

Persepsi Masyarakat Terhadap Pemilihan Bank Syariah

Hurian Kamela¹, Evony Silvino Violita², Miranti Kartika Dewi.³

^{1,2,3} Universitas Indonesia

Corresponding author: ¹melakamel@yahoo.com, ²evony.silvino@gmail.com,
³miranti_k_dewi@yahoo.com

Diterima: 15 Januari 2020; Direvisi: 23 Februari 2020; Disetujui: 21 April 2020

Abstract: *The purpose of this study is to study the views of the public who use conventional banks compared to Islamic Banks, also to give an assessment to the public about the choice of bank choice, to give an overview of making decisions related to people related to the selection of Islamic Banks, and to find reasons that support Indonesian people to choose a Sharia Bank. This research using questionnaire data of 126 people. The main points of this study consist of ability, attention, religious reasons (independent variable) and Consent (dependent variable). The outline of the results of this study is enough to study respondents' assessments of Islamic banks, for the highest relationship, on average many focus on questions on X2, Attention in the questionnaire are: Conventional banks are better than Sharia banks, The government must support Sharia banks, Facilities about Sharia Banks must be added, Sharia Bank Coverage (example: ATM) must added. This is the highest focus on the respondent in the view of Islamic banks on other questions.*

Keywords: *Sharia; Conventional; Bank; Perception*

Abstrak: Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pandangan masyarakat yang menggunakan bank konvensional dibandingkan dengan Bank Syariah, juga untuk memberikan gambaran kepada masyarakat tentang alasan pemilihan Bank, sehingga dapat memberikan gambaran tentang pengambilan keputusan secara individu terkait pemilihan Bank Syariah, dan untuk mengetahui alasan mempengaruhi masyarakat Indonesia untuk memilih Bank Syariah. Penelitian ini menggunakan data kuesioner dari 126 orang. Poin utama dari penelitian ini terdiri dari kemampuan, perhatian, alasan agama (variabel independen) dan penilaian (variabel dependen). Garis besar hasil penelitian ini cukup untuk menggambarkan penilaian responden terhadap Bank Syariah, untuk hubungan tertinggi, rata-rata banyak fokus pada pertanyaan pada X2, Perhatian dalam kuesioner yaitu: Bank konvensional lebih baik daripada bank Syariah, Pemerintah harus mendukung bank Syariah, Fasilitas tentang Bank Syariah harus ditambahkan, Cakupan Bank Syariah (contoh: ATM) harus ditambahkan. Ini adalah fokus tertinggi pada responden dalam pandangan Bank Syariah daripada pertanyaan lain.

Kata kunci: Syariah; Konvensional; Bank; Persepsi

PENDAHULUAN

Adanya kesadaran mengenai Syariah di negara-negara yang mayoritas muslim. Hal ini diperkuat dengan penelitian Pollard and Samers (2007) bahwa ada perkembangan yang meningkat khususnya dari Industri keuangan Islam, memiliki pertumbuhannya yang cepat di Asia Tenggara dan Timur Tengah, juga menyebar ke negara-negara non-Muslim terutama di Eropa dan Amerika Utara, walaupun tidak terlalu berkembang dibandingkan Negara Mayoritas Muslim.

Ini diperkuat oleh penelitian terbaru oleh Riaz et al. (2017) yang melakukan penelitian tentang Muslim yang berbasis di Inggris, Ulama Islam dan karyawan perbankan Islam pada kegiatan dan keterlibatan dalam komunitas Islam yang besar, namun sering diabaikan. Pemerintah Inggris mengusahakan bahwa sektor perbankan Islam akan didukung pemerintah dan menjadikannya sarana untuk memenuhi kebutuhan layanan keuangan, serta menempatkan London sebagai pusat global untuk investasi Islam. Amin et al. (2013), meneliti bahwa adanya pengaruh kepuasan pelanggan yang lebih besar untuk pelanggan non-Muslim daripada Muslim, khususnya dalam Bank Islam. Ariff & Iqbal (2011) mengungkapkan di tahun 2010, jumlah perbankan syariah naik US \$ 4 triliun yang dimiliki oleh 370 bank yang tersebar di 76 negara. Peningkatan keuangan dan perbankan Islam adalah kemajuan di negara-negara Dewan Kerjasama Teluk (GCCs) serta negara-negara Muslim besar seperti Malaysia dan Pakistan. Pertumbuhan industri ini memberikan minat dari beberapa perusahaan keuangan multinasional seperti Citigroup dan HSBC terlibat dalam bidang perbankan Islam dan jasa keuangan (El-Gamal, 2003; Kuran, 2006). Sistem perbankan Syariah menerapkan aturannya berdasarkan ekonomi Islam untuk menghindarkan umat Islam dari sistem konvensional agar sesuai dengan ajaran agama, seperti dalam keuangan. Hukum Syariah Islam memberikan panduan dalam keyakinan, perilaku moral, larangan dan keputusan atau hukum yang tidak sesuai dengan ajaran Islam (Akbar et al., 2012; Beloufi dan Chachi, 2014).

