatkan kehadirat Allah SWT atas segala karunia yang dilimpahkan kepada kami, sehingga penulisan tesis ini dapat terselesaikan pada waktunya. Kami menyadari bahwa proses penyelesaian penulisan ini adalah juga berkat bantuan, bimbingan dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini tak lupa kami ucapkan banyak terima kasih kepada :

1. Bapak Prof. Dr. Muh. Yunus Zain, MA, selaku Ketua Program Magister Manajemen yang telah memberikan dukungan kepada penulis.
2. Bapak Dr. Muh. Yunus Amar, MIT, dan Bapak Drs. H. Muhammad Toaha, MBA, selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan perhatian, dorongan dan bimbingan kepada kami.
3. Bapak Prof. Dr. H. Muh. Asdar, M.Si., Dr. H. Osman Lewangka, MA., dan Dra. Tien Kartini, M.Si., selaku Dosen Penguji yang telah memberikan banyak masukan untuk perbaikan penulisan ini.
4. Bapak Prof. Dr. dr. Abdul Razak Thaha, M. Sc., selaku Direktur Program Pascasarjana Universitas Hasanuddin yang telah memberikan motivasi kepada kami.
5. Bapak / Ibu Dosen serta seluruh Staf Magister Manajemen Program Pascasarjana Universitas Hasanuddin yang telah banyak membantu kami selama proses penyelesaian studi kami.
6. Pimpinan, Staf dan karyawan PT. BPRS Niaga Madani Kantor Pusat Makassar atas kesediaannya untuk mengizinkan sekaligus memberikan

bantuan kepada penulis dalam melakukan penelitian pada PT. BPRS Niaga Madani.

7. Kepada Ayahanda Drs. H. M. Said Arman dan Ibunda Hj. Muliaty serta saudara-saudaraku Andar Irwansyah, ST, MM, dan Irman Ferdiansyah, atas segala doa, pengertian dan dukungan moril yang diberikan sejak perkuliahan hingga selesainya studi ini.
8. Rekan-rekan Rosniah Anwar, Waode Sangia, SH., Andri Hidayat, SH., Muchtar Saleh, S.Sos, Rizki Amelia HC, SS., Muh. Rizal, SE., dan rekan-rekan yang lain yang tidak sempat tersebut satu persatu atas bantuan dan nasehat yang telah diberikan hingga selesainya studi ini.

Akhirnya kami memohon maaf sekiranya ada kesalahan maupun kekhilafan kami yang tidak berkenan dihati Bapak/Ibu/Sdr(i), semoga Allah SWT membalas segala amal dan budi baik kita semua, Amien.

Makassar, Januari 2007

Penulis

SAMURIA FIRMANSYAH, ST

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
ABSTRAK.....	iii
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	6
C. Tujuan Penelitian.....	6
D. Manfaat Penelitian.....	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
A. Pengertian Bank.....	8
B. Pengertian Bank Perkreditan Rakyat Syariah.....	9
C. Fungsi Bank Perkreditan Rakyat Syariah.....	11
D. Produk - Produk Bank Perkreditan Rakyat Syariah.....	11
E. Kendala Sosialisasi Perbankan Syariah di Indonesia.....	12
F. Tantangan Perbankan Syariah dimasa yang akan datang.....	14
G. Perilaku Konsumen.....	16
H. Pengertian Sikap.....	17
I. Sifat dan Karakteristik Sikap.....	19
J. Fungsi Sikap.....	20
K. Komponen Sikap.....	22
L. Sikap, Minat dan Perilaku dalam Model.....	23
M. Kerangka Pikir.....	29
N. Hipotesis.....	30
BAB III METODE PENELITIAN	
A. Lokasi Penelitian.....	31
B. Jenis dan Sumber Data.....	31
C. Teknik Pengumpulan Data.....	31
D. Rancangan Penelitian.....	32
E. Populasi, Sampel dan Besar Sampel.....	32
F. Variabel Penelitian.....	34
G. Definisi Operasional.....	35
H. Metode dan Teknik Analisis Data.....	37
BAB IV GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN	
A. Sejarah Singkat PT. BPR Syariah Niaga Madani.....	40

B.	Struktur Organisasi.....	41
BAB V	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
A.	Karakteristik Responden	43
B.	Hasil Penelitian	48
C.	Analisis Hasil Penelitian	55
D.	Pembahasan Hasil Penelitian.....	64
BAB VI	GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN	
A.	Kesimpulan.....	72
B.	Saran	73
	DAFTAR PUSTAKA	75
LAMPIRAN 1	Kuesioner Penelitian Tesis	77
LAMPIRAN 2	Data Responden (Skor) Hasil Penelitian X_1	87
LAMPIRAN 3	Data Responden (Skor) Hasil Penelitian X_2	88
LAMPIRAN 4	Data Responden (Skor) Hasil Penelitian X_3	89
LAMPIRAN 5	Data Responden (Skor) Hasil Penelitian X_4	90
LAMPIRAN 6	Data Responden (Skor) Hasil Penelitian X_5	91
LAMPIRAN 7	Data Responden (Skor) Hasil Penelitian X_6	92
LAMPIRAN 8	Data Responden (Skor) Hasil Penelitian X_7	93
LAMPIRAN 9	Hasil Analisis Jalur antara Minat Nasabah (X_7) dengan Faktor Keyakinan terhadap Manfaat (X_1), Evaluasi terhadap Manfaat (X_2), Faktor Keyakinan Normatif (X_3) dan Motivasi untuk Menuruti Orang Lain (X_4)	94
LAMPIRAN 10	Hasil Analisis Jalur antara Faktor Sikap Berperilaku (X_5) dengan Faktor Keyakinan terhadap Manfaat (X_1) dan Evaluasi terhadap Manfaat (X_2)	96
LAMPIRAN 11	Hasil Analisis Jalur antara Norma Subjektif (X_6) dengan Faktor Keyakinan Normatif (X_3) dan Motivasi untuk Menuruti Orang Lain (X_4)	98
LAMPIRAN 12	Hasil Analisis Jalur antara Minat Nasabah (X_7) dengan Faktor Sikap Berperilaku (X_5) dan Norma Subjektif (X_6)	100

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Perkembangan DP-3 & PYD PT. BPRS Niaga Madani	5
Tabel 2.1	Produk – Produk Penyaluran Dana Perbankan Syariah.....	11
Tabel 2.2	Produk – Produk Penghimpunan Dana Perbankan Syariah.....	12
Tabel 3.1	Jumlah Nasabah BPRS Niaga Madani	32
Tabel 3.2	Indikator Variabel Penelitian	35
Tabel 3.3	Kaidah Uji Hipotesis Penelitian	39
Tabel 5.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin dan Umur	43
Tabel 5.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir, Pekerjaan dan Pendapatan Rata - Rata per Bulan.....	44
Tabel 5.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Agama, Pemahaman tentang BPR Syariah dan Menghindari Riba	46
Tabel 5.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Menjadi Nasabah, Frekuensi Transaksi per Bulan dan Harapan Terhadap BPRS Niaga Madani	47
Tabel 5.5	Nilai Rata - Rata dan Kategorisasi Pada Keyakinan Terhadap Manfaat Memilih BPR Syariah	50
Tabel 5.6	Nilai Rata - Rata dan Kategorisasi Pada Evaluasi Manfaat Memilih BPR Syariah	51
Tabel 5.7	Nilai Rata - Rata dan Kategorisasi Pada Keyakinan Normatif Terhadap Pendapat Referen Tentang Perilaku Nasabah	52
Tabel 5.8	Nilai Rata - Rata dan Kategorisasi Pada Motivasi Untuk Mengikuti/Menuruti Pendapat Referen	53
Tabel 5.9	Nilai Rata – Rata dan Kategorisasi Pada Sikap Berperilaku Memilih BPR Syariah	53
Tabel 5.10	Nilai Rata – Rata dan Kategorisasi Pada Norma Subjektif Memilih BPR Syariah	54
Tabel 5.11	Nilai Rata – Rata dan Kategorisasi Pada Minat Nasabah Memilih BPR Syariah	55

