

PENGARUH RELIGIUSITAS, KELOMPOK REFERENSI DAN PENGETAHUAN TERHADAP BANK SYARIAH PADA NASABAH BANK SYARIAH DKI JAKARTA

ZULFISON

STIE IBS Jakarta

Email: zulfison@ibs.ac.id

PUSPITA

STIE IBS Jakarta

Email: puspita@ibs.ac.id

RIFKI TYANTO

STIE IBS Jakarta

Email: rifkityanto@gmail.com

Abstract

A Moeslem must be obidient with the law contained in the Qur'an and Hadith, including within the law of muamalah or in the other words using financial service. Fatwa MUI No. 1 tahun 2004 was already explained that interest in conventional financial institution these day were considered haram because it has the same practice as riba nasi'ah and we can't use conventional financial institution if we had a sharia financial institution near our home that we reach easily. Intention to use sharia banking were closely related to religiosity and knowledge about sharia banking, also reference group because sharia banking haven't do much about doing commercial in any form of media. The method used in this study is multiple linear regression analyst, t test, F test at level of significant 5% and performed with SPSS 21. The result of this study showed that Reliogisity, Reference Group, and Knowledge About Sharia Banking has positive effect on consumer intention to use sharia banking partially. Also Reliogisity, Reference Group, and Knowledge About Sharia Banking has positive effect on consumer intention to use sharia banking simultaneously.

Keywords: Consumer Intention, Islamic Banking, Reference Group, Reliogisity

PENDAHULUAN

Majelis Ulama Indonesia dalam fatwanya yaitu Fatwa MUI No. 1 Tahun 2004 telah menyatakan bahwa suku bunga bank yang ada pada zaman ini sama dengan praktik Riba *Nasi'ah* karena telah memenuhi kriteria seperti yang dipraktikan di zaman Rasulullah *Shallallahu 'Alaihi Wasallam* dan riba hukumnya adalah haram, sesuai dengan firman Allah *Subhanahu Wa Ta'ala* dalam QS Al-Baqarah [2] : 275.

"...Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba...."

Fatwa MUI diatas tidak hanya menjelaskan tentang bunga bank sama dengan riba, namun juga menjelaskan tentang bagaimana kita sebagai seorang muslim bermuamalah dengan lembaga keuangan. Fatwa tersebut menjelaskan bahwa bermuamalah dengan lembaga keuangan konvensional (contoh: Bank, Asuransi, Pegadaian, dan LKNB lainnya) tidak diperbolehkan jika terdapat lembaga keuangan syariah disekitar tempat tinggal. Bermuamalah dengan lembaga keuangan konvensional diperbolehkan apabila lembaga keuangan syariah tidak dapat dijangkau

dengan mudah dan hal tersebut atas dasar daruriyah atau darurat.

Wilayah DKI Jakarta memiliki potensi untuk perkembangan perbankan syariah mengingat jumlah penduduk DKI Jakarta sebanyak 10.374.200 jiwa dan 83% dari penduduk DKI Jakarta beragama muslim, dan sebagai manusia kita harus menaati perintah Allah *Subhanahu Wa Ta'ala*, Rasulullah *Shalallahu Alaihi Wa Sallam*, dan pemegang kekuasaan atau pemerintah yang dimana MUI juga termasuk didalamnya sesuai dengan ayat Al-Qur'an Surat An-Nisa ayat 59 yang berbunyi:

"Hai orang-orang yang beriman, taatilah Allah dan taatilah Rasul (Nya), dan ulil amri di antara kamu. Kemudian jika kamu berlainan pendapat tentang sesuatu, maka kembalikanlah ia kepada Allah (Al Quran) dan Rasul (sunnahnya), jika kamu benar-benar beriman kepada Allah dan hari kemudian. Yang demikian itu lebih utama (bagimu) dan lebih baik akibatnya." QS An-Nisa[4]:59.

Berdasarkan data-data dan penelitian terdahulu, karena terdapat perbedaan hasil di setiap penelitian terdahulu yang sudah penulis tinjau maka penulis tertarik untuk meneliti tentang "Pengaruh Religiusitas, Kelompok Referensi, dan Pengetahuan Tentang Bank Syariah terhadap Intensi untuk Menggunakan Bank Syariah (Studi Kasus pada Nasabah Bank Syariah Muslim di DKI Jakarta)".

TINJAUAN PUSTAKA

Studi empiris mengenai subjek ini sudah

banyak dilakukan oleh peneliti-peneliti sebelumnya. Utami, Sangen, & Rachman (2015) ; Usman, et. al., (2017) ; Syafril, & Huda (2015) ; Yulianti (2015), Al-Hadrami, Hidayat & Al-Sharbiti (2017) Menemukan bahwa religiusitas berpengaruh terhadap perilaku konsumen dalam menggunakan bank syariah, namun beberapa studi lain Amin, et. al., (2011) ; Lajuni, et. al., (2017) menemukan bahwa religiusitas tidak berpengaruh terhadap perilaku konsumen dalam menggunakan bank syariah. Penemuan tersebut menandakan belum cukupnya faktor religiusitas dalam menjelaskan perilaku konsumen dalam menggunakan bank syariah (Heiman, et. al., 2004 dalam Usman, et. al., 2017)

Penelitian Amin, et. al., (2011) ; Lajuni, et. al., (2017) memasukan faktor sosial sebagai salah satu variabel yang dicari pengaruhnya terhadap keputusan menggunakan bank syariah, dan penelitian tersebut mengungkapkan bahwa faktor sosial memiliki pengaruh terhadap keputusan nasabah menggunakan bank syariah. Penulis memustuskan untuk mempersempit variabel tersebut menjadi kelompok referensi karena keluarga dan teman merupakan organisasi pembelian konsumen paling penting dalam masyarakat (Kotler, 2008 dalam Saputra dan Ghani, 2016). Selain peneliti diatas, terdapat beberapa peneliti Utami, Sangen, dan Rachman (2015) ; Nisak, Suryadi, dan Suryoko, (2012) ; Mauliddini (2017) yang memiliki hasil yang sama dengan Amin, et. al., (2011) ; Lajuni, et.

al., (2017) yaitu, kelompok referensi memiliki pengaruh terhadap keputusan nasabah menggunakan bank syariah.

Meninjau beberapa penelitian terkait, yaitu Nasir, Muhklis, Miskarina (2016) ; Usman, et. al., (2016) ; Islam & Rahman 2016) dari penelitian terdahulu dapat disimpulkan bahwa pengetahuan tentang bank syariah merupakan faktor penentu intensi menggunakan bank syariah. Usman, et. al., (2016) ; Islam & Rahman (2016) memiliki catatan tambahan yaitu, jika responden diberi informasi tentang bank syariah dan mendapatkan kesempatan untuk menggunakan bank syariah, intensi untuk menggunakan bank syariah responden mereka akan semakin meningkat.

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian yang bersifat kuantitatif dengan desain *cross sectional*. *Cross sectional* adalah suatu penelitian yang dilakukan dengan mengumpulkan data sebanyak satu kali.

Waktu dan Tempat Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada rentang waktu dari tahun Agustus 2018 sampai Agustus 2019 di wilayah DKI Jakarta. Wilayah DKI Jakarta dipilih selain karena pertimbangan Domosili juga karena nasabah terbesar Bank Syariah terdapat di DKI Jakarta.

Subjek Penelitian

Subjek penelitian ini terdiri dari variabel-

variabel yang diteliti, yaitu variabel independen yang terdiri dari 3 (tiga) variabel, diantaranya yaitu religiusitas, kelompok referensi, dan pengetahuan tentang bank syariah. Sedangkan Penggunaan perbankan syariah dijadikan sebagai variabel dependen. Penelitian ini merupakan penelitian yang menguji variabel religiusitas, kelompok referensi, dan pengetahuan tentang bank syariah.

Penelitian ini meneliti masyarakat DKI Jakarta yang telah menjadi nasabah bank syariah. Cakupan penelitian sendiri sebatas wilayah DKI Jakarta. Terdapat beberapa kriteria untuk responden penelitian ini, antara lain: (1) Beragama Islam; (2) Berusia diatas 17 tahun; (3) Nasabah Bank Syariah; dan (4) berdomisili dan/atau bekerja dan/atau berkuliah di DKI Jakarta.