Chapra (2000) juga menilai bahwa Bank-bank Islam juga harus mengembangkan lebih lanjut untuk menunjukkan nilai-nilai Islam tercermin dalam hukum, lembaga ekonomi, sosial dan politik. Bank Syariah di negara-negara seperti Pakistan harus dapat merancang instrumen yang menjadi variabel ekonomi utama untuk untuk reformasi sosial dan ekonomi. Keyakinan (perspektif) muslim di Indonesia mengenai menabung di Bank Syariah menjadi alasan utama dalam penelitian ini. Shibani, O., & De Fuentes, C. (2017) membahas beberapa perbedaan dan

persamaan antara perusahaan berdasarkan prinsip tata kelola di bank syariah dan bank konvensional dengan diversifikasi paradigmatik, karena tata kelola perusahaan di bank syariah merupakan fenomena sosial di masyarakat Islam, menggunakan paradigma teori sosial (fungsionalis, interpretif, radikal humanis dan radikal strukturalis) untuk membandingkan antara tata kelola perusahaan di bank syariah dan konvensional bank. Riza et al. (2017) meneliti bahwa Bank syariah mampu mendorong masyarakat non-bank untuk menerima layanan perbankan yang kompatibel berdasarkan keyakinan agama dan lifestyle. Ini menampilkan peluang besar bagi Bank Syariah khususnya mengenai kehadiran produk dan layanan perbankan Islam untuk pencapaian tujuan kebijakan moneter di Nigeria. Survei mengenai pengaruh dan persepsi akan membantu bank dan pihak-pihak lain untuk mendapatkan informasi awal dari masyarakat (responden) mengenai penilaian serta situasi sebenarnya sebagai alasan utama yang mempengaruhi pemilihan Bank Syariah dan penilaian supaya lebih baik. Perbedaan ini menjadi gap utama dengan memberikan gambaran mengenai pengaruh pandangan masyarakat muslim (Indonesia) terhadap pemilihan Bank Syariah, karena masih sedikit yang meneliti mengenai pandangan muslim di Indonesia (khususnya dengan level pendidikan tertentu) mengenai problem yang terjadi di Bank Syariah dan menyesuaikannya dengan konteks yang terjadi di Indonesia, karena penelitian lain kebanyakan berasal dari Negara lain. Contohnya penelitian sebelumnya oleh Riza et al. (2017) mengenai persepsi dalam pemilihan Bank Syariah di Pakistan dan penelitian sebelumnya oleh peneliti yang sama yaitu Riza et al. (2017) mengenai persepsi kaum minoritas (Islam) di Inggris tentang Bank Syariah.

Selain itu, penelitian ini memberikan gambaran saja permasalahan yang muncul saat individu memilih bank, rata-rata masyarakat (muslim) di Indonesia memilih bank konvensional dibanding bank syariah. Pengaruh barat dan sistem bank yang telah diketahui menjadi alasan untuk memilih bank konvensional, karena dianggap lebih umum dipakai.

Karbhari et al. (2004) melakukan penelitian mengenai keuangan Islam membantah bahwa lembaga keuangan terkait harus memberi perhatian khusus pada pelarangan bunga yang berkaitan dengan menargetkan keadilan sosial. Alasan utamanya, bank- bank Islam telah mengembangkan instrumen pembiayaan yang bebas bunga (Riba), bukan pada pembagian untung dan rugi sehingga sesuai dengan Islam. Saleh et al (2007) memperkuat bahwa

penggantian Riba dengan produk risiko yang lebih luas dari bank syariah menampilkan kurangnya fokus pada kebijakan keuangan di Syariah.

Sumber utama dalam Syariah Islam adalah Al-Qur'an dan Hadist / Sunnah, yang merupakan sebagai sumber utama, sedangkan sumber lain adalah Ijtihad dan Qiya yang menerapkan hukum Syariah (Gait dan Worthington, 2008). Sardar (2003) membahas bahwa hal mengenai "Syariah" bagi Muslim sebagai hukum Islam hanya 1 ilahi yaitu berdasarkan Al-Quran. Penelitian sebelumnya yaitu berdasarkan Umair Riza, Bruce Burton, Lissa Monk (2017) melakukan penelitian mengenai Perceptions on the accessibility of Islamic banking in the UK—Challenges, opportunities and divergence in opinion. Penelitian lain mengenai persepsi dilakukan oleh Riza et al. (2017) mengenai An Islamic banking perspective on consumers' perception in Pakistan. Al-Qaradawi (2005) dan Kamla dkk. (2006) mencatat bahwa prinsip Syariah memandu perilaku di hampir setiap lingkup Muslim, melalui konsep-konsep seperti Tauhid (Kesatuan Tuhan), Khilafah (khalifah), Umma (komunitas), Adl (keadilan), Ihsan (kebaikan), Hikma (kebijaksanaan) dan Tawadu (kesopanan). Ketika seseorang bergerak di bawah tingkat meta dan menggali ke dalam lingkungan filsafat Islam, itu menjadi jelas bahwa etika mendominasi ekonomi dan bukan sebaliknya, dengan anggapan bahwa "ekonomi Islam" harus etis.