Tabel 5.12	Koefisien Jalur Antara Minat Nasabah Dengan Keyakinan Manfaat, Evaluasi Manfaat, Keyakinan Normatif dan Motivasi....	56
Tabel 5.13	Koefisien Jalur Antara Sikap Berperilaku Dengan Keyakinan dan Evaluasi Manfaat	58
Tabel 5.14	Koefisien Jalur Antara Norma Subjektif Dengan Keyakinan Normatif dan Motivasi	60
Tabel 5.15	Koefisien Jalur Antara Minat Nasabah Dengan Sikap Berperilaku dan Norma Subjektif	62

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Teori Alasan Berperilaku (<i>Theory of Reasoned Action Model</i>)	23
Gambar 2.2	Kerangka Pikir Penelitian.....	30
Gambar 3.1	Pengaruh Faktor Keyakinan Terhadap Manfaat, Evaluasi Terhadap Manfaat, Keyakinan Normatif, Motivasi, Sikap Berperilaku, Norma Subjektif dan Minat Memilih BPR Syariah	37
Gambar 4.1	Struktur Organisasi PT. BPR Syariah Niaga Madani	42
Gambar 5.1	Pengaruh Faktor Keyakinan Terhadap Manfaat, Evaluasi Manfaat, Keyakinan Normatif, Motivasi, Sikap Berperilaku, Norma Subjektif dan Minat Memilih BPR Syariah.....	64

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1	Kuesioner Penelitian Tesis	77
LAMPIRAN 2	Data Responden (Skor) Hasil Penelitian X_1	87
LAMPIRAN 3	Data Responden (Skor) Hasil Penelitian X_2	88
LAMPIRAN 4	Data Responden (Skor) Hasil Penelitian X_3	89
LAMPIRAN 5	Data Responden (Skor) Hasil Penelitian X_4	90
LAMPIRAN 6	Data Responden (Skor) Hasil Penelitian X_5	91
LAMPIRAN 7	Data Responden (Skor) Hasil Penelitian X_6	92
LAMPIRAN 8	Data Responden (Skor) Hasil Penelitian X_7	93
LAMPIRAN 9	Hasil Analisis Jalur antara Minat Nasabah (X_7) dengan Faktor Keyakinan terhadap Manfaat (X_1), Evaluasi terhadap Manfaat (X_2), Faktor Keyakinan Normatif (X_3) dan Motivasi untuk Menuruti Orang Lain (X_4)	94
LAMPIRAN 10	Hasil Analisis Jalur antara Faktor Sikap Berperilaku (X_5) dengan Faktor Keyakinan terhadap Manfaat (X_1) dan Evaluasi terhadap Manfaat (X_2)	96
LAMPIRAN 11	Hasil Analisis Jalur antara Norma Subjektif (X_6) dengan Faktor Keyakinan Normatif (X_3) dan Motivasi untuk Menuruti Orang Lain (X_4)	98
LAMPIRAN 12	Hasil Analisis Jalur antara Minat Nasabah (X_7) dengan Faktor Sikap Berperilaku (X_5) dan Norma Subjektif (X_6)	100

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Bank yang berfungsi sebagai lembaga intermediasi menempati posisi yang sangat vital pada era perekonomian modern saat ini. Lalu lintas perdagangan dalam skala domestik, nasional, regional, maupun internasional sangat memerlukan perangkat pendukung berupa lembaga keuangan untuk keperluan pembayaran atau transaksi.

Kegiatan utama operasional bank pada dasarnya adalah memobilisasi dana dari masyarakat untuk selanjutnya disalurkan kepada perorangan atau lembaga dalam bentuk pinjaman untuk berbagai keperluan. Individu atau lembaga yang memiliki kelebihan dana memerlukan institusi yang dapat mengelola kelebihan dananya secara efektif dan menguntungkan. Namun tanggapan sebagian masyarakat yang menganggap bunga sebagai riba memerlukan pendekatan tersendiri yaitu dengan menggunakan prinsip syariah. Metode syariah menggunakan pendekatan dagang dan bagi hasil.

Dengan dikeluarkannya UU No. 10. tahun 1998 telah memberikan landasan yang kuat dalam pengembangan perbankan syariah, baik dari aspek kelembagaan maupun aspek landasan operasional. Dalam UU tersebut dinyatakan bahwa Bank Indonesia dapat menerapkan kebijakan moneter berdasarkan prinsip - prinsip syariah, sehingga Bank Indonesia

dapat mempengaruhi likuiditas perekonomian melalui bank - bank syariah. Dikeluarkannya UU Perbankan Syariah membawa perubahan di dalam sistem perbankan di Indonesia menjadi “*dual banking systems*” yaitu adanya dua sistem perbankan yang berjalan bersama - sama (bank konvensional dan bank syariah).

Dalam perkembangannya, sistem perbankan nasional dapat diklasifikasikan menjadi dua yaitu sistem perbankan konvensional dan sistem perbankan syariah. Perbedaan mendasar dari kedua sistem perbankan tersebut adalah distribusi resiko usaha. Pada sistem perbankan konvensional yang menggunakan sistem bunga (*interest*) balas jasa modal ditentukan berdasarkan persentase tertentu atas pokok pinjaman yang diberikan, resiko sepenuhnya ditanggung oleh debitur. Bila nasabah sebagai deposan, resiko sepenuhnya berada pada pihak bank sebaliknya bila nasabah sebagai peminjam, resiko sepenuhnya berada ditangan peminjam. Sedangkan pada sistem perbankan syariah, balas jasa atas penyertaan modal dilakukan dengan sistem bagi hasil. Balas jasa atas modal diperhitungkan berdasarkan keuntungan atau kerugian yang diperoleh yang didasarkan pada “akad”. Prinsip utama dari akad ini adalah keadilan antara pemberi modal dan pemakai modal.

Banyak argumentasi yang mendukung berbagai keunggulan sistem perbankan syariah dan secara praktis hal ini telah dibuktikan ketika krisis ekonomi melanda Indonesia.