Prosedur dan Instrumen/Variabel

Penelitian ini dalam menentukan jumlah sampelnya menggunakan teknik quota sampling. Quota sampling menurut Sugiyono (2011) adalah teknik untuk menentukan sampel dari populasi yang mempunyai kriteria tertentu sampai jumlah (kouta) yang diinginkan. Populasi dalam penelitian ini adalah nasabah bank syariah yang berdomisili dan/atau bekerja di DKI Jakarta. Penentuan jumlah sampel pada penelitian ini menggunakan teori roscoe, yaitu jumlah sampel minimal 10 kali dari jumlah variabel yang diteliti. Maka dari itu jumlah sampel dalam penelitian ini adalah sebanyak 40 responden.

Agar data yang diteliti dapat digeneralisasikan maka peneliti menetapkan jumlah sampel ditambah menjadi 100 orang dengan kriteria (1) Beragama Islam; (2) Berusia diatas 17 tahun; (3) Nasabah Bank Syariah; dan (4) berdomisili dan/atau bekerja di DKI Jakarta.

Teknik Pengolahan dan Analisis Data

Pengujian hipotesis penelitian dilakukan dengan masing-masing variabel religiusitas, kelompok referensi, dan pengetahuan tentang bank syariah terhadap intensi menggunakan bank syariah. Secara statistik setidaknya ini dapat diukur dari nilai statistik t, nilai statistik f, dan koefisien determinasi (R^2).

HASIL

Uji R^2 (Koefisien Determinasi)

Tabel 1. Hasil Uji R^2

R	R Square	Adjusted R Square
0.714	0.510	0.495

Sumber: Data Primer, diolah

Berdasarkan tabel 1 kita dapat mengetahui koefisien korelasi (R) sebesar 0,714 yang artinya

terdapat hubungan yang kuat antara variabel independen terhadap variabel dependen karena nilai R mendekati 1. Hal itu menunjukkan semakin besar nilai variabel independen semakin besar pula nilai variabel dependen. Nilai R^2 sebesar 0,510 yang berarti bahwa 51% variabel intensi nasabah menggunakan bank syariah dipengaruhi oleh variabel religiusitas, kelompok referensi, dan pengetahuan tentang bank syariah, sisanya sebesar 49% dipengaruhi oleh variabel lain diluar model regresi. Nilai adjusted R^2 merupakan seberapa baik variabel independen menggambarkan variabel dependen, nilai adjusted R^2 berdasarkan tabel diatas adalah 0,495. Maka dapat disimpulkan bahwa variabel religiusitas, kelompok referensi, dan pengetahuan tentang bank syariah dapat menggambarkan variabel intensi untuk menggunakan bank syariah sebesar 49,5% dan sisanya yaitu 50,5% dijelaskan atau digambarkan oleh variabel lain diluar model regresi.

Uji F_{test} (Uji Simultan) dan Uji t_{test} (Uji Parsial)

Tabel 2. Hasil Uji F_{test} dan Uji t_{test}

Variable	Coefficient	Std.Error	t-Statistic	Sig.	Kesimpulan
Xr	0.337	0.091	3.688	0.000	Signifikan
Xkr	0.275	0.115	2.384	0.019	Signifikan
Xp	0.578	0.102	5.567	0.000	Signifikan
C	2.842	1.930	1.472	0.144	-
F-Statistic				33.302	
Probability (F-Statistic)				0.000	

Sumber: Data Primer, diolah

Dapat diketahui bahwa variabel independen secara bersama-sama atau secara simultan

memiliki pengaruh terhadap variabel dependen yang ditandai dengan tingkat signifikansi sebesar

0,000 dan memenuhi syarat bahwa nilai hasil uji F (Signifikansi) lebih kecil dari α yaitu lebih kecil dari 0,05. Sehingga, dapat disimpulkan bahwa variabel religiusitas, kelompok referensi, dan pengetahuan tentang bank syariah secara simultan berpengaruh terhadap intensi nasabah menggunakan bank syariah.

PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil pengolahan uji parsial pada tabel 2, dapat disimpulkan bahwa:

Pengaruh Religiusitas Terhadap Intensi Nasabah Menggunakan Bank Syariah

Berdasarkan hasil uji parsial, variabel religiusitas (X_r) berpengaruh positif terhadap variabel intensi nasabah menggunakan bank syariah (Y) yang dibuktikan dengan nilai signifikansi 0.000 lebih kecil dari α (0.05) dan nilai t_{test} menunjukkan angka 0.337. Maka dapat ditarik kesimpulan bahwa H_0 Ditolak karena sesuai dengan H_{a1} yaitu faktor religiusitas berpengaruh positif terhadap intensi nasabah menggunakan bank syariah.

Pengaruh Kelompok Referensi Terhadap Intensi Nasabah Menggunakan Bank Syariah

Berdasarkan hasil uji parsial, variabel kelompok referensi (X_{kr}) berpengaruh positif terhadap variabel intensi nasabah menggunakan bank syariah (Y) yang dibuktikan dengan nilai signifikansi 0.019 lebih kecil dari α (0.05) dan nilai t_{test} menunjukkan angka 0.275. Maka dapat ditarik kesimpulan bahwa H_0 ditolak karena

sesuai dengan H_{a2} yaitu faktor kelompok referensi berpengaruh positif terhadap intensi nasabah menggunakan bank syariah.

Pengaruh Pengetahuan Tentang Bank Syariah Terhadap Intensi Nasabah Menggunakan Bank Syariah

Berdasarkan hasil uji parsial, variabel pengetahuan tentang bank syariah (X_p) berpengaruh positif terhadap variabel intensi nasabah menggunakan bank syariah (Y) yang dibuktikan dengan nilai signifikansi 0.000 lebih kecil dari α (0.05) dan nilai t_{test} menunjukkan angka 0.578. Maka dapat ditarik kesimpulan bahwa H_0 Ditolak karena sesuai dengan H_{a3} yaitu faktor pengetahuan tentang bank syariah berpengaruh positif terhadap intensi nasabah menggunakan bank syariah.

Dari hasil tabel diatas menunjukkan nilai-nilai tiap variabel independen terhadap variabel Y , begitu juga konstanta persamaan regresi tersebut. Berdasarkan hasil tabel tersebut dapat disusun sebuah persamaan regresi berganda penelitian ini menjadi:

$$\text{Intensi} = 2.842 + 0.337 \text{ Religiusitas} + 0.275 \text{ Kelompok Referensi} + 0.578 \text{ Pengetahuan Tentang Bank Syariah}$$

Berdasarkan fungsi diatas, dapat diartikan bahwa:

Konstanta : 2.842

Apabila variabel religiusitas, kelompok referensi, dan pengetahuan tentang bank syariah tidak memiliki pengaruh atau konstan atau sama dengan 0, maka intensi nasabah menggunakan

bank syariah memiliki nilai sebesar 2.842.

Religiusitas : 0.337

Ketika terjadi peningkatan variabel religiusitas sebesar 1 satuan, dan tidak terjadi kenaikan di variabel kelompok referensi dan pengetahuan tentang bank syariah, maka intensi untuk menggunakan bank syariah akan mengalami peningkatan sebesar 0.337 dengan asumsi *ceteris paribus*.

Kelompok Referensi : 0.275

Ketika terjadi peningkatan variabel kelompok referensi sebesar 1 satuan, dan tidak terjadi kenaikan di variabel religiusitas dan pengetahuan tentang bank syariah, maka intensi untuk menggunakan bank syariah akan mengalami peningkatan sebesar 0.275 dengan asumsi *ceteris paribus*.

Pengetahuan Tentang Bank Syariah : 0.578

Ketika terjadi peningkatan variabel pengetahuan tentang bank syariah sebesar 1 satuan, dan tidak terjadi kenaikan di variabel religiusitas dan kelompok referensi, maka intensi untuk menggunakan bank syariah akan mengalami peningkatan sebesar 0.578 dengan asumsi *ceteris paribus*.

Secara keseluruhan atau simultan menunjukkan bahwa secara bersama-sama variabel religiusitas, kelompok referensi, dan pengetahuan tentang bank syariah mempengaruhi secara positif intensi nasabah menggunakan bank syariah.