Shibani, O., & De Fuentes, C. (2017) membahas beberapa perbedaan dan persamaan antara perusahaan berdasarkan prinsip tata kelola di bank syariah dan bank konvensional dengan diversifikasi paradigmatis. Karena perusahaan di bank syariah merupakan fenomena sosial di masyarakat Islam, penelitian ini menggunakan paradigma teori sosial (fungsionalis, interpretif, radikal humanis dan radikal strukturalis) untuk membandingkan antara tata kelola perusahaan di bank syariah dan konvensional bank. Doumpos, M., Hasan, I., & Pasiouras, F. (2017) membahas studi terbaru membandingkan kinerja bank syariah dan konvensional dengan penggunaan rasio keuangan individu atau teknik efisiensi perbatasan. Penelitian ini memperluas literatur, dengan membandingkan bank syariah, bank konvensional, dan bank dengan penilaian Islam dengan penggunaan indeks kekuatan keuangan keseluruhan bank. Indeks ini dikembangkan dengan metodologi multikriteria yang memungkinkan agregat berbagai kriteria yang menangkap kekuatan modal bank, kualitas aset, pendapatan, likuiditas, dan manajemen kualitas dalam pengendalian biaya. Menurut Riaz et al. (2017) keuangan Islam didasarkan pada empat prinsip utama yaitu :

(1) *Persetujuan bebas, di mana hukum Syariah Islam mengharuskan persetujuan bersama dari keduanya pihak sebelum kontrak dimasukkan.* (2) *Perbankan Islam dicirikan sebagai sistem tanpa bunga* (Akbar et al., 2012). Pelarangan bunga adalah salah satu prinsip utama yang dapat menyebabkan menjadi lebih stabil sistem (Mohsin, 1986). Menurut para sarjana Muslim (Khan, 1986; Mannan, 1986; Lewis dan Algaoud, 2001) bunga merupakan biaya produksi yang ditentukan sebelumnya, cenderung untuk mencegah pekerjaan penuh sumber daya, karena meningkatkan ketidakstabilan dalam siklus perdagangan, menyebabkan fluktuasi yang lebih intens, dengan meningkatkan biaya modal (Keen, 1997), (3) *Larangan Gharar: Sebuah kata dalam bahasa Arab diartikan sebagai ketidakpastian, risiko atau spekulasi.* Menurut El-Gamal (2000), Gharar adalah "kesepakatan hal-hal mengenai fitur dalam jenis, spesies, jumlah barang, nilai, waktu pembayaran yang tidak pasti". (4) *Pembagian risiko untung dan rugi: Sistem keuangan Islam mendorong Muslim untuk berinvestasi uang dalam bisnis yang halal dan menjadi mitra dalam bisnis, bukan sebagai pemberi pinjaman.*

Perception in Islam

Penelitian mengenai penilaian produk dan layanan mengungkapkan faktor-faktor itu, seperti tingkat pengetahuan Bank Syariah, strategi pemasaran, biaya dan penyampaian layanan serta defisiensi dalam pemasaran bank Islam, berkaitan dengan pangsa pasar yang lebih kecil khususnya deposito dan layanan pinjaman (Ahmad dan Haron, 2000; Khattak, 2010). Pemilihan kriteria Bank Syariah oleh pelanggan adalah dengan berdasarkan pemilihan yaitu biaya rendah, dan keinginan untuk pengembalian yang lebih tinggi, karena pangsa pasar volume bisnis transaksi di bank konvensional memang lebih tinggi dari bank syariah. Penelitian Ahmad dan Haron (2012) menunjukkan bahwa pengaruh persepsi pelanggan perbankan perkotaan dibandingkan dengan pelanggan pedesaan tampaknya bervariasi dalam hal kompleksitas, ketidakpastian dan inovasi yang terlihat (observability). Penelitian ini diambil berdasarkan kuisioner yang dilakukan oleh Riaz et al. (2017) mengenai pandangan Bank Syariah yang berisi 4 poin pertanyaan utama mengenai Bank Syariah yaitu: *Ability, Attention, Religious Reason, Judgment.*

Literatur tentang persepsi, Rustam et al. (2011) menganalisis persepsi pelanggan terhadap perbankan syariah di Pakistan. Hasilnya menunjukkan bahwa Islam serta produk dan layanan perbankan memiliki potensi kuat dalam sektor korporasi, tetapi mayoritas konsumen

memiliki pengetahuan terbatas tentang Islam yang berbeda mengenai produk dan layanan perbankan karena kurangnya strategi pemasaran bank syariah.