Di tengah gejolak moneter yang diwarnai oleh tingkat suku bunga yang sangat tinggi, perbankan syariah justru terbebas dari *negative spread*, karena perbankan syariah tidak berbasis pada sistem bunga. Konsep ekonomi Islam menjaga keseimbangan antara sektor riil dengan sektor moneter, sehingga pertumbuhan pembiayaannya tidak terlepas dari pertumbuhan sektor riil yang dibiayainya. Pada saat perekonomian dunia usaha lesu, maka *yield* yang diterima oleh perbankan syariah akan menurun dan *return* yang dibagikan kepada para nasabah juga turun. Namun sebaliknya pada saat perekonomian *booming*, maka *return* yang dibagi-hasilkan akan meningkat pula. Kinerja perbankan syariah ditentukan oleh kinerja sektor riil dan bukan sebaliknya.

Bank syariah yang dioperasikan dengan prinsip - prinsip operasional yang islami, memiliki pangsa pasar tersendiri di Indonesia yang mayoritas penduduknya memeluk agama Islam. Perbankan syariah diharapkan dapat memenuhi kebutuhan masyarakat yang menyakini bahwa sistem perbankan konvensional tidak sesuai dengan ajaran agama Islam.

Namun hal ini masih memerlukan upaya agar masyarakat dapat lebih mengenal sistem perbankan syariah. Secara mendasar, keberatan sebagian dari masyarakat muslim terhadap sistem perbankan konvensional dalam operasionalnya terdapat kegiatan usaha yang dinilai tidak sejalan dengan nilai - nilai syariah seperti kemungkinan penyaluran

pembiayaan pada kegiatan yang bersifat spekulatif (maysir), perolehan keuntungan oleh pihak pemilik modal kepada peminjam secara tidak adil (gharaf) dan ketidakpastian dalam kontrak (jahala).

Peranan perbankan syariah dalam memobilisasi dana dan penyaluran pembiayaan mengalami pertumbuhan yang cukup signifikan dari tahun ke tahun. Dari Rp. 23,4 triliun pada tahun 2004 meningkat menjadi Rp. 30,8 triliun pada tahun 2005 atau meningkat sebesar 31,62 persen (Bank Indonesia, Laporan Perkembangan Perbankan Syariah Tahun 2005).

Perkembangan perbankan syariah di Indonesia dari segi kuantitas juga cukup pesat. Sampai akhir 2005 telah berdiri 3 bank umum syariah, 19 unit usaha syariah yang dibuka oleh bank umum konvensional dengan jumlah kantor sebanyak 596 buah yang tersebar pada 68 kabupaten dan kota di 27 propinsi dalam wilayah Republik Indonesia. Di samping itu telah berkembang pula Bank Perkreditan Rakyat Syariah (BPRS) sebanyak 92 bank.

Potensi pengelolaan keuangan yang berbasis syariah di Sulawesi Selatan cukup besar. Sejak terbukanya peluang pengembangan bank syariah di Sulawesi Selatan, hingga bulan Juni 2006 telah berdiri dua buah kantor cabang bank umum syariah dan empat bank umum yang membuka unit usaha syariah. Demikian halnya dengan Bank Perkreditan Rakyat Syariah yang ada di Sulawesi Selatan yang telah mencapai tujuh BPRS dimana salah satu diantaranya adalah BPRS Niaga Madani.

BPRS Niaga Madani yang didirikan pada tahun 2002 menunjukkan perkembangan yang cukup menggembirakan dari tahun ke tahun, baik dari sisi penghimpunan Dana Pihak ke-Tiga (DP-3) maupun dari sisi Pembiayaan Yang Diberikan (PYD). Hal ini terlihat pada tabel berikut :

Tabel I.1

Perkembangan DP-3 & PYD PT.BPRS Niaga Madani

POS NERACA	Desember 2003 (Rp)	Desember 2004 (Rp)	Desember 2005 (Rp)
Posisi DP-3	1.188.737.000,-	1.486.240.000,-	3.541.789.903,-
Posisi PYD	2.048.767.000,-	4.036.633.000,-	13.571.396.000,-

Sumber : Laporan Hasil Penelitian Bank Syariah, Desember 2003

Seiring dengan perkembangan perbankan syariah yang cukup pesat menuntut bank untuk menyadari pentingnya usaha pengembangan melalui berbagai kebijakan dan pengelolaan pemasaran yang baik sehingga dapat meningkatkan *market share*. Penduduk Sulawesi Selatan yang mayoritas beragama Islam merupakan potensi besar dalam peningkatan *market share* BPR Syariah. Keberlangsungan perbankan syariah dimasa yang akan datang tergantung atas kemampuan bank tersebut untuk dapat menciptakan peluang investasi dengan melakukan survei pasar baik secara internal dan eksternal. Untuk itu penelitian terhadap profil konsumen dan mengadakan analisis terhadap minat konsumen sangat penting dalam usaha - usaha pengembangan berbagai kebijakan dan pengelolaan pemasaran. Analisis minat konsumen ini

diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam perumusan strategi perusahaan pada masa - masa mendatang .

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas maka dapat dirumuskan permasalahan sebagai berikut :

- a. Apakah keyakinan akibat dari suatu perilaku, evaluasi manfaat, keyakinan normatif dan motivasi menuruti orang lain berpengaruh langsung terhadap minat nasabah serta secara tidak langsung melalui pembentukan sikap dan norma subjektif nasabah untuk memilih BPR Syariah?
- b. Apakah sikap dan norma subjektif berpengaruh terhadap minat nasabah untuk memilih BPR Syariah?

C. Tujuan Penelitian

- a. Untuk mengetahui pengaruh langsung maupun secara tidak langsung melalui pembentukan sikap dan norma subjektif dari keyakinan akibat dari suatu perilaku, evaluasi manfaat, keyakinan normatif dan motivasi menuruti orang lain terhadap minat nasabah untuk memilih BPR Syariah.
- b. Untuk mengetahui pengaruh sikap dan norma subjektif terhadap minat nasabah untuk memilih BPR Syariah.

D. Manfaat Penelitian

- a. Penelitian ini diharapkan dapat menambah khasanah pengetahuan tentang BPR Syariah
- b. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan dalam pengembangan strategi pemasaran BPRS Niaga Madani, untuk meningkatkan *market share* khususnya untuk produk tabungan.
- c. Sebagai acuan empirik bagi pihak - pihak yang tertarik dan berminat meneliti masalah ini lebih lanjut.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

E. Pengertian Bank

Pengertian bank menurut Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 10 tahun 1998 tentang perubahan Undang-Undang Nomor 17 tahun 1992 tentang perbankan adalah badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dan menyalurkannya kepada masyarakat dalam bentuk kredit dan / atau bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat banyak.

Dari pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa kegiatan menghimpun dana (*funding*) dan menyalurkan dana (*lending*) merupakan kegiatan utama perbankan. Di samping itu perbankan juga melakukan kegiatan jasa - jasa lainnya untuk mendukung kelancaran kegiatan menghimpun dan menyalurkan dana.

Penghimpunan dana dari masyarakat dilakukan oleh bank dengan memasang berbagai strategi agar masyarakat mau menanamkan dananya dalam bentuk simpanan seperti tabungan dan deposito. Pihak perbankan memberikan berbagai rangsangan dan kepercayaan sehingga masyarakat berminat menanamkan dananya. Dana yang diperoleh dari masyarakat dalam bentuk simpanan disalurkan kembali kepada masyarakat oleh pihak perbankan dalam bentuk pinjaman (*lending*).