Hal tersebut berarti setiap ada perubahan religiusitas, kelompok referensi, dan pengetahuan

tentang bank syariah secara simultan, maka akan mempengaruhi intensi nasabah menggunakan bank syariah. Hal ini menunjukkan bahwa ketiga indikator yang di uji merupakan bidang pengetahuan dari Studi Ekonomi dan Bisnis Islam. Maka perkembangan dan kemajuan dari dunia Keuangan dan Bisnis Syariah akan sangat bergantung pada Studi Ekonomi dan Bisnis Islam

KESIMPULAN

Penelitian untuk menguji hipotesis tentang intensi nasabah menggunakan bank syariah, dan dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Religiusitas terbukti berpengaruh positif terhadap intensi nasabah menggunakan bank syariah. Hal tersebut berarti semakin tinggi tingkat religiusitas semakin tinggi pula intensi nasabah menggunakan bank syariah.
2. Kelompok Referensi terbukti berpengaruh positif terhadap intensi nasabah menggunakan bank syariah. Hal tersebut berarti semakin tinggi tingkat pengaruh kelompok referensi maka semakin tinggi pula intensi nasabah menggunakan bank syariah.
3. Pengetahuan Tentang Bank Syariah terbukti berpengaruh positif terhadap intensi nasabah menggunakan bank syariah. Hal tersebut berarti semakin tinggi tingkat pengetahuan tentang bank syariah semakin tinggi pula intensi nasabah menggunakan bank syariah.

DAFTAR PUSTAKA

- Abhimantra, A., Maulina, A. R., & Agustianingsih, E. (2013). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Nasabah (Mahasiswa) dalam Memilih Menabung pada Bank Syariah. *Proceeding PESAT (Psikologi, Ekonomi, Sastra, Arsitektur, dan Teknik Sipil)*, 5, 170-177.
- Al-Hadrami, A. H., Hidayat, S. E., Al-Sharbiti, M. I. (2017). The Important Selection Criteria In Choosing Islamic Banks: A Survey In Bahrain. *Al-Iqtishad: Journal of Islamic Economics*, 9, 165-184.
- Amin, et. al. (2011). Determinants of Customers' Intention to use Islamic Personal Financing The Case of Malaysian Islamic Banks. *Journal of Islamic Accounting and Business Research*, 5, 494-519.
- Andespa, R. (2018). Perbedaan Persepsi, Kepercayaan dan Loyalitas Nasabah dalam Industri Perbankan. *Imara: Jurnal Riset Ekonomi Islam*, 2(1).
- Anoraga, P. (2004). *Manajemen Bisnis*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Darsono, et. al. (2016). *Perjalanan Perbankan Syariah di Indonesia: Kelembagaan dan Kebijakan, Serta Tantangan ke Depan*. Jakarta: Bank Indonesia.
- Departemen Pendidikan Nasional. (2008). *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- El-Menouar, Y., & Stifung, B. (2014). The Five Dimensions of Muslim Religiosity. Results of an Empirical Study. *Method, Data, Analyses*, 8, 53-78
- Engel, J. F. et. al. (1994). *Consumer Behavior*. Jakarta: Binarupa Aksara.
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang: BP Universitas Diponegoro.
- Hurriyati, R. (2010). *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*. Bandung: Alfabeta.
- Islam, J. & Rahman, Z. (2017). Awareness and Willingness Towards Islamic Banking Among Muslims: An Indian Perspective. *International Journal of Islamic and Middle Eastern Finance and Management*, 10, 92-101
- Kettell, B. (2011). *Introduction to Islamic Banking and Finance*. United Kingdom: Wiley Finance.
- Kotler, P. (2000). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Prenhallindo.
- Kotler, P & Keller, K. L. (2008). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Lajuni, N. et. al., (2017). Intention to Use Islamic Banking Products and Its Determinants. *International Journal of Economics and Financial Issues*, 1, 329-333
- Mbawuni, J., & Nimako, S., (2017). Determinants of Islamic Banking Adoption in Ghana. *International Journal of Islamic and Middle Eastern Finance and Management*, 2, 264-288
- Munajim, A., Anwar, S., (2016). Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Menjadi Nasabah Bank Syariah. *Syntax Literate. Jurnal Ilmiah*

- Indonesia, 2, 41-52
- Nasir, M., Mukhlis, M. (2016). Pengetahuan Masyarakat Umum dan Masyarakat Santri terhadap Bank Syariah (Studi Kasus Kemukiman Bandar Baru Kecamatan Banda Baro Kabupaten Aceh Utara). *Journal of Economic Management & Business*, 1, 43-60
- Nawawi, I. (2012). *Manajemen Pengetahuan*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Nisak, A., Saryadi, Suryoko, S., (2012). *Pengaruh Kelompok Acuan dan Pengetahuan Tentang Perbankan Syariah terhadap Minat Menabung di Perbankan Syariah Semarang*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Otoritas Jasa Keuangan. (2017). *Statistik Perbankan Indonesia 2017 November*. Jakarta: Otoritas Jasa Keuangan.
- Okumus, E., Genc, E. G. (2013). Interest Free Banking In Turkey: A Study Of Customers Satisfaction and Bank Selection. *Europe Scientific Journal*, 16, 144-166
- Purwanto. (2012). *Metodologi Penelitian Kuantitatif untuk Psikologi dan Pendidikan*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Putit, L., Johan, Z. (2015). Consumers Acceptance of Halal Credit Card Services: An Empirical Analysis. *Journal of Emerging Economies and Islamic Research*, 1, 1-9
- Reni, A., Ahmad. (2016). Application of Theory Reasoned Action in Intention To Use Islamic Banking in Indonesia. *Al-Iqtishad: Journal of Islamic Economics*, 1, 137-148
- Saputra, D. A., & Ghani B. (2016). Analisis Pengaruh Pendidikan dan Faktor Sosial terhadap Pengetahuan Masyarakat Tentang Bank Syariah (Studi Kasus di Dusun Pandean Pundung Wukirsari Imogiri Bantul). *Jurnal Ekonomi Syariah Indonesia*. 6(1), 12-22.
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2013). *Research Methods for Business: A Skill-Building Approach*. New York: Wiley.
- Schiffman & Kanuk. (2008). *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Indeks.
- Solomon, M. R. (2013). *Consumer Behavior: Buying, Having, and Being*. Boston: Pearson
- Souiden, N., & Rani, M., (2015). Consumer Attitudes and Purchase Intentions Toward Islamic Banks: The Influence of Religiosity. *International Journal of Marketing*, 33.
- Sugiyono. (2011). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono, P. D. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2012). *Statistika untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta.
- Supardi, U. S. (2012). *Aplikasi Statistika dalam Penelitian*. Jakarta: Ufuk Publishing.
- Syafril, H. A. (2015). Analisis Faktor Sosial Budaya dan Psikologis yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Memilih Pembiayaan pada Warung Mikro (Studi pada PT Bank

- Syariah Mandiri Cabang Banjarmasin). *Jurnal Wawasan Manajemen*, 3(3), 257-268.
- Swastha, B. (2000). *Pengantar Bisnis Modern, Pengantar Ekonomi Perusahaan Modern*. Jakarta: Liberty.
- Swastha, B., & Handoko, T. H. (2000). *Manajemen Pemasaran (Analisa Perilaku Konsumen)*. Yogyakarta: BPFE UGM.
- Thontowi, A. (2005). *Hakekat Religiusitas*. Palembang: Balai Diklat Keagamaan.
- Usman, H., et al. (2017). The Role of Religious Norms, Trust, Importance of Attributes and Information Sources in the Relationship Between Religiosity and Selection of the Islamic Bank. *Journal of Islamic Marketing*, 2, 158-186.
- Utami, W., Sangen, M., Rachman, M. Y. (2015). Analisis Pengaruh Religiusitas, Kelompok Referensi, dan Motivasi terhadap Keputusan Menabung di Bank Syariah. *Jurnal Wawasan Manajemen*, 3(1), 79-89.
- Yulianti, R. (2015). Pengaruh Minat Masyarakat Aceh terhadap Keputusan Memilih Produk Perbankan Syariah di Kota Banda Aceh. *Jurnal Dinamika Akuntansi dan Bisnis*, 2, 14-28.