Banyak penelitian sebelumnya membahas mengenai memeriksa kinerja, kriteria pilihan, faktor motivasi, efisiensi, kepuasan pelanggan, kualitas layanan, peluang untuk pengembangan, pandangan karyawan dan perspektif pemangku kepentingan serta persepsi dan pengalaman konsumen sehari-hari, namun berdasarkan level pendidikan masih terbatas. Penelitian ini konsisten dengan penelitian sebelumnya oleh Riaz (2017) bahwa kemampuan yang mengeksplorasi persepsi konsumen lebih spesifik (mahasiswa yang mengetahui tentang perbankan Islam dan financing) terbukti secara hipotesis positif dalam menjelaskan pandangan mengenai pemilihan bank Islam di Pakistan. Alasan ability berdasarkan level pendidikan karena rata-rata mahasiswa yang mengenyam pendidikan tinggi cenderung memiliki teori yang baik dan pengetahuan yang cukup mengenai latar belakang perbankan dan keuangan Islam, serta memiliki kemampuan dalam bertindak mengenai fenomena yang terjadi pada Islam, ini terbukti positif dalam penelitian Riaz (2017). Ini diperkuat oleh penelitian Jinjiri (2014) menyatakan persepsi pribadi dari masyarakat yang mempunyai rekening Muslim di bank konvensional, berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap memandang rendah produk perbankan Islam di Nigeria. Sehingga hipotesis 1 yaitu :

H1: Ability gives effect for Muslim to choose Syariah Bank.

Penilaian terdahulu mengenai perhatian persepsi positif atau negatif pelanggan adalah pada kriteria pengguna terhadap layanan pemberi. Pada penelitian paling awal tentang perbankan Islam, Erol dan El-Bdour (1989) menemukan bahwa kriteria yang paling penting dipertimbangkan oleh pelanggan saat memilih bank adalah penyediaan layanan yang cepat dan efisien, reputasi dan citra bank dan kerahasiaan. Hal ini didukung oleh Naser et al. (1999) tentang kepuasan pelanggan Yordania yang terutama berkaitan dengan nama bank, gambar, kebijakan, reputasi, serta kerahasiaan. Penyediaan sistem yang cepat dan layanan yang efisien selalu dianggap sebagai layanan berkualitas tinggi oleh nasabah bank yang menggunakan perhitungan berdasarkan nilai waktu dan berharap transaksi akan selesai secara cepat. Kualitas layanan juga digambarkan oleh keramahan personel, atribut, teknik komunikasi dan hubungan pelanggan (Haron et al., 1994; Naser et al., 1999). Penelitian Khattak (2011) meneliti persepsi pelanggan korporat Pakistan terhadap produk dan

layanan perbankan syariah di Pakistan. Penulis menggunakan model korelasi untuk analisis data. Hasilnya menunjukkan secara positif bahwa pengetahuan, biaya dan layanan merupakan faktor utama bagi pelanggan korporat untuk memilih Syariah untuk produk dan layanan perbankan. Sehingga hipotesis 2 yaitu :

H2 : Attention gives effect for Muslim to choose Syariah Bank.

Gallhofer dan Haslam (2004) meneliti tentang adanya keterlibatan yang kurang dalam keuangan, berkaitan dengan hal-hal rohani pada umumnya, yang membuktikan secara positif bahwa alasan persepsi agama sebagai kekuatan konservatif dalam budaya yang mendominasi (hegemoni), serta pengambilan keputusan individu. Ini diperkuat oleh penelitian Rustam et al. (2011) meneliti bahwa sebagian besar konsumen menganggap agama sebagai bagian utama, setelah faktor lain yaitu adalah kenyamanan, penyampaian layanan, reputasi, ukuran bank dan biaya dan manfaat bagi perusahaan. Penelitian oleh Riza et al. (2017) di Pakistan secara positif bahwa sebagian besar pihak telah mengabaikan sikap, kesadaran, pemahaman dan persepsi fenomena perbankan Islam berdasarkan religius. Sehingga hipotesis 3 yaitu :

H3 : Religious Reason gives effect for Muslim to choose Syariah Bank.

Independent Variable

Berdasarkan penelitian Gait dan Worthington (2008) melakukan penelitian untuk meninjau sikap, pengetahuan, dan persepsi menuju perbankan syariah dari pelanggan individu, perusahaan bisnis dan keuangan pandangan institusi. Ini menunjukkan bahwa meskipun konsumen memberi arti penting bagi agama, masih ada beberapa faktor lain yang dipertimbangkan oleh pelanggan untuk pemilihan bank seperti biaya keuangan, kualitas layanan dan reputasi bank. Zainol dkk. (2008) membahas persepsi karyawan tentang produk dan layanan di Malaysia. Para penulis mengeksplorasi pandangan karyawan yang tersebar di kedua bank Islam dan konvensional di Malaysia dan menemukan bahwa karyawan di bank syariah memiliki pengetahuan yang lebih besar daripada karyawan yang bekerja di bank konvensional, oleh karena itu diambil berdasarkan literatur sebelumnya.

Attention

Haque dkk. (2009) meneliti mengenai konsumen Islam perbankan tentang perbankan Islam di Malaysia. Analisis persepsi pelanggan sebagai variabel dependen dan kualitas layanan, ketersediaan, kepercayaan di bank dan sosial dan calon religius sebagai

variabel independen dengan menggunakan model regresi Logit. Hasilnya menunjukkan hubungan positif yang signifikan antara variabel dependen dan variabel independen, oleh karena itu diambil berdasarkan literatur sebelumnya.