Keuntungan utama dari bisnis perbankan yang berdasarkan prinsip konvensional diperoleh dari selisih bunga perbankan simpanan yang diberikan kepada penyimpan dengan bunga pinjaman atau kredit yang disalurkan (*spread based*). Sedangkan bank yang berdasarkan prinsip syariah menerapkan pembiayaan berdasarkan prinsip bagi hasil (*mudharabah*). Pembiayaan berdasarkan prinsip penyertaan modal (*musyarakah*), prinsip jual beli barang dengan memperoleh keuntungan (*murabahah*) atau pembiayaan barang modal berdasarkan prinsip sewa murni tanpa pilihan (*ijarah*) atau dengan adanya pilihan pemindahan kepemilikan atas barang yang disewa dari pihak bank oleh pihak lain (*ijarah wa iqtina*).

F. Pengertian Bank Perkreditan Rakyat Syariah

Menurut ensklopedi Islam, Bank Perkreditan Rakyat Syariah adalah lembaga keuangan yang usaha pokoknya memberikan kredit tetapi tidak memberikan jasa dalam lalu lintas pembayaran serta peredaran uang yang pengoperasiannya disesuaikan dengan prinsip-prinsip syariah Islam.

Prinsip syariah menurut UU No. 10 tahun 1998 adalah aturan perjanjian berdasarkan hukum Islam antara bank dan pihak lain untuk penyimpanan dana dan / atau pembiayaan kegiatan usaha, atau kegiatan lainnya yang dinyatakan sesuai dengan syariah antara lain, pembiayaan berdasarkan prinsip penyertaan modal (*musyarakah*), pembiayaan

berdasarkan prinsip bagi hasil (mudharabah), prinsip jual beli barang dengan memperoleh keuntungan (murabahah) atau pembiayaan barang modal berdasarkan prinsip sewa murni tanpa pilihan (ijarah) atau dengan adanya pilihan pemindahan kepemilikan atas barang yang disewa dari pihak bank oleh pihak lain (ijarah wa iqtina).

Menurut Antonio (Dalam laporan hasil penelitian BI Makassar dan LPM Unhas 2003) terdapat perbedaan mendasar antara bank konvensional dengan BPR Syariah. Pertama, dari segi akad dan aspek legalitas : akad yang dilakukan BPR Syariah memiliki konsekuensi duniawi dan ukhrawi karena akad yang dilakukan berdasarkan hukum Islam. Jika terjadi perselisihan antara nasabah dan bank, maka BPR Syariah dapat merujuk kepada Badan Arbitrase Syariah Indonesia (Basyarnas) dimana penyelesaian dilakukan berdasarkan hukum Islam. Kedua, struktur organisasi : bank syariah dapat memiliki struktur yang sama dengan bank konvensional. Tapi unsur yang membedakan adalah keharusan adanya Dewan Pengawas Syariah yang bertugas mengawasi operasional bank dan produk - produknya agar sesuai dengan garis - garis syariah. Ketiga, bisnis dan usaha yang dibiayai : bisnis dan usaha yang dibiayai tidak terlepas dari saringan syariah. Keempat, lingkungan kerja dan *corporate culture* : dalam hal etika, sifat amanah dan shiddiq harus melandasi setiap karyawan sehingga tercipta profesionalisme yang berdasarkan Islam, demikian pula dalam hal *reward and punishment* diperlukan keadilan yang sesuai syariah.

G. Fungsi Bank Perkreditan Rakyat Syariah

Dalam menjalankan operasinya fungsi Bank Perkreditan Rakyat Syariah terdiri atas :

- a. Manajer investasi, sebagai pengelola investasi atas dana yang dimiliki oleh pemilik dana
- b. Investor, sebagai penerima amanah untuk melakukan investasi atas dana yang dipercayakan oleh pemegang rekening investasi / depositan atas dasar prinsip bagi hasil sesuai dengan kebijakan investasi bank.
- c. Pengelola kegiatan sosial seperti pengelolaan dana zakat dan penerimaan serta penyaluran dana - dana sosial budaya.

H. Produk - Produk Bank Perkreditan Rakyat Syariah

Secara ringkas BPR Syariah dapat menawarkan produk atau jasa sebagai berikut :

Tabel 2.1

Produk - Produk Penyaluran Dana Perbankan

No	Produk	Prinsip Syariah
1.	Dana Talangan	<i>Qardh</i>
2.	Penyertaan	<i>Musyarakah</i>
3.	Sewa Beli	<i>Ijarah Muntahiyah Bittamlik Ijarah Wa Iqtina</i>
4.	Pembiayaan modal kerja	<i>Mudharabah, Musyarajah atau Murabahah</i>
5.	Pembiayaan proyek	<i>Mudharabah atau Musyarakah</i>
6.	Pembiayaan pertanian	<i>Bai As Salam</i>
7.	Anjak Piutang	<i>Hiwalah</i>
8.	Pinjaman Sosial	<i>Kafalah</i>
9.	Gadai	<i>Rabn</i>

Sumber : Standar Operasional Produk (SOP) BPRS, Desember 2003

Tabel 2.2
Produk-produk Penghimpunan Dana

No	Produk / Jasa	Prinsip Syariah
1.	Tabungan	<i>Wasi'ah Yad Dhamanah dan Mudharabah</i>
2.	Deposito	<i>Mudharabah</i>
3.	Simpanan Khusus	<i>Mudharabah Muqayyadah</i>

Sumber : Standar Operasional Produk (SOP) BPRS, Desember 2003

I. Kendala Sosialisasi Perbankan Syariah di Indonesia

Perkembangan bank syariah yang dimulai pada tahun 1992 disambut gembira karena sebagian besar umat Islam di Indonesia yang masih ragu untuk bermuamalah dengan perbankan konvensional yang berbasis bunga. Berdirinya perbankan yang bernuansa Islam atau syariah dengan landasan operasi berbasis bagi hasil (profit sharing) diharapkan dapat menghilangkan keraguan itu sehingga umat Islam diharapkan dapat berperan optimal dalam dunia perbankan di Indonesia. Perbankan berbasis profit sharing ini dikatakan bernuansa Islam atau syariah lebih disebabkan karena masih adanya kesan keraguan mengadopsi sistem "Muamalah Maliyah Islamiyah" atau Islam dalam perspektif ekonomi. Kenyataan pada waktu itu banyak kalangan tertentu yang menjadi khawatir bahwa dengan didirikannya bank bernuansa Islam akan mengingatkan umat Islam kepada Piagam Jakarta dan pada gilirannya mereka akan menuntut implementasinya bagi umat Islam. Dalam kenyataannya banyak dijumpai kemungkinan praktek muamalah keuangan yang berbasis profit sharing tetapi belum tentu islami seperti praktek usaha kemitraan dengan modal ventura.