PEMBAYARAN PREMI ASURANSI MELALUI APLIKASI MOBILE AGEN DALAM RANGKA PENGUATAN BISNIS DI REVOLUSI INDUSTRI 4.0 DI JAMBI INDONESIA

RAFIDAH

Universitas Islam Negeri Sultan Thaha Saifuddin Jambi
E-mail: rafidah_haris@yahoo.com

RAHMA LILI ERFIDA SHOLIHA

Universitas Islam Negeri Sultan Thaha Saifuddin Jambi
E-mail: rahmalilies@gmail.com

Abstract

This research understands: 1) The system of payment of insurance premiums through digital technology in the context of strengthening business in revolution 4.0. 2) Knowing the impact of premium payments through digital technology within the framework of the development of the Sharia Insurance industry, 3) Knowing the Sun Life Financial Sharia Insurance plan in increasing revenue in the City of Jambi. Research is qualitative. Data collection methods by interview, collection and observation. Data analysis is: 1) data reduction, 2) data presentation, and 3) drawing conclusions. The results of his research: 1) The ease and speed of information is a necessity. 2) Technology provides different experiences in insurance for agents and participants. 3) Companies must be selective in choosing Agents.

Keywords: Digital Technology, Insurance Agent, Payment System

PENDAHULUAN

Pada saat ini Indonesia menghadapi revolusi industri dimana terjadi perubahan dalam cara hidup dan proses kerja manusia, dimana dengan adanya kemajuan teknologi informasi upaya untuk dapat mengintegrasikan semua kegiatan dalam dunia kehidupan dengan digital dapat memberikan dampak bagi seluruh disiplin ilmu. Dengan adanya perkembangan teknologi informasi yang berkembang secara pesat, dimana teknologi komputer yang merupakan suatu disiplin ilmu yang mengadopsi keahlian seseorang kedalam suatu aplikasi yang berbasis teknologi dan melahirkan

teknologi informasi dan proses produksi dapat dikendalikan secara otomatis. Dengan adanya revolusi industri 4.0 terlihat semua proses dilakukan secara sistem otomatisasi didalam semua proses aktivitas, dimana perkembangan teknologi internet semakin berkembang tidak hanya menghubungkan manusia seluruh dunia namun juga menjadi suatu basis bagi proses transaksi perdagangan dan transportasi secara online.

Perusahaan asuransi PT Sun Life Financial Indonesia (Sun Life) meresmikan Kantor Pemasaran Mandiri (KPM) Syariah pertama di Jambi, yang

sekaligus menjadi kantor Syariah Sun Life ke-46. Pendirian KPM ini sekaligus menegaskan komitmen Sun Life untuk terus meningkatkan pemahaman masyarakat terhadap manfaat asuransi, khususnya asuransi syariah. Diharapkan kehadirannya akan semakin mendukung strategi besar Sun Life dalam meningkatkan penetrasi asuransi di Indonesia. PT Sun Life Financial dalam upaya peningkatan pendapatan premi asuransi sudah menerapkan teknologi dengan menggunakan aplikasi pembayaran premi secara digital.

Adapun produk asuransi yang di miliki oleh perusahaan ini ada 2 (dua) produk yang unggul yaitu Brilliance Hasanah Fortune (BHF) dan Brilliance Hasanah Sejahtera (BHS). Produk Brilliance Hasanah Sejahtera merupakan produk asuransi jiwa dan investasi plus 8 manfaat tambahan untuk membantu dalam merencanakan keuangan di masa depan dan perlindungan keluarga menyeluruh. Sedangkan pada produk Brilliance Hasanah Fortune Plus merupakan produk yang dirancang khusus untuk hasil investasi yang optimal. Bila dilihat dari 3 tahun setelah berdirinya Sun Life Financial Syariah di Jambi pada Produk Brilliance Hasanah Fortune (BHF) dan pada produk Brilliance Hasanah Sejahtera (BHS) maka data pembayaran premi yang didapat terlihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 1. Data Pembayaran Premi Per Bulan 3 Tahun Terakhir periode 2016-2018

Tahun	Jumlah Orang	Jumlah Premi (Rp)	Pendapatan (Rp)
2016	28	Rp 600.000	Rp 16.800.000
2017	26	Rp 600.000	Rp 15.600.000
2018	18	Rp 600.000	Rp 10.800.000
Total	72		RP 43.200.000

Berdasarkan data di atas fenomena yang terjadi pada perusahaan ini terlihat minat asuransi sangat rendah bahkan menurun meskipun telah menggunakan teknologi untuk memudahkan pembayaran premi asuransi dengan aplikasi digital. Aplikasi digital ternyata tidak dapat memicu perkembangan perolehan premi dari masyarakat selama 3 (tiga) tahun ini. Sementara perusahaan ingin mengembangkan produk asuransi jiwa dengan teknologi digital untuk meningkatkan pertumbuhan industri keuangan non bank.

TINJAUAN PUSTAKA

Perkembangan lembaga keuangan dengan aplikasi digital, bisa berbentuk syariah dan non syariah. Geliat bisnis syariah kini kian menggiurkan dan banyak sekali perusahaan asuransi yang berbasis pada sistem syariah. Karena pendapatan premi yang kian naik, tak heran jika banyak sekali perusahaan yang berkompetisi dalam mendirikan bisnis syariah, pertumbuhannya sangat pesat (Puspitasari, 2015). Produk asuransi digital (*digital insurance*), atau disebut sebagai produk asuransi yang dipasarkan atau didistribusikan

melalui media digital, semakin banyak ditawarkan oleh perusahaan asuransi.

Dalam pemanfaatan teknologi informasi baik menggunakan sarana internet, fasilitas dari website yang dimiliki oleh perusahaan, dapat memberikan kemudahan dalam memasarkan properti juga dapat meningkatkan kinerja dalam upaya peningkatan kualitas diri atau perusahaan (Irnawati, 2015). Sistem pembayaran premi secara online juga banyak memberikan dampak positif bagi perusahaan seperti: kinerja menjadi lebih cepat karena tidak perlu menunggu agen menyeter premi ke kantor; informasi yang didapat lebih akurat; biaya transportasi bisa diminimalisir; keamanan uang nasabah lebih terjamin; pelayanan kepada nasabah asuransi lebih meningkat dan lebih praktis (Oktariyana, Yuniarta & Atmadja, 2017).

Keputusan untuk menggunakan teknologi harus mempertimbangkan manfaat dan kemudahan dalam menggunakannya (Malik, 2013). Pertimbangan terhadap manfaat dan kemudahan teknologi menurut pengguna dipengaruhi dari *social influence*, *innovativeness*, *mobility and customization*. Dari segi manfaat diharapkan penggunaan teknologi ini bisa meningkatkan kinerja, produktivitas dan efektivitas dalam bekerja, sedangkan kemudahan dalam menggunakan teknologi ini dilihat dari kemudahan dalam memahaminya dan jelas.

(Kalinic, 2016). Kemudahan dalam menggunakan teknologi merupakan salah satu faktor yang memberikan kepuasan konsumen karena memberikan efektivitas dalam pelayanan (Marinkovic, 2017). Para manajer juga berpendapat bahwa dalam memilih teknologi harus mempertimbangkan kemudahan dalam menggunakannya, memberikan manfaat dalam upaya peningkatan kinerja (Naicker, 2018). Selanjutnya penggunaan teknologi memberikan dampak bagi perusahaan dimana konsumen akan menjadi semakin setia kepada perusahaan asuransi dan dapat meningkatkan pendapatan perusahaan asuransi (Puelz, 2010).

Penggunaan teknologi yang maksimal dapat memberikan dampak pada produktivitas pada industri asuransi (Francalanci, 1998) Teknologi informasi juga memberikan dampak pada proses pelayanan maksimal kepada konsumen (Ray, 2005). Penggunaan teknologi ini bagi sebuah perusahaan juga memberikan dampak lebih besar jangka panjang dan memberikan pengembangan yang potensial bagi nilai perusahaan dari pada terhadap kinerja perusahaan (Ong, 2014). Inovasi dalam proses pelayanan dengan mengembangkan inovasi dalam digitalisasi terlihat dari aplikasi yang digunakan dapat memberikan solusi bagi permasalahan dalam pelayanan konsumen, fitur-fitur yang digunakan dalam aplikasi, kualitas dari aplikasi yang digunakan akan memberikan

dampak terhadap kinerja keuangan maupun non-keuangan (Khin, 2019).

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer, dimana data diperoleh dari informan berupa hasil dari wawancara dan observasi lapangan. Data juga diambil dari data sekunder dimana data diperoleh dari dokumen dokumen yang berkaitan dengan masalah penelitian. Penentuan para informan berdasarkan *purposive sampling* dimana informan diambil dari informan yang merupakan informan kunci yang dianggap paling mengetahui masalah penelitian.