Religious Reason

Dengan perspektif sosial dan agama dapat membuat perbankan Islam menjadi lebih dinamis. Rashid et al. (2010) meneliti unsur-unsur dasar penerimaan Islam perbankan di Malaysia dengan metode deskriptif. Hasilnya menunjukkan bahwa etnis tidak begitu berpengaruh pada pemilihan perbankan Islam. Sarannya bahwa tingkat kesadaran masyarakat mengenai perbankan Islam terbatas, sehingga bank harus meningkatkan kegiatan promosi namun tetap sesuai dengan ajaran Islam, oleh karena itu diambil berdasarkan literatur sebelumnya.

Dependent Variable

Judgment (Muslim Perspective)

Penelitian Umair (2017) menyatakan bahwa persepsi konsumen secara keseluruhan adalah positif tentang perbankan Islam dan keuangan di Pakistan. Supaya kesadaran meningkat, bank syariah bisa membuat strategi pemasaran yang lebih baik dan dapat meningkatkan kehadiran mereka melalui kunjungan masjid dan konferensi. Tujuannya adalah untuk menguji persepsi konsumen pada perbankan dan keuangan Islam di Pakistan.

Kuangan Islam adalah fenomena yang muncul, dan kelangsungan hidupnya tergantung pada ketersediaan, keterjangkauan dan kesadaran masyarakat Islam.

Dari keempat variabel tersebut, maka model penelitian yang digunakan adalah :

$$JD = AB_{it} + AT_{it} + RR_{it} + \varepsilon \dots \dots \dots (1)$$

Keterangan :

JD = Judgment (Muslim Perspective atau opini).

AB = Ability (Pengetahuan dan informasi dari individu sendiri mengenai Syariah).

AT = Ability (Pengetahuan dan informasi dari individu sendiri mengenai Syariah).

RR = *Religious Reason* (Alasan mengenai keyakinan dan pengalaman mengenai Syariah).

METODE

Penelitian ini menggunakan data dari kuisisioner yang dilakukan dan data tambahan untuk memperkuat argumen mengenai penelitian ini, seperti buku dan jurnal online. Pengumpulan data melalui questionnaire (Mei 2018) melalui google form. Data diambil berdasarkan

kuisisioner dan diolah melalui regresi menggunakan software SPSS versi 23. Data ini disebar selama 1 bulan dengan kriteria sampel yaitu :

Metodelogi yang dipakai dengan menggunakan kualitatif dan dikuantitatifkan, survei 126 orang untuk mengisi kuisisioner mengenai pendapat mereka tentang bank konvensional dan bank syariah. Syarat responden terdiri dari 2 kriteria yaitu (1) *Responden yang diambil adalah orang-orang yang mempunyai rekening bank konvensional lalu diminta tanggapannya mengenai bank syariah.* (2) *Sampel yang diambil adalah muslim, laki-laki/perempuan untuk mengetahui pandangan mereka tentang pemilihan bank, mempunyai NPWP.*

Pengumpulan data sebanyak 126 responden yang semuanya beragama muslim. Terdiri dari 4 kategori utama : Gender (GDR), Age (AGE), Academic (ACD), Religious (RLG). Gender terdiri atas male sebanyak 56 orang, female 70 orang. Age tersebar menjadi 2 kategori umur, yaitu 18-30 tahun dan 30+, jumlah yang paling dominan adalah 18-30, dengan responden sebesar 112. Untuk kualifikasi akademik, terdiri dari 3 bagian yaitu Diploma (10 orang), Bachelor (59 orang), dan Master (57 orang). Bagian terakhir yaitu mengenai religious, terdiri dari very high, moderate, dan very low, yang paling dominan adalah moderate, kebanyakan menganggap bahwa penerapam agama yang dilakukan responden masih ditengah (moderate).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini berdasarkan pada penelitian Riaz (2017) di Nigeria mengenai pendapat masyarakat terhadap Bank Syariah. Sehingga kerangka penelitian yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan item-item pertanyaan yang disesuaikan di Indonesia dengan menggunakan 126 sampel yang terlampir pada tabel 1:

Tabel 1. Demographic Respondent

Items	Categories	Respondent	Total
Gender	Male	56	126
	Female	70	
Age	18-30	112	126
	30+	14	
Academic	Diploma	10	126
	Bachelor	59	
	Master	57	
Religious	Very High	29	126
	Moderate	94	
	Very Low	3	

Sumber: Data diolah melalui SPSS, 2018

Tabel 1 menjelaskan tentang Demographic Respondent sebanyak 126 responden. Terdiri dari 4 kategori utama : Gender (GDR), Age (AGE), Academic (ACD), Religious (RLG). Gender terdiri atas male sebanyak 55 orang, female 70 orang. Age tersebar menjadi 2 kategori umur, yaitu 18-30 tahun dan 30+, jumlah yang paling dominan adalah 18-30, dengan responden sebesar 112. Untuk kualifikasi akademik, terdiri dari 3 bagian yaitu Diploma (10 orang), Bachelor (59 orang), dan Master (57 orang). Bagian terakhir yaitu mengenai religious, terdiri dari very high, moderate, dan very low, yang paling dominan adalah moderate, kebanyakan menganggap bahwa penerapam agama yang dilakukan responden masih ditengah (moderate).