Indonesia sebagai negara dengan penduduk muslim terbesar di dunia merupakan potensi aset yang besar jika dibarengi dengan kualitas Sumber Daya Manusia (SDM) yang memadai. Namun disayangkan jika potensi kependudukan yang begitu besar ternyata tidak secara otomatis memuluskan pelaksanaan sosialisasi perbankan syariah. Mayoritas masyarakat muslim belum memahami prinsip dan operasional BPR Syariah termasuk para akademisi, profesional dan bahkan ulama. Hal ini disebabkan beberapa faktor antara lain :

1. Isu perbankan syariah merupakan isu yang relatif baru di Indonesia.
2. Pengabaian fiqh muamalah, dimana ummat Islam secara apriori, seakan-akan melihat tatanan, lembaga dan kondisi muamalah secara umum atau maliyah (keuangan) dan perdagangan sudah sesuai dengan ruh Islam sehingga tidak perlu diperdebatkan.
3. Ikhtilaf para ulama tentang haramnya bunga.
4. Terbatasnya Sumber Daya Manusia (SDM)

Untuk mendorong proses sosialisasi perbankan syariah di tanah air perlu dilakukan berbagai pendekatan dari aspek sosio-kultur, sosio-politik dan akademis. Para kyai dan ulama masih meragukan hukum bunga bank perlu melakukan pendekatan konstruktif untuk mencapai titik temu pandangan. Pemerintah sendiri perlu memiliki komitmen yang kuat untuk proses tersebut sebab keberhasilan dan kegagalan sosialisasi perbankan syariah di tanah air banyak bergantung pada kemauan politik pemerintah. Pemerintah diharapkan memberikan perhatian yang besar

terhadap perkembangan BPR Syariah sehingga kinerja perbankan syariah menjadi lebih baik, efisien dan kompetitif.

J. Tantangan Perbankan Syariah dimasa yang Akan Datang

Selama jangka waktu sepuluh tahun terakhir, perbankan syariah telah berkembang pesat baik dari jumlah bank yang berdiri maupun volume usaha yang dijalankan diberbagai negara. Tetapi apakah perbankan syariah akan terus berkembang dan berlanjut dimasa yang akan datang serta upaya – upaya apa saja yang perlu dilakukan untuk terus maju dan berkembang tentunya merupakan tantangan tersendiri bagi perbankan syariah.

Dengan muncul dan berkembangnya perbankan syariah, maka secara implisit perbankan syariah telah mampu memunculkan dua poin penting sebagai berikut :

1. Berkembangnya wacana mengenai kemungkinan implementasi sistem perbankan alternatif selain dari sistem konvensional yang telah ada. Para ilmuwan muslim mencoba mengembangkan basis teori yang kuat mengenai hal ini sebagai upaya mensosialisasikannya tidak hanya kepada umat muslim tapi juga kepada umat lainnya.
2. Berdirinya bank - bank syariah secara nyata di berbagai negara secara faktual telah banyak masyarakat yang menyimpan dananya di lembaga yang islami baik dalam bentuk penyertaan saham, nasabah atau deposit biasa dan sebagai mitra kerja.

Keberlangsungan perbankan syariah dimasa yang akan datang tergantung atas kemampuan bank tersebut untuk dapat menciptakan peluang investasi dengan melakukan survei pasar baik secara internal maupun eksternal. Hal ini harus diikuti pula dengan dukungan dari tim dan staf manajemen bank yang berkualitas serta memiliki komitmen tinggi dalam mengimplementasikan norma Islam dalam aktivitas perbankan.

Pelatihan staf BPR Syariah dari semua level manajemen merupakan suatu kebutuhan utama, bukan hanya sebagai sampingan pelatihan biasa. Pelatihan ini harus mencakup materi yang komprehensif dari sisi moneter serta hukum Islam yang mendukungnya. Selain itu keberlangsungan perbankan syariah juga perlu didukung dengan realitas yang ditunjukkan pada nasabahnya bahwa pihak bank merupakan pihak yang bertanggung jawab juga secara moral terhadap semua bentuk investasi yang berlaku. Hal ini penting karena disinilah letak keunikan bank syariah dibandingkan dengan bank konvensional, bahwa segala bentuk perputaran usaha yang dilakukannya haruslah sesuai dengan nilai-nilai syariah dan menyertakan nasabah dalam pengambilan keputusannya. Jika BPR Syariah mampu memperlihatkan secara nyata kemampuan mereka dalam mengembangkan unit usahanya sesuai dengan nilai-nilai Islam maka tingkat kepercayaan masyarakat akan meningkat terhadap BPR Syariah yang pada gilirannya akan memacu perkembangan perbankan syariah.

K. Perilaku Konsumen

Perilaku konsumen atau nasabah, sangat mempengaruhi kelangsungan hidup perusahaan. Keberhasilan suatu bisnis tergantung pada pemahaman, pelayanan dan cara mempengaruhi konsumen untuk mencapai tujuan organisasi. Oleh karena itu pengetahuan tentang konsumen perlu dipahami dan dianalisis dalam hubungannya dengan strategi pemasaran.

Menurut Engel JF. (1994 : 3) perilaku konsumen adalah suatu tindakan yang langsung terlibat dalam usaha mendapatkan, mengkonsumsi dan menghabiskan barang dan jasa termasuk proses keputusan yang mendahului dan menyusul tindakan ini.

Loudon dan Bitta (1985 : 6) mendefinisikan perilaku konsumen sebagai proses pengambilan keputusan dan aktivitas individu secara fisik yang dilibatkan dalam mengevaluasi, memperoleh, menggunakan atau dapat menggunakan barang - barang dan jasa.

Perilaku konsumen dipengaruhi oleh berbagai faktor yang bergerak secara dinamis baik bersifat internal maupun eksternal. Kotler (1996 : 204-223) mengelompokkan dalam empat kelompok yaitu:

1. Kelompok kebudayaan yang terdiri dari kultur, subkultur dan kelas sosial (berdasarkan pendapatnya).
2. Kelompok sosial terdiri dari kelompok referen, keluarga serta peran dan status sosial (berdasarkan kegiatannya).

3. Kelompok kepribadian terdiri dari usia dan tahapan siklus hidup manusia, pekerjaan, gaya hidup serta kepribadian dan konsep diri.
4. Kelompok kejiwaan terdiri dari motivasi, persepsi, pembelajaran serta keyakinan dan sikap.

Dari faktor - faktor perilaku yang dikemukakan oleh Kotler tersebut, faktor sikap telah banyak menjadi objek penelitian sosial. Penelitian sikap konsumen dalam kegiatan bisnis perusahaan termasuk kegiatan di bidang manajemen pemasaran. Dengan informasi sikap konsumen yang akurat. dapat mempengaruhi keputusan manajemen mengenai segmentasi pasar dan komposisi bauran pemasaran produk.

L. Pengertian Sikap

Ada beberapa definisi tentang sikap yang dikemukakan oleh para ahli dari sudut pandang yang berbeda. Menurut definisi pertama, sikap adalah cara bagaimana seseorang merasakan suatu objek sebagai sesuatu yang positif atau negatif, sesuatu yang menguntungkan atau merugikan atau sesuatu yang menimbulkan pro dan kontra (Loudon dan Bitta, 1985 : 385). Definisi ini memandang sikap sebagai suatu perasaan atau reaksi evaluatif terhadap objek.

Definisi kedua memandang sikap sebagai predisposisi-predisposisi yang dipelajari untuk merespon (menanggapi) suatu objek atau kelompok yang secara konsisten menguntungkan atau tidak menguntungkan.

(Loudon dan Bitta, 1985 : 385). Secara lebih mendalam definisi ini telah mencoba memasukkan gagasan kesiapan untuk merespon objek.