Analisa data dalam penelitian ini dilakukan pada saat pengumpulan data berlangsung, dan setelah data selesai pengumpulan data dalam periode tertentu. Meleong (2005) menyebutkan aktivitas dalam analisis data ada 3 (tiga) tahap: 1). Reduksi data; 2) Penyajian data; 3). Kesimpulan penarilan / verifikasi.

Penggunaan pembayaran premi secara online ini dilakukan untuk menghindari kecurangan-kecurangan dalam setoran yang diberikan klien kepada perusahaan asuransi. Kecurangan-kecurangan ini sering dilakukan oleh para agen asuransi dalam menyeteror uang premi ke perusahaan seperti digunakan untuk kepentingan pribadi dan terlambat menyeteror ke perusahaan (Oktariyana,

2017).

PEMBAHASAN

Analisis Sistem Pembayaran Premi melalui Teknologi Digital dalam Rangka Penguatan Bisnis di Revolusi Industri 4.0 pada Asuransi Sun Life Financial Syariah

Otoritas Jasa Keuangan (OJK) menyambut baik penggunaan teknologi digital (digitalisasi) di industri perasuransian di Indonesia. Meski demikian, kehadiran teknologi digital juga memunculkan risiko baru bagi industri asuransi. Tidak bisa dipungkiri bahwa efek digitalisasi perasuransian akan mengubah pola operasional dilapangan. Mengingat pergeseran pola tradisional ke dalam sistem yang serba digital akan meningkatkan risiko operasional seperti risiko kegagalan mengenal konsumen dengan komprehensif, risiko *fraud* atau penipuan, risiko tindak pencucian uang, dan sebagainya.

Di era serba digital dan *mobile* seperti saat ini, kemudahan dan kecepatan informasi menjadi kebutuhan. Termasuk bagi nasabah Sun Life Financial. Sun Life Financial Indonesia meluncurkan My Sun Life Indonesia, aplikasi mobile layanan nasabah. Aplikasi mobile ini diharapkan dapat memberikan kemudahan bagi nasabah dalam mengakses informasi seputar polis dan manfaatnya.

Sistem *tabarru'* dan bagi hasil yang ditetapkan dalam pola operasional asuransi syariah mengharuskan adanya transparansi di dalam status dana dan

pengelolaannya. Demikian pula dalam hal kontribusi biaya pengelolaan, yang disisihkan sedikit dari premi tahun pertama saja, ditetapkan dengan jelas dan menjadi bagian dari kesepakatan peserta. Oleh karena itu sejak awal peserta mengetahui dengan jelas komponen premi yang disetorkannya, yaitu *tabarru'* (iuran kebajikan), tabungan (hak mutlak peserta), dan kontribusi biaya pengelolaan.

Selain itu, peserta dapat melihat perkembangan dari waktu ke waktu perkembangan nilai tunai polisnya, yakni akumulasi tabungan dan bagi hasilnya. Oleh karenanya ketika peserta bermaksud mengundurkan diri dalam masa perjanjian karena suatu hal, nilai tunai yang dapat diterimanya dapat dihitung nilainya dan jelas sumbernya (berasal dari tabungan dan bagi hasil). Demikian pula halnya klaim meninggal yang diterima oleh ahli waris peserta, terdiri dari manfaat asuransi atau santunan kebajikan, tabungan yang sudah disetorkan dan bagi hasil tabungan tersebut.

Dalam hal investasi, selain perkembangan profitabilitas, kesesuaian usaha dengan ketentuan syariah merupakan faktor penentu keputusan investasi. Oleh karena itu peran Dewan Pengawas Syariah menjadi sangat penting di dalam dinamika pengembangan usaha asuransi syariah, hal yang tidak ditemukan di dalam asuransi konvensional. Akhirnya, tidak keliru jika

dikatakan bahwa operasionalisasi asuransi syariah seperti di uraikan di atas dan keterlibatan Dewan Pengawas Syariah di dalam keseluruhan mata rantai aktivitas dan produk asuransi syariah menggambarkan konsistensi asuransi syariah sebagai sebuah sistem ta'awun (kerjasama tolong-menolong) yang berpijak pada nilai-nilai syariah Islam.

Dampak Pembayaran Premi dalam Menggunakan Teknologi Digital

Dengan adanya teknologi dapat memberikan pengalaman yang berbeda dalam berasuransi bagi agen dan nasabah. Melalui inovasi teknologi, siklus pembelian asuransi bisa disederhanakan sehingga dari sisi waktu pemrosesan bisa menjadi lebih cepat. Pemanfaatan teknologi yang dekat dengan generasi muda juga semakin membuka kesempatan untuk menjaring calon pengguna sejak dini sehingga lebih terasa manfaatnya.

Teknologi digital tidak akan mempengaruhi jumlah pegawai atau adanya pengurangan pegawai. Karena industri asuransi masih membutuhkan agen untuk mendapatkan nasabah atau pembeli polis. Dengan adanya teknologi digital ini lebih memudahkan antara perusahaan, agen dan nasabah. Dimana dengan adanya teknologi digital nasabah diberi kemudahan dan adanya transparansi antara perusahaan dan nasabah.

Peran agen di sini hanya mengenalkan produk ke masyarakat untuk meyakinkan dan mengubah pola pikir masyarakat untuk berasuransi secara syariah. Di Sun Life Financial Syariah ini kalau nasabah belum memenuhi kontribusi (pembayaran premi) selama 1 tahun, jika ia berhenti sebelum 1 tahun maka tidak ada pengembalian premi. Jika > 1 tahun ada pengembalian tapi tidak penuh sesuai kesepakatan dan biaya-biaya pada pembuatan polis dan sebagainya.

Hasil wawancara penulis di atas bahwa, Digital Insurance adalah layanan asuransi bagi nasabah dengan memanfaatkan teknologi digital. Dampak dengan memakai mobile agen adalah efektifitas, tidak ada kerugian di dalamnya, mengurangi penyalahgunaan dan pemanfaatan agen rentan akan penyelewengan, dari segi waktu dan situasi kondisi lebih mudah dan transparansi.

Masyarakat mendapat pilihan yang semakin banyak dari segi produk maupun layanan, harganya sendiri lebih murah, dan kecepatan akses pun tak terbantahkan. Alhasil, dalam waktu singkat, bisnis-bisnis berbasis teknologi digital seperti mengepung segala jenis bisnis jenis konvensional. Disadari atau tidak, saat ini sedang terjadi revolusi besar-besaran dalam dunia bisnis yang digerakkan oleh teknologi digital. Sekarang ini, orang bisa dengan mudah mendapatkan layanan transportasi maupun transaksi keuangan, dan

banyak transaksi lainnya. Dan semua proses transaksinya bisa digunakan dengan sangat cepat menggunakan *smartphone*.

Dunia sungguh-sungguh sedang mengalami perubahan yang sangat dahsyat dan kecepatannya kadang tak terpikirkan sama sekali. Dunia bisnis juga terkena imbasnya. Penggerak utama perubahan ini adalah kaum muda dengan ide-idenya yang cemerlang, keberanian menanggung resiko, kejelian menangkap dan menciptakan peluang, serta dipenuhi dengan motivasi, kreatifitas, kecepatan dan idealisme yang tinggi.

Dunia bisnis di era digital ini ditandai dengan fenomena-fenomena yang memberi kemudahan dalam bertransaksi, yaitu:

1. Semua layanan dan produk kompetitif serta baru ini bisa diakses semua orang melalui perangkat digital mereka. Semua informasi terkait jasa dan produk yang dijual bisa diakses kapan saja dan di mana saja, dan oleh siapa saja secara seketika melalui perangkat teknologi (*gadget*) yang dimiliki.
2. Produk-produk dan jasa yang ditawarkan memiliki harga yang sangat kompetitif dan murah dibanding barang-barang yang di jual dengan konvensional.
3. Terobosan jarak dan waktu menjadi andalan utama bisnis di era digital. Artinya tidak perlu lagi bersusah payah dan terkendala

jarak maupun waktu hanya untuk bertransaksi atau mendapatkan produk yang diinginkannya.