Tabel 2. Case Processing Summary

Items	N	%
Cases Valid	126	100,00
Excluded	0	0
Total	126	100

Sumber: Data diolah melalui SPSS, 2018

Tabel 2 menyajikan jumlah responden yang valid berdasarkan kuisioner yang dilakukan, yaitu sebanyak 126 responden.

Tabel 3. Reability Statistics

Cronbach Alpha's	Cronbach Alpha's Based on Standarized Items	N of Items
,861	8,79	16

Sumber: Data diolah melalui SPSS, 2018

Tabel 3 menampilkan nilai Cronbach's alpha pada penelitian ini yaitu sebesar 0,861. Ini >0,60 sehingga N of items sejumlah 16 pertanyaan sesuai untuk dijadikan sample pada penelitian.

Tabel 4. Model Summary

Model	R	R-Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,736	,542	,531	1,81460

Predictors: (Constant), RELIGIOUS_REASON_X3, ATTENTION_X2, ABILITY_X1

Sumber: Data diolah melalui SPSS, 2018

Tabel 4 menjelaskan mengenai nilai R Square yang ada dalam penelitian. Besarnya pengaruh variabel religious, attention, ability terhadap judgment adalah 54,2% sedangkan sisanya 49,8% dipengaruhi oleh diluar penelitian.

Tabel 5. ANOVA

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig
1	475,109	3	158,370	48,096	,000
Regression	401,717	122	3,293		
Total	876,825	125			

Dependent Variable: JUDGMENT_Y, b. Predictors: (Constant), RELIGIOUS_REASON_X3, ATTENTION_X2, ABILITY_X1.

Sumber: Data diolah melalui SPSS, 2018

Tabel 5 merupakan Uji anova, signifikan karena nilainya 0,0000. Uji F digunakan untuk mengetahui apakah model yang dipakai dalam penelitian ini adalah model yang layak atau tidak. Selain itu, uji F juga digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel independen dengan variabel independen secara bersama-sama. Uji ini dilakukan dengan membandingkan F hitung dengan F tabel dengan ketentuan :

Ho diterima jika $F_{hitung} < F_{tabel} = 5\%$ Ha diterima jika $F_{hitung} > F_{tabel} = 5\%$

Uji F juga dapat dilakukan dengan melihat nilai signifikansi F pada output hasil regresimenggunakan SPSS dengan significance level 0,05 atau 5%. Jika nilai signifikan lebih besar dari 0,05 maka hipotesis ditolak yang berarti model regresi tidak fit. Jika nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 maka hipotesis diterima yang berarti bahwa model regresi fit. Nilai f adalah $48,096 > F_{tabel}(0,05) = 4,74$, sehingga H0 ditolak dan H1, H2, dan H3 diterima. Intinya, variabel independent (X1, X2, X3) dengan signifikan memberikan kontribusi terhadap variabel dependent.

Tabel 6. Coefficients

Model	Unstandarized Coefficients		Standardized Coefficients Beta	t	Sg
	Beta	Std.Err			
1 (Constant)	1,955	1,242		1,574	,118
Ability_X1	,178	,059	,207	3,031	,003
Attention_X2	,538	,080	,450	6,696	,000
Religious_Reason_X3	,229	,053	,300	4,343	,000

a. *Dependent Variable: JUDGMENT_Y*

Sumber: Data diolah melalui SPSS, 2018

Tabel 6 menjelaskan uji regresi yang ada dengan Ability (X1), Attention (X2) dan Religious Reason (X3) masing-masing sebesar 1,955 ; 0,178 ; 0,538 ; 0,229. Sehingga persamaan regresinya adalah :

$$JD = 1.955 + 0.178(AB_{it}) + 0.538(AT_{it}) + 0.229(RR_{it}) + \epsilon$$

Berdasarkan uji t apabila nilai t hitung < 0,05 berarti signifikan, yaitu Ability 0,03 ; Attention 0,00 ; dan Religious Reason 0,00. Hipotesis 1 diterima bahwa Ability (X1) berpengaruh terhadap Judgment (Y). Hipotesis 2 diterima bahwa Attention berpengaruh terhadap Judgment (Y). Hipotesis 3 diterima bahwa Religious Reason berpengaruh terhadap Judgment (Y).