Definisi sikap yang kedua berorientasi kognitif yang dipopulerkan oleh psikolog sosial Krech and Crutchfield (dalam Loudon dan Bitta, 1985 : 385) memandang sikap sebagai suatu organisasi abadi dari proses motivasional, emosional, perseptual dan kognitif sehubungan dengan beberapa aspek dalam dunia individu.

Definisi lain yang banyak merangsang pelaksanaan penelitian dan dianggap berguna untuk memprediksi perilaku memandang sikap sebagai sesuatu yang bersifat multidimensi. Keseluruhan sikap seseorang tentang berbagai aspek (atribut) dari suatu objek dan evaluasi yang ia berikan pada masing - masing keyakinan tadi sehubungan dengan objek yang dinilai (Fishbein M dalam Loudon dan Bitta, 1985 : 385). Dalam konteks ini, keyakinan dipandang sebagai probabilitas kebenaran yang diberikan seseorang terhadap suatu pengetahuan tentang atribut objek tertentu. Definisi ini memiliki daya tarik besar karena berhasil memperlihatkan bahwa konsumen dalam merasakan suatu produk (objek) memiliki banyak atribut dan membentuk keyakinan - keyakinan tentang masing - masing atribut.

Dari beberapa definisi diatas tampak bahwa terdapat dua hal pokok mengenai sikap, yaitu pertama, sikap bisa dipelajari atau dibentuk, jadi bukan pembawaan dan kedua sikap bisa berubah bila situasi berubah.

M. Sifat dan Karakteristik Sikap

Loudon dan Bitta (1985 : 387) mengemukakan beberapa karakteristik sikap yaitu :

a. Sikap memiliki objek

Menurut definisinya, sikap harus memiliki objek yaitu titik fokus berupa konsep abstrak (misal perilaku etis) ataupun benda nyata (misal sepeda motor).

b. Sikap memiliki arah, intensitas dan tingkatan

Sikap mengungkapkan bagaimana seseorang merasakan suatu objek.

Sikap ini mengungkapkan :

a) Arah – menyukai atau tidak menyukai, menerima atau menolak objek tadi

b) Tingkatan (degree) seberapa jauh seseorang menyukai suatu objek

c) Intensitas tingkatan kepastian atau keyakinan ungkapannya (ekspresinya) terhadap objek tadi atau seberapa besar seseorang merasakan keyakinan (kemantapannya). Sebagai contoh, seseorang mungkin merasa bahwa produk X dibuat sembarangan. Hal itu menunjukkan sikapnya yang negatif dan tingkat perasaan negatif ini cukup besar. Namun individu tersebut mungkin hanya memiliki sedikit keyakinan (intensitas sikap) sehingga sikap yang demikian mudah berubah.

c. Sikap memiliki struktur

Sikap menunjukkan organisasi, yang berarti bahwa mereka memiliki konsistensi internal dan memiliki sentralitas antar sikap. Pada pusat struktur ini ada nilai dan konsep diri individual. Sikap yang dekat dengan sistem ini dikatakan memiliki tingkat sentralitas tinggi. Sikap yang ada berkaitan satu sama lain membentuk satu kesatuan yang kompleks. Ini menyiratkan bahwa tingkat konsistensi harus ada diantara mereka. Sikap mengelompok dalam suatu struktur cenderung menunjukkan stabilitas. Tetapi karena sikap diperoleh melalui proses belajar maka stabilitas ini tergantung pada lama belajar.

d. Sikap dipelajari

Sikap berkembang dari pengalaman personal kita dengan realitas dan informasi teman, media massa dan lain sebagainya. Perlu diingat bahwa belajar mendahului pembentukan dan perubahan sikap. Pemasar bisa mempelajari proses belajar ini untuk mengarahkan pembentukan dan perubahan sikap ini.

N. Fungsi Sikap

Sikap menjalankan empat fungsi utama bagi individu antara lain fungsi penyesuaian, fungsi defensif-ego, ekspresi nilai dan fungsi pengetahuan. Fungsi - fungsi ini memenuhi kebutuhan manusia untuk melindungi dan meningkatkan citra yang mereka miliki. Dalam pengertian yang lebih umum, fungsi ini merupakan dasar motivasi yang membentuk

dan memperkuat sikap positif terhadap objek tujuan yang dirasakan sebagai pemenuhan kebutuhan dan atau sikap negatif terhadap objek yang dirasa menghukum atau mengancam.

a. Fungsi penyesuaian

Fungsi penyesuaian mengarahkan manusia menuju objek yang menyenangkan dan menjauh objek yang tidak menyenangkan. Ini menunjang konsep tentang utilitarian yaitu memaksimalkan penghargaan dan meminimasi hukuman. Sikap konsumen hingga tingkat tertentu tergantung pada persepsi mereka tentang apa yang memenuhi kebutuhan dan apa yang menghukum.

b. Fungsi defensif-ego

Sikap yang dibentuk untuk melindungi citra diri atau ego. Misalnya orang yang berbuat kekeliruan berusaha mencari alasan atas kekeliruan tersebut atau menyalahkan orang lain.

c. Fungsi ekspresi nilai

Bila sikap defensif-ego untuk melindungi citra diri seseorang, sikap ekspresi nilai menjadi sentral bagi seseorang. Oleh karena itu, konsumen menggunakan sikap dalam upaya menterjemahkan nilai mereka menjadi sesuatu yang lebih nyata dan mudah diungkapkan.

d. Fungsi Pengetahuan

Manusia membutuhkan suatu dunia yang beraturan dan tersusun. Oleh karena itu mereka mengupayakan konsistensi, stabilitas, defensif

dan pemahaman. Dari ketentuan ini, berkembang sikap ke arah pencarian pengetahuan.

O. Komponen Sikap

Secara garis besar, sikap memiliki tiga komponen yang saling menunjang yaitu kognitif, afektif dan konatif (Wilkie, 1990 : 310-311).