4. Didampingi dan diawasi oleh DSN-MUI untuk memastikan fatwa syariah.

Kendala Asuransi Sun Life Financial Syariah dalam meningkatkan nasabah di Kota Jambi

Adapun upaya yang harus dilakukan Asuransi Sun Life Financial untuk mengatasi kendala tersebut adalah:

Kurangnya penyuluhan tentang asuransi kepada masyarakat sehingga kurangnya pemahaman tentang asuransi membuat masyarakat mudah percaya tentang isu-isu miring yang beredar. Untuk itu perlu diadakannya penyuluhan atau sosialisasi tentang asuransi kepada masyarakat. Asuransi Sun Life Financial Syariah akan mengadakan penyuluhan atau sosialisasi kepada masyarakat luas melalui media massa (cetak/elektronik) diringi dengan penawaran produk asuransi syariah dikarenakan masyarakat kurang mengenali produk dan istilah dalam asuransi Sun Life Financial Syariah. Dengan diadakannya sosialisasi dan edukasi tentang industri asuransi syariah belum menyentuh ke akar permasalahan, dan juga persepsi masyarakat yang menganggap bahwa asuransi syariah sama saja dengan asuransi konvensional, penguasaan ilmu agen dan petugas Asuransi Sun Life Syariah tentang produk asuransi syariah yang masih rendah, ketertarikan masyarakat

untuk mendalami ekonomi dan keuangan syariah masih relatif rendah.

Masih banyak masyarakat Kota Jambi yang belum mengerti tentang Asuransi Syariah, kurangnya tenaga pemasar. Maraknya asuransi syariah yang lebih mendominasi, di harapkan mahasiswa menjadi agensi khususnya Universitas Islam di Jambi, untuk pemanjangan tangan perusahaan tersebut memang benar orang yang mengerti syariah. Kekurangan tenaga pemasar, kurangnya eksistensi *booming*, karena pada dasarnya pertumbuhan syariah masih lambat.

Sambutan positif dari masyarakat terhadap istilah “syariah” pada institusi bisnis setidaknya mempunyai dua alasan. Yang pertama, adanya anggapan bahwa lembaga keuangan syariah lebih tahan terhadap goncangan krisis. Pendapat ini didasarkan pada pengalaman Bank Muamalat yang terbukti tidak mengalami krisis. Hal ini pula yang menjadi determinan dalam penetapan UU No.10 Tahun 1998 tentang Perbankan, yang memperbolehkan bank beroperasi dengan pola konvensional maupun dengan pola syariah. Kedua, memanfaatkan momentum merealisasikan keinginan meluasnya penerapan syariah Islam, termasuk pada sektor ekonomi. kedua alasan tersebut juga tidak terlepas dari ikatan emosional yang melekat pada masyarakat Indonesia karena sebagian besar adalah pemeluk agama Islam

(Mudzakir, 2005).

Beberapa alasan untuk memilih asuransi syariah adalah:

- 1) Mayoritas masyarakat Indonesia adalah muslim yang semakin peduli bagaimana harus mengelola harta dan merencanakan keuangan sesuai keyakinan.
- 2) Asuransi syariah bersifat universal untuk semua kalangan, agama dan keyakinan.
- 3) Adanya konsep tolong-menolong antar sesama dalam bentuk *tabarru'*.
- 4) Ada *cashback* jika terjadi klaim dalam bentuk surplus *underwriting*.

Literasi asuransi syariah merupakan salah satu bentuk kegiatan dalam mendukung pertumbuhan keuangan syariah di masa depan, termasuk asuransi syariah. Karena pemahaman dan kesadaran adalah kunci pertumbuhannya. namun masih rendahnya pemahaman masyarakat mengenai lembaga keuangan asuransi dan manfaatnya menjadi keprihatinan bersama para pelaku industri. Literasi bagi masyarakat itu penting, jika dilakukan pelaksanaan edukasi asuransi yang bertujuan untuk masyarakat luas agar dapat membantu mengatasi resiko-resiko yang akan terjadi.

Setiap keputusan yang di ambil manusia dalam menjalani kehidupannya selalu di penuh dengan risiko. Risiko adalah kemungkinan kerugian

yang dialami, yang diakibatkan oleh bahaya yang mungkin terjadi, tetapi tidak diketahui lebih dahulu apakah akan terjadi dan kapan akan terjadi (Purba, 1992).

Kepercayaan masyarakat sebagai konsumennya pada era globalisasi dan juga modernisasi sekarang ini, banyak orang sudah tidak ingin lagi menanggung beban kerugian yang sewaktu-waktu dapat terjadi tanpa di duga sebelumnya, ancaman kerugian itu berupa kerusakan atau kehilangan harta kekayaan ataupun jiwa dan raga manusia. Dalam tujuan untuk menanggung beban tersebut, perusahaan asuransi mengikuti perkembangan ekonomi masyarakat kemampuan membayar premi asuransi juga meningkat. Kini banyak jenis asuransi yang berkembang dalam masyarakat antara lain asuransi kerugian, asuransi jiwa, asuransi pendidikan dan asuransi kesehatan (Djalil, 2015). Asuransi mempunyai beberapa manfaat antara lain:

1. Membantu masyarakat dalam rangka mengatasi segala masalah risiko yang dihadapinya. Hal itu akan memberikan keuangan dan kepercayaan diri yang lebih tinggi kepada yang bersangkutan.
2. Sebagai sarana untuk mengatasi risiko-risiko yang dihadapi dalam melaksanakan pembangunan. Selain itu, meskipun banyak dipakai karena asuransi menjanjikan perlindungan kepada pihak yang tertanggung terhadap risiko yang

dihadapi perorangan maupun risiko yang dihadapi oleh perusahaan (Sastrawidjaya, 2013).

Selektif dalam memilih agen. Tenaga pemasar (agen) sangat berperan penting dalam meningkatkan penjualan dalam suatu perusahaan, untuk itu hendaknya perusahaan lebih selektif dalam memilih agen. Upaya Asuransi Sun Life Financial Syariah untuk meningkatkan nasabah adalah dengan lebih selektif dalam pemilihan agen agar mendapatkan agen yang profesional, kompeten dan berdedikasi tinggi bagi perusahaan dan memiliki visi dan misi yang sama dengan perusahaan.

Untuk memotivasi agen agar bekerja lebih baik guna mencapai misi perusahaan. Asuransi Sun Life Financial Syariah memberi penghargaan bagi agen yang mencapai target penjualan untuk menambah semangat dalam bekerja, perusahaan memberikan penghargaan bonus yang berupa *fee*, paket jalan-jalan dan paket umroh. Bertujuan untuk memberikan gairah atau semangat kerja bagi para agen.

KESIMPULAN

1. Sun Life Financial Indonesia meluncurkan My Sun Life Indonesia, aplikasi mobile layanan nasabah. Aplikasi mobile ini diharapkan dapat memberikan kemudahan bagi nasabah dalam mengakses informasi seputar polis dan manfaatnya. Dengan adanya teknologi dapat memberikan pengalaman yang berbeda dalam berasuransi

bagi agen dan nasabah. Melalui inovasi teknologi, siklus pembelian asuransi bisa disederhanakan sehingga dari sisi waktu pemrosesan bisa menjadi lebih cepat.

2. Dengan menggunakan teknologi digital. Perusahaan Sun Life Financial Syariah mengharapkan terwujudnya solidaritas, transparansi, dan konsistensi. Fenomena asuransi syariah adalah fenomena yang unik (*al-ghuraba*) ditengah arus ekonomi yang kapitalistik dan individualistik. Secara financial, sistem asuransi syariah memungkinkan perolehan (manfaat) yang lebih baik. Bersamaan dengan itu, semangat solidaritas pun dipupuk melalui iuran kebajikan (*tabarru'*) peserta asuransi.
3. Kendala dalam pengembangan, kurangnya sosialisasi dengan ini Asuransi Sun Life Financial Syariah akan mengadakan penyuluhan atau sosialisasi kepada masyarakat luas melalui media massa (cetak/elektronik) diringi dengan penawaran produk asuransi syariah dikarenakan masyarakat kurang mengenali produk dan istilah dalam asuransi Sun Life Financial Syariah.