Tabel 7. Pearson Correlation Analysis

Items	X1	X2	X3	Y
Ability_X1	1	,331**	,394*	,541**
Attention_X2	,331**	1	,354**	,625**
Religious_X3	,394**	,354**	1	,541**
Judgment_X4	,625**	,625**	,541**	

Sumber: Data diolah melalui SPSS, 2018

Berdasarkan Nilai signifikansi : berdasarkan output nilai Ability (X1), Attention (X2), Religious Reason (X3) memiliki nilai Correlation Sig (2-tailed) 0,000 < 0,005 berarti korelasi signifikan. Tabel 7 menjelaskan tentang Pearson Correlation Analysis dengan variabel yang signifikan pada tingkat 0,01. Korelasi Judgment (Y) terhadap variabel X yaitu Ability sebesar 0,475; Attention sebesar 0,625; Religion Reason sebesar 0,541. Nilai Ability (X1) dan Judgment (X3) merupakan korelasi sedang karena bernilai 0,40-0,599, sedangkan korelasi tertinggi yaitu pada X2: Attention Berdasarkan Nilai signifikansi: berdasarkan output X1 ability, X2 attention, X3 religious reason dengan nilai 0,000 < 0,005 berarti korelasi signifikan.

SIMPULAN

Penelitian ini meneliti tentang perspektif (pandangan) muslim mengenai Bank Syariah di Indonesia. Pada bagian demografi, dapat disimpulkan bahwa 16 items pertanyaan yang digunakan sebagian besar dalam sampel menunjukkan rata-rata sampel pada penelitian ini terbanyak adalah Female (70 orang), Male (56 orang). Untuk umur kebanyakan sampel ini mempunyai range 112 orang. Pada Academic cukup berimbang antara Bachelor (59

responden) dan Master (57 orang). Dalam pendekatan religious, kebanyakan responden memiliki keyakinan (compliance) terhadap agama yaitu moderate (standar) sebesar 94 orang.

Penelitian terdiri dari ability, attention, religious reason (variabel independen) dan judgment (variabel dependen). Berdasarkan pengujian yang dilakukan, untuk nilai R- square pengaruh variabel religious, attention, ability terhadap judgment adalah 54,2% sedangkan sisanya 49,8% dipengaruhi oleh diluar penelitian, karena ini menyangkut persepsi (opini) mengenai penerapan Syariah. Nilai f adalah $48,096 > F\text{-tabel}(0,05) = 4,74$, sehingga H_0 ditolak dan H_1 , H_2 , dan H_3 diterima. Intinya, variabel independent (X_1 , X_2 , X_3) dengan signifikan memberikan kontribusi terhadap variabel dependent. Berdasarkan uji t apabila nilai t hitung $< 0,05$ berarti signifikan, yaitu Ability 0,03 ; Attention 0,00 ; dan Religious Reason 0,00. Hipotesis 1 diterima bahwa Ability (X_1) berpengaruh terhadap Judgment (Y). Hipotesis 2 diterima bahwa Attention berpengaruh terhadap Judgment (Y). Hipotesis 3 diterima bahwa Religious Reason berpengaruh terhadap Judgment (Y). Untuk Pearson Correlation analysis, Korelasi Judgment (Y) terhadap variabel X yaitu Ability sebesar 0,475 ; Attention sebesar 0,625; Religion Reason sebesar 0,541. Ini merupakan korelasi sedang karena bernilai 0,40-0,599. Berdasarkan Nilai signifikansi : berdasarkan output X_1 ability, X_2 attention, X_3 religious reason dengan nilai $0,000 < 0,005$ berarti korelasi signifikan.

Secara garis besar, penelitian ini sudah cukup menggambarkan penilaian responden mengenai Bank Syariah, untuk hubungan yang tertinggi, rata-rata banyak terfokus di pertanyaan yang ada dalam X_2 : Attention, di kuisioner yaitu : (1) Conventional bank is better than Syariah banks, (2) The Government must be support Syariah banks, (3) The facility about Syariah Banks must be added, (4) The coverage of Syariah Bank (example : ATM) must be added. Hal itu menjadi fokus tertinggi dalam responden dalam berpandangan mengenai Bank Syariah dibanding pertanyaan lainnya..

REFERENSI

- Ahmad, N. and Haron, S. (2000), "Corporate customer perceptions of Islamic banking products and services", Dynamics and Development, Center for Middle Eastern Studies, Cambridge, MA, pp. 137-146.
- Al-Qaradawi, Y. (2005). Fatwa book: How Islam cares about the environment. [Accessed 14.05.18] <http://islamonline.net/servlet/Satellite?pagename=IslamOnline-English-AskSc>