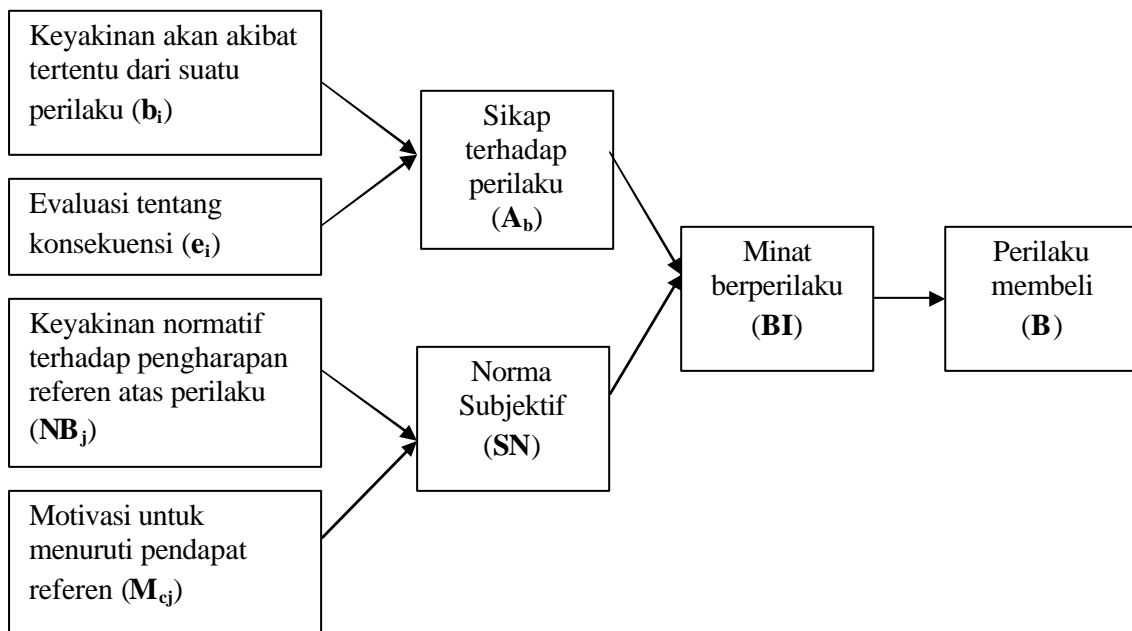
- a. Komponen perceptual atau kognitif menunjukkan informasi seseorang tentang suatu objek. Masing-masing bagian informasi ini dapat diklasifikasikan sebagai keyakinan akan adanya objek dan keyakinan tentang objek atau keyakinan evaluatif. Dalam kategori pertama ada ukuran kesadaran yang sudah dikenal seperti ingatan dengan bantuan dan tanpa bantuan. Kategori keyakinan kedua memberikan informasi tentang penilaian yang dilakukan konsumen.
- b. Komponen afektif atau perasaan berkenan dengan perasaan keseluruhan seseorang tentang menyukai atau tidak menyukai suatu situasi, objek, orang atau konsep.
- c. Komponen konatif atau minat menunjuk pada harapan atau perilaku umum seseorang sehubungan suatu objek. Keterkaitan komponen ini dengan sikap biasanya tergantung pada sejumlah kondisi. Misalnya jika alternatif pilihan memadai atau situasi sekitar seimbang dan mendukung.

P. Sikap, Minat dan Perilaku dalam Model

Salah satu yang menerangkan hubungan antara sikap, minat dan perilaku adalah *The Theory of Reasoned Action* yang dikembangkan oleh Martin Fishbein dan Icek Ajzen (1965) dalam karyanya "*Understanding Attitude and Predicting Behaviour*" teori ini dapat divisualisasikan dalam gambar berikut.

Gambar 2.1

Teori Alasan Berperilaku (Theory of Reasoned Action Model)



Sumber : M. Fisbein & I. Ajzen, disesuaikan dari Schiffmann & Kanuk (1997:224)

Teori Reasoned Action tersebut menyatakan bahwa perilaku (behaviour) seseorang tergantung pada minatnya (intention), sedangkan minat untuk berperilaku tergantung pada sikap (attitude) dan norma subjektif (subjective norm) atas perilaku. Pada sisi yang lain keyakinan

(believing) atas akibat perilaku mempengaruhi sikap dan norma subjektifnya. Selanjutnya sikap individu terbentuk dari kombinasi antara kekuatan dan evaluasi tentang keyakinan penting seorang konsumen. Sedangkan norma subjektif ditentukan oleh keyakinan bahwa orang penting lain berpendapat bahwa ialah seyogyanya atau tidak seyogyanya melaksanakan perilaku plus motivasi konsumen untuk menuruti pengharapan - pengharapan sosial itu.

Dapat disimpulkan bahwa minat dari perilaku konsumen dipengaruhi oleh faktor individual dan faktor eksternal. Faktor eksternal tercermin dari pengaruh orang lain (norma subjektif) terhadap perilaku atau keputusan yang diambilnya.

Keyakinan (believing) menunjukkan informasi yang dimiliki seseorang tentang sesuatu objek. Dari informasi inilah selanjutnya sikap atau penilaian terhadap objek sebagai sesuatu yang menguntungkan atau merugikan. Berbagai informasi yang diterima dan terkumpul pada diri seseorang inilah yang disebut pengetahuan. Namun demikian, aspek pengetahuan yang mempengaruhi sikap adalah sikap pengetahuan yang berisikan aspek positif atau aspek negatif dari sesuatu hal. Pengetahuan hanyalah opini tentang sesuatu hal yang belum tentu sesuai dengan keadaan sebenarnya. Sedangkan norma subjektif berisikan keputusan yang dibuat oleh individu setelah mempertimbangkan pandangan orang - orang yang mempengaruhi norma subjektif tentang perilaku tertentu. Individu dapat terpengaruh atau tidak terpengaruh tergantung pada

kekuatan kepribadian individu yang bersangkutan dalam menghadapi kehendak orang lain.

a. Keyakinan akan akibat perilaku tertentu (**b_i**)

Komponen ini berisikan aspek pengetahuan tentang perilaku tertentu. Komponen ini juga berisikan pengetahuan tentang akibat / konsekuensi positif atau negatif yang dapat diperoleh. Keyakinan seseorang menjadi dasar terbentuknya sikap terhadap suatu objek sikap. Keyakinan tersebut dapat muncul karena adanya informasi tentang objek yang diperoleh dari berbagai sumber informasi seperti surat kabar, majalah, brosur, iklan dan lain-lain.

b. Evaluasi tentang konsekuensi (**e_i**)

Komponen ini berkaitan dengan penilaian yang diberikan oleh seseorang terhadap tiap-tiap akibat/konsekuensi yang dapat diperoleh dimana evaluasi tersebut dapat bersifat baik atau tidak baik, positif atau negatif, setuju atau tidak setuju, suka atau tidak suka dan lain-lain.

c. Sikap terhadap perilaku (**A_b**)

Sikap yang terbentuk dalam komponen ini adalah sikap positif atau negatif tergantung pada segi positif atau negatif dari komponen pengetahuan dan evaluasi. Sikap yang terbentuk dari keyakinan terhadap akibat dan evaluasinya dapat diformulasikan secara matematis sebagai berikut : (Loudon dan Bitta, 1985 : 536)

$$A_b = \sum_{i=1}^n (b_i \cdot e_i)$$

- Dimana, A_b : sikap terhadap perilaku
- b_i : keyakinan terhadap akibat I
- e_i : evaluasi akibat I
- n : banyaknya keyakinan penting
- I : macam/jenis atribut suatu variabel

d. Keyakinan normatif terhadap pendapat referen (Nb_j)

Komponen ini adalah komponen pengetahuan tentang sesuatu yang merupakan pandangan orang lain yang berpengaruh terhadap kehidupan seseorang. Keyakinan normatif adalah merupakan keyakinan yang dimiliki oleh seseorang bahwa kelompok referen berpendapat sebaiknya ia melakukan atau tidak melakukan perilaku tertentu.

e. Motivasi untuk pendapat orang lain (M_{c_j})

Komponen ini berkaitan dengan kesediaan seseorang untuk melaksanakan atau tidak melaksanakan pendapat orang lain (referen). Yang ada pada keyakinan (referen) ditentukan oleh dua hal yaitu : pertama, *power* dari referen bersangkutan yang dapat diartikan bahwa semakin kuat/lemah pengaruh orang lain terhadap seseorang maka semakin kuat/lemah pula motivasinya untuk menuruti apa yang dikehendaki oleh referen. Kedua, karakteristik personal seseorang. Kesediaan seseorang untuk mengikuti/tidak mengikuti pendapat orang

lain (referen) tergantung pada kepribadian individu bersangkutan untuk mengikuti/tidak mengikuti pendapat referen.