DAFTAR PUSTAKA

- Ali, H. (2004). *Asuransi dalam Perspektif Hukum Islam*. Jakarta: Kencana.
- Alma, B. (2014). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Al Arif, M. N. (2015). *Pemasaran Strategik pada*

- Asuransi Syariah*. Bekasi: Gramata Publishing.
- Burhanuddin, S. (2011). *Hukum Bisnis Syariah*. Yogyakarta: UII Press.
- Djalil, M. (2015). Asuransi dengan Teknologi Informasi. *Media Asuransi*, No. 290 Th. XXXV Maret.
- Gemala, D. (2006). *Aspek-aspek Hukum dalam Perbankan dan Perasuransian Syariah*. Jakarta: Kencana.
- Ibrahim. (2018). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Iqbal, M. (2005). *Asuransi Umum Syariah Dalam Praktik: Upaya Menghilangkan Gharar, Maisir, dan Riba*. Jakarta: Gema Insani Press.
- Irnawati. (2015). Peranan Teknologi Informasi dalam Meningkatkan Sistem Pemasaran. *Faktor Exacta*, 8(1).
- Karim, A. A. (2004). *Bank Islam Analisis Fiqh dan Keuangan*. Jakarta: Rajawali.
- Kasmir. (2005). *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya*. Jakarta: PT. Raja Grasindo Persada.
- Morissan. (2014). *Metode Penelitian Survei*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Oktariyana, Denny, M., Yuniarta, G. A., Atmadja, A. T. (2017). Analisa Sistem Pembayaran Premi Asuransi Secara Online terhadap Kinerja Agensi pada AJB Bumiputera 1912 Kantos Cabang Denpasar Ubung, *Jurnal Akuntansis*, 7(1).
- Purba, R. (2015). *Memahami Asuransi Indonesia*. Jakarta: Pustaka Binama Pressindo.
- Puspitasari, N. (2015). *Manajemen Asuransi Syariah*. Yogyakarta: UII Press.
- Sastrawidjadja, Suparman, M. & Endang. (2013). *Hukum Asuransi*. Bandung: Alumni.
- Shiddiqie, H. A. (1984). *Pengantar Fiqh Muammalah*. Jakarta: Bulan Bintang.
- Sula. M. S. (2004). *Asuransi Syariah*. Jakarta: Gema Insani.
- Sunaryo. (2009). *Hukum Lembaga Pembiayaan*. Jakarta: Sinar Grafika.
- Syafei, R. (2001). *Fiqh Muammalah*. Bandung: Pustaka Setia.
- Zaidi A. (2003). *Lembaga Perekonomian Umat di Dunia Islam*. Bandung: Angkasa.

FACTORS THAT INFLUENCE MUDHARABAH FINANCING DECISIONS AT BANK MUAMALAT JAMBI BRANCH

SUDIRMAN

Faculty of Economics, Batanghari University

E-mail: sudirmans3@yahoo.com

UBAIDILLAH

Faculty of Economics, Batanghari University

E-mail: ubai1978@gmail.com.id

Abstract

This study aims to determine the factors that influence Mudharobah financing decisions at the Muamalat Bank Jambi Branch. This relates to the arrears in repaying Customer's loans to banks. In this study using primary data, and the method used in this study is the method of multiple linear regression. Econometrics analysis using multiple linear regression was conducted to identify the variables that influenced the Mudharobah financing decision at the Muamalat Bank Jambi branch. The variables used in this study are financing decision variables as dependent and character variables, capacity, capital, conditions of economic, collateral as independent variables. 25 statement items used to assess financing decisions, there are 99.96 percent of statement items used to assess financing decisions are declared valid or can be accepted as statement items to assess financing decisions, only 0.04 percent of statement items in assessing financing decisions are declared invalid. Financing decision as a dependent variable in this study there is a Cronbach's Alpha value of 0.988 which is greater than the value of r table that is 0.3202 meaning all items of this statement are declared reliable or trusted as a data collection tool in this study.

Keyword: Character, Capacity, Capital, Condition of Economic, Collateral, Financing Decisions

INTRODUCTION

The development of Islamic banks in Islamic countries influenced Indonesia. In the early 1980s, discussions of Islamic banks as a pillar of Islamic economics began. Several trials on a relatively limited scale have been realized including the establishment of the Baitut Tamwil Salman Bandung, and also in the form of a cooperative in Jakarta, Ridho Gusti, which had grown impressively (Antonio, 2001).

In principle, the term financing in Islamic

banking has a concept similar to the term credit in conventional banking. Islamic banks in channeling financing also require stages and a thorough analysis of prospective customers. The most important stage in financing is due diligence analysis which is the spearhead in minimizing the occurrence of problematic financing. The principle used in financing analysis is the 5C principle, namely character, capacity, capital, collateral and condition of economy (Martono, 2002).

Although it is recognized in a Sharia bank basic analysis of 5 C is not enough, so it is necessary to pay attention to the concept of the nature of the trust, honesty and trust of each customer. The financial feasibility assessment system using the 5C principle brings its own difficulties for prospective customers, especially MSMEs because they need bureaucracy and difficult requirements. On the other hand Islamic banks as financial institutions also want to minimize the risk of problem financing. Therefore the right strategy is needed in order to create a win-win solution and avoid the risk of loss from both parties, namely through a strategy in financing analysis (Martono, 2002).

One form of financing in Islamic banking is Mudharabah financing, a fund investment transaction from the owner of the fund (shahibul maal) to the fund manager (mudharib) to carry out certain business activities in accordance with sharia with the distribution of operating results in accordance with the ratio that was agreed upon earlier (Muhammad, 2014).

Islamic banks use a profit margin system. The assessment of the community in determining profit margins is not far from bank interest because Islamic banks take greater profits compared to conventional banks. So sometimes Islamic banks are considered un-Islamic.

In addition to the Mudharabah financing, the application of the contract is not appropriate, for example in financing using a mudharabah

or cooperation agreement, but in reality the financing uses a murabahah or sale and purchase agreement. Inappropriate application can result in problematic financing. At the Muamalat Bank Jambi Branch the product that is in great demand by customers is Mudharabah financing so that mudharabah financing becomes a superior product. As can be seen in the table below.

Table 1. Development of Muamalat Bank Jambi Branch Partners In 2009 - 2013

Year	Savings (Entity)	Deposits (Entity)	Financing (Entity)
2009	356	12	18
2010	513	16	15
2011	441	13	13
2012	392	10	22
2013	649	42	26
Jumlah	2.351	93	94

Based on the background above, the formulation of the problem in this study is as follows: How to Process Mudharabah Financing at Muamalat Bank Jambi branch, and How is the influence of Character (personality), Capacity (Customer ability to pay off obligations), Capital (wealth owned by the Customer), Capital (wealth owned by the Customer), economic conditions (Condition of economy), Collateral (collateral) for mudharabah financing decisions at the Muamalat Bank Jambi Branch. The purpose of this study is: To see how the Mudharabah Financing Process in the Bank Muamalat Jambi branch, and How is the influence of Character Character (personality), Capacity (the ability of the Customer to pay off obligations), Capital (condition of wealth owned by the Customer),

Capital (condition of wealth owned by the Customer), economic conditions (Condition of economy), Collateral (collateral) against the mudharabah financing decision at the Jambi branch of Muamalat Bank. The usefulness of this research is that it is expected to be able to provide benefits to the world or financial institutions so that they can prepare financing well for customers.

RESEARCH METHODS

In this study using the interview method that is the method of interviewing Muamalat Bank branch employees of the main city of Jambi, amounting to 38 people about data and information relevant to the problem under study, by distributing questionnaires which are the population of this study and directly used as a sample of this study. The analytical method used in this study uses multiple linear regression equation analysis, t test, F test, coefficient b determination and classical assumptions (multicollinearity, heteroscedasticity, and normality).

Types of research

Quantitative analysis is an analysis of the data required for the data obtained from the results of respondents provided, then an analysis based on statistical methods and the data is classified into certain categories using tables to facilitate analysis. Multiple linear regression analysis is a means of forecasting the influence of two or more independent variables on a dependent variable to prove the

presence or absence of a function relationship or causal relationship between two or more independent variables with one dependent variable. To simplify and save time, this research is assisted with the SPSS program.

Time and Place of Research

This research was conducted at the Muamalat Bank of the City of Jambi, and this research was conducted in 2018.

Research subject

Sampling was based on groups of subjects, such as groups of traders, farmers, and fishermen. If the population is more than 100, it can be taken to be a sample of 10-15%, and if the population is equal to 100, then all are respondents, but if the population is less than 100 then everything will be used as samples or respondents. In this study the population was Muamalat Bank Jambi Branch employees, amounting to 38 people. Based on the above theory because the population is less than 100, then all of them serve as respondents or samples, as many as 38 respondents.