- Akbar, S., Syed, Z.A.S. and Shahin, K. (2012), “An investigation of user perceptions of Islamic banking practices in, the United Kingdom”, *International Journal of Islamic and Middle Eastern Finance and Management*, Vol. 5 No. 4, pp. 353-370.
- Ariff, M., & Iqbal, M. (2011). Introduction to Islamic financial institutions. In M. Ariff, & M. Iqbal (Eds.), *The foundations of Islamic banking: Theory, practice and education* (pp. 1–10). Cheltenham, UK; Northampton, MA, USA: Edward Elgar.
- Amin, M. and Isa, Z. (2008), “An examination of the relationship between perception of service quality and customer satisfaction: a SEM approach towards Malaysian Islamic banks”, *International Journal of Islamic Middle Eastern Finance and Management*, Vol. 1 No. 3, pp. 191-209.
- Beloufi, A., & Chachi, A. (2014). Islamic finance in the United Kingdom: Factors behind its development and growth. *Islamic Economic Studies*, 22(1), 37–78.
- Chapra, M.U. (2000), “Is it necessary to have Islamic economics?”, *Journal of Socio-Economics*, Vol. 29 No. 1, pp. 21-37
- Doumpos, M., Hasan, I., & Pasiouras, F. (2017). Bank overall financial strength: Islamic versus conventional banks. *Economic Modelling*, 64, 513–523.
<https://doi.org/10.1016/j.econmod.2017.03.026>
- El-Gamal, M. (2003). Interest and the paradox of contemporary Islamic law and finance? *Fordham International Law Journal*, 27(1), 107–149.
- Erol, C. and El-Bdour, R. (1989), “Attitude, behaviour and patronage factors of bankcustomers towards Islamic banks”, *International Journal of Bank Marketing*, Vol. 7 No. 6, pp. 31-37.
- Fasih, F. (2012). Inclusive growth in India through Islamic banking. *Procedia - Soc. Behav. Sci.*, 37, 97–110. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2012.03.278>
- Gallhofer, S., & Haslam, J. (2004). Accounting and liberation theology: Some insights for the project of emancipatory accounting. *Accounting, Auditing and Accountability Journal*, 17(3), 382–407.
- Haron, S., Ahmad, N. and Planisek, S.L. (1994), “Bank patronage factors of Muslim and non-Muslim customers”, *International Journal of Bank Marketing*, Vol. 12 No. 1, pp. 32-40.

- Haque, A., Osman, J. and Ismail, A.Z. (2009), "Factor influences selection of Islamic banking: a study on Malaysian customer preferences", *American Journal of Applied Sciences*, Vol.6 No. 5, pp. 922-928.
- Jinjiri Ringim, K. (2014). Perception of Nigerian Muslim account holders in conventional banks toward Islamic banking products. *International Journal of Islamic and Middle Eastern Finance and Management*, 7(3), 288–305. <https://doi.org/10.1108/IMEFM-04-2013-0045>
- Karbhari, Y., Naser, K. and Shahin, Z. (2004), "Problems and challenges facing the Islamic banking system in the west: the case of the UK", *Thunderbird International Business Review*, Vol. 46 No. 5, pp. 521-543.
- Keen, S. (1997), "From prohibition to depression: the western attitude to usury", *Proceedings of International Conference 1: Accounting, Commerce and Finance: the Islamic Perspective*, University of Western Sydney, Macarthur, Sydney.
- Khan, M.S. (1986), "Islamic interest-free banking: a theoretical analysis", *IMF Staff Papers*, Vol. 33 No. 1, pp. 1-25.
- Khattak, N.A. and Rahman, K.-U.-R. (2010), "Customer satisfaction and awareness of Islamic banking system in Pakistan", *African Journal of Business Management*, Vol. 4 No. 5, pp. 662-671
- Kuran, T. (2006). *Islam & Mammon: The economic predicaments of Islamism*. Princeton, NJ; Oxford: Princeton University Press.
- Lewis, M.K. and Algaoud, L.M. (2001), *Islamic Banking*, Edward Elgar, Cheltenham.
- Mannan, M.A. (1986), *Islamic Economics: Theories and Practice*, Islamic Publications, Sevenoaks, Hodder and Stoughton Kent, Originally Lahore.
- Naser, K., Jamal, A. and Al-Khatib, L. (1999), "Islamic banking: a study of customer satisfaction and preferences in Jordan", *International Journal of Bank Marketing*, Vol. 17 No. 3, pp. 135-150.
- Pollard, J.S., Samers, M., 2007. Islamic banking and finance: postcolonial political economy and the decentering of economic geography. *Trans. Inst. Br. Geogr.* 32, 313–330.
- Rashid, M. and Hassan, M.K. (2009), "Customer demographics affecting bank selection criteria, preference, and market segmentation: study on domestic Islamic banks in

- Bangladesh”, *International Journal of Business and Management*, Vol. 4 No. 6, pp. 131-146.
- Riaz, U., Burton, B., & Monk, L. (2017). Perceptions on the accessibility of Islamic banking in the UK—Challenges, opportunities and divergence in opinion. *Accounting Forum*, 41(4), 353–374. <https://doi.org/10.1016/j.accfor.2017.10.002>
- Sairally, S. (2007). Evaluating the social responsibility of Islamic finance: Learning from the experiences of socially responsible investment funds. *Advances in Islamic Economics and Finance*, 1, 279–308.
- Sardar, Z. (2003). *Slam, postmodernism and other futures: A Ziauddin Sardar reader* eds. London: Pluto Press.
- Shibani, O., & De Fuentes, C. (2017). Differences and similarities between corporate governance principles in Islamic banks and Conventional banks. *Research in International Business and Finance*, 42(December 2009), 1005–1010. <https://doi.org/10.1016/j.ribaf.2017.07.036>
- Zainol, Z., Shaari, R. and Ali, H.M. (2008), “A comparative analysis of bankers’ perceptions on Islamic banking”, *International Journal of Business and Management*, Vol. 3 No. 4, pp. 157-168.