f. Norma subjektif (**SN**)

Norma subjektif merupakan komponen yang berisikan keputusan yang dibuat oleh individu setelah mempertimbangkan pandangan orang-orang yang mempengaruhi norma - norma subjektif tentang perilaku tertentu. Norma subjektif seseorang merupakan produk dari keyakinan bahwa referen berpendapat sebaiknya ialah melakukan/tidak melakukan perilaku tertentu dan motivasi dia untuk menuruti pendapat tersebut. secara matematis, norma subjektif dapat diformulasikan sebagai berikut : (Loudon dan Bitta, 1995 : 536)

$$SN = \sum_{j=1}^m (N_{bj} \cdot M_{cj})$$

Dimana **SN** : norma subjektif terhadap pendapat referen

N_{bj} : keyakinan normatif terhadap pendapat referen

M_{cj} : motivasi untuk mengikuti pendapat referen

m : banyaknya keyakinan penting

j : macam/jenis atribut suatu variabel

Dengan demikian dapat dikatakan bahwa norma subjektif seseorang akan positif bilamana keyakinan normatif adalah positif dan ada motivasi untuk menuruti pendapat referen.

g. Minat berperilaku

Komponen ini berisikan minat / niat untuk melakukan perilaku tertentu.

Secara teoritis, terbentuknya minat tersebut ditentukan oleh interaksi

antara kedua komponen yang mendahuluinya yaitu sikap terhadap perilaku dan norma subjektif tentang perilaku tersebut. Secara matematis minat berperilaku dapat diformulasikan sebagai berikut :
(Loudon dan Bitta, 1985 : 535)

$$\mathbf{B} = \mathbf{BI} = w_1\mathbf{Ab} + w_2\mathbf{SN}$$

Dimana, **B** : perilaku tertentu

BI : minat konsumen untuk melakukan perilaku tertentu

Ab : sikap konsumen terhadap perilaku tertentu

SN : norma subjektif terhadap pendapat/kehendak referen

w₁+w₂ : bobot regresi yang ditentukan secara empirik

Tanda (-) menunjukkan bahwa **B** dan **BI** dapat berhubungan.

h. Perilaku (**B**)

Komponen ini menggambarkan perilaku tertentu. Perilaku menunjukkan minat/niat perilaku yang sudah direalisasikan dalam bentuk tingkah laku yang tampak. Teori *Reasoned Action* memandang bahwa perilaku pembelian seseorang dapat terprediksi dan apa yang mereka katakan tentang minat untuk membeli pada saat ini.

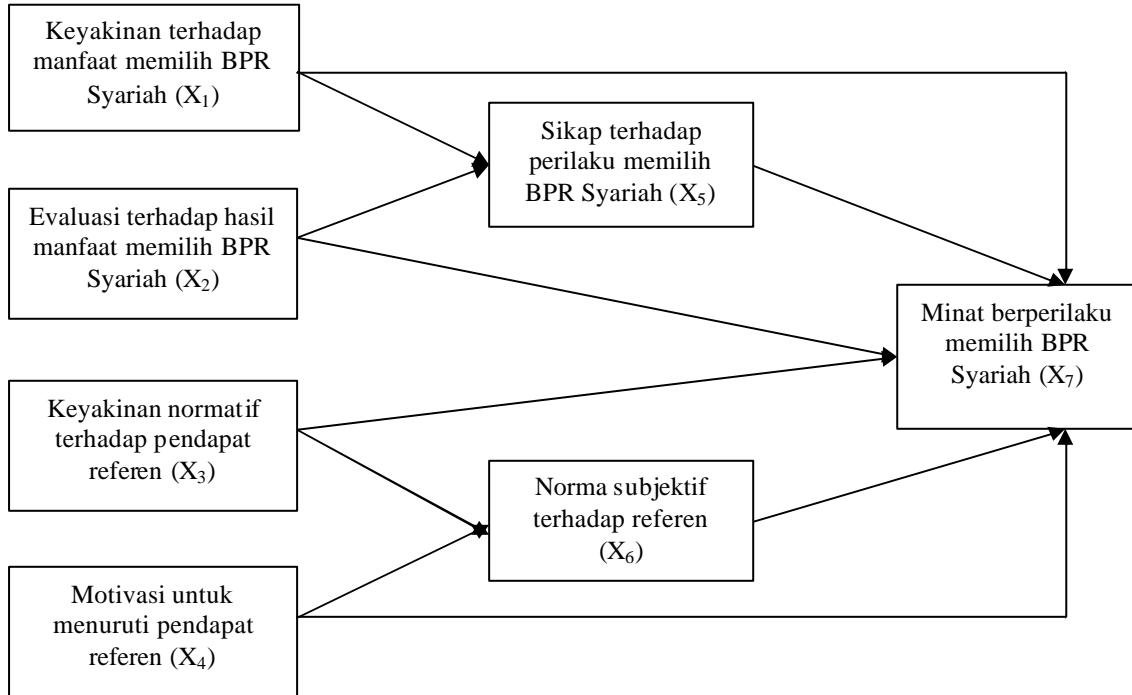
Q. Kerangka Pikir

Untuk menjawab tantangan perbankan syariah dimasa yang akan datang seperti yang telah diuraikan sebelumnya, BPR Syariah Niaga Madani dituntut untuk menyusun suatu analisis yang mempengaruhi perilaku konsumen atau nasabah berdasarkan pada faktor – faktor yang mempengaruhi minat berperilaku memilih BPR Syariah. Dalam teori *Reasoned Action*, sikap untuk berperilaku dan norma subjektif mempengaruhi perilaku melalui pembentukan minat untuk memilih BPR Syariah. Faktor pembentuk sikap untuk berperilaku yaitu keyakinan dan evaluasi terhadap atribut konsekuensi/manfaat sedangkan norma subjektif terbentuk dari keyakinan dan motivasi seseorang mengikuti pendapat referen untuk memilih BPR Syariah.

Terbentuknya minat seseorang untuk memilih BPR Syariah, ditentukan oleh hasil interaksi antara keberadaan sikap untuk berperilaku dan keberadaan norma subjektif. Apabila ketidakserasian dalam interaksi antara keduanya terjadi, maka keberadaan faktor yang dominan akan lebih menentukan bentuk minat seseorang.

Dari faktor - faktor tersebut selanjutnya akan diteliti untuk melihat sejauh mana pengaruhnya terhadap pembentukan minat seseorang dalam memilih BPR Syariah Niaga Madani.

Gambar 2.2
Kerangka Pikir Penelitian



O. Hipotesis

Hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Keyakinan dari suatu perilaku, evaluasi tentang konsekuensi, keyakinan normatif dan motivasi untuk menuruti orang lain berpengaruh langsung dan juga berpengaruh tidak langsung melalui pembentukan sikap dan norma subjektif dalam memilih BPR Syariah
2. Sikap dan norma subjektif berpengaruh terhadap minat nasabah memilih BPR Syariah.