Data analysis technique

Multiple linear regression analysis is a tool for forecasting the value of influence of two or more independent variables on the dependent variable to prove the presence or absence of a function relationship or causal relationship between two or more independent variables with one dependent variable. To simplify and save time, this research is assisted with the

SPSS program.

RESEARCH RESULTS AND DISCUSSION

Effect of character, capacity, capital, conditions of economic, collateral on financing

The influence of character, capacity, capital, condition of economic, collateral on financing at Jambi branch Muamalat bank based on SPSS 23 calculations can be seen as follows:

Table 2. Coefficients

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		Sig.
	B	Std. Error	Beta	t	
(Constant)	914.439	113.928		8.026	.000
character	-28.858	22.913	-.233	-1.259	.217
capacity	-3.604	4.894	-.035	-.736	.467
condition	251.900	38.750	1.195	6.501	.000
collateral	3.520	10.976	.015	.321	.750

Based on the information above it is known that the regression equation is as follows:

$$Y = 914.439 - 28.858 X_1 - 3,608 X_2 + 251.900X_3 + 3.520X_4$$

Character variable coefficient of -28.858 means that if the character has increased by 1%, the financing will decrease by -28.858, while the variable capacity coefficient is -3.608 meaning that if the capacity has increased by 1% then the financing will decrease by -3.608. variable condition of economic coefficient of 251.900, meaning that if the condition of economic increases by 1%, financing will increase by 251.900. The coefficient of the collateral variable is 3,520, meaning that if the collateral increases by 1%, the financing increases by 3.520.

Table 3. Excluded Variables

	Beta In	T	Sig.	Partial Correlation	Collinearity Statistics Tolerance
capital	. ^b000

A constant of 914.439 means that if the character, capacity, capital, condition of economic and collateral variables are constant, the financing decision at the Muamalat Bank Jambi Branch is 914.439.

Coefficient of Determination (R²)

The SPSS calculation results to see the correlation coefficient can be seen in the following summary model:

Table 4. Model Summary

R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
.968 ^a	.936	.928	133.55817

From the determination test results obtained adjusted R² value of 0.928 or equal to 92.8 percent of this number states that the variables X₁, X₂, X₃, X₄, and X₅ (Character, capacity, capital, condition of economic, and collateral) are able to explain the variable (Y) Funding at the Jambi branch of Muamalat bank is 92.8%, while 7.2% is caused by other variables outside the variables studied.

Correlation coefficient

Correlation coefficient between Character, capacity, capital, condition of economic, collateral to financing in Muamalat Bank 96.8 percent, meaning that there is a close relationship between variables X₁, X₂, X₃, X₄, X₅ (character, capacity, capital, condition of economic, collateral) and

Y (financing).

Hypothesis testing

T test is used to see the effect between variable character (X_1), capacity (X_2), Capital (X_3), condition of economic (X_4), collateral (X_5) on financing (Y).

Criteria:

Ho = There is no influence between character (X_1), capacity (X_2), Capital (X_3), condition of economic (X_4), collateral (X_5) on financing (Y).

Ha = There is an influence between character (X_1), capacity (X_2), Capital (X_3), condition of economic (X_4), collateral (X_5) on financing (Y)

Calculating t-table (Supardi, 2013:233) determines the price of t table that is obtained from reading the distribution table t for the significance level (α specified) and $dk = n - k - 1$. In this case $n =$ the amount of data (sample unit of analysis) and $k =$ number of independent variables or $38 - 5 - 1 = 32$ and t-table = 2.02809.

Based on the calculation results obtained t-count character (X_1) -1.259 while t-table of 2.02809. So t-count -1.259 < t-table 2.02809. Then Ho's decision was accepted and Ha was rejected. Thus there is an insignificant influence between character on financing at the Jambi branch of Muamalat Bank. t-count capacity (X_2) -0.736 while the table is 2.02809. So t-count capacity -0.736 < t-table 2.02809 then Ho's decision is accepted and Ha is rejected. Thus there is no

significant effect between capacity and financing. T-count condition of economic (X_3) 6.501, while the table is 2.02809. So t-count economic condition 6.501 > t-table 2.02809 then Ho's decision is rejected and Ha is accepted. Thus there is a significant influence between the condition of economic with financing counted collateral (X_4) 0.321 where as table of 2.02809. So t count collateral 0.321 < t-table 2.02809 then Ho's decision is accepted and Ha is rejected. Thus there is no significant effect between collateral and financing.

Table 5. ANOVA^a

Model	Sum of Squares	Mean Square	F	Sig.
Regression	8623424.991	2155856.248	120.859	.000 ^b
Residual	588646.904	17837.785		
Total	9212071.895			

Test is used to determine the level of significance of the influence of independent variables (character, capacity, condition of economic, capital, collateral) together (simultaneously) on the dependent variable (financing). Where F-count 120,859 > F-table 2.39 shows Ho is rejected and Ha and has a significant effect.

CONCLUSION

Based on the discussion in the previous chapters, several conclusions can be drawn as follows:

1. The variables used in this study are financing decision variables as dependent and character variables, capacity, capital, conditions of economic, collateral as independent variables. 25 statement items used to assess financing

decisions, there are 99.96 percent of statement items used to assess financing decisions are declared valid or can be accepted as statement items to assess financing decisions, only 0.04 percent of items statement in assessing the financing decision declared invalid. Financing decision as a dependent variable in this study there is a Cronbach's Alpha value of 0.988 which is greater than the value of r table that is 0.3202 meaning all items of this statement are declared reliable or trusted as a data collection tool in this study.

2. Variable character, capacity, capital, condition of economic and collateral are independent variables in this study, all items of statement used are declared valid or can be accepted and tested and all items used to assess the decision on financing are said to be reliable or trusted as a tool data collector.
3. Based on the hypothesis test it is known that there is a Character variable coefficient of -28.858 meaning that if the character has an increase of 1% then the financing will decrease by -28.858 and this variable also has an insignificant influence on financing decisions, while the coefficient of variable capacity is -3.608 meaning that if the capacity has increased by 1% then the financing will decrease by -3.608 this variable also has an insignificant influence on the financing decision. variable condition of economic coefficient of 251.900, meaning that if the

condition of economic increases by 1% then financing will increase by 251.900 this variable also has a significant influence on financing decisions. The coefficient of the collateral variable is 3.520, meaning that if the collateral increases by 1%, the financing increases by 3.520, but this variable has no significant effect. Whereas the constant value of 914.439 means that if the character, capacity, capital, condition of economic and collateral variables are constant, the financing decision at the Muamalat Bank Jambi Branch is 914.439.

4. From the results of the determination test the adjusted R^2 value of 0.928 is obtained or equal to 92.8 percent, variable X_1 , X_2 , X_3 , X_4 , and X_5 (character, capacity, capital, condition of economic and collateral) able to explain the variable (Y) Financing at Muamalat bank Jambi branch by 92.8%, while 7.2% is caused by other variables outside the variables studied.
5. Correlation coefficient between character, capacity, capital, condition of economic, collateral to financing in Muamalat Bank 96.8 percent, meaning that there is a close relationship between variables X_1 , X_2 , X_3 , X_4 , X_5 (character, capacity, capital, condition of economic, collateral) and Y (financing).
6. The hypothesis test used is the t test and the f test to see the effect between variable characters (X_1), capacity (X_2), capital (X_3),

condition of economic (X_4), collateral (X_5) on financing (Y).

7. Based on the calculation results obtained t-count character (X_1) -1.259 while t-table of 2.02809. So t-count -1.259 < t-table 2.02809. Then Ho's decision was accepted and Ha was rejected. Thus there is an insignificant influence between character on financing at the Jambi branch of Muamalat Bank. t-count capacity (X_2) -0.736 while the table is 2.02809. So t-count capacity -0.736 < t-table 2.02809 then Ho's decision is accepted and Ha is rejected. Thus there is no significant effect between capacity and financing. T-count condition of economic (X_3) 6.501, while the table is 2.02809. So t-count economic condition 6.501 > t-table 2.02809 then Ho's decision is rejected and Ha is accepted. Thus there is a significant influence between the condition of economic with financing. T-count collateral (X_4) 0.321 while table is 2.02809. So t-count collateral 0.321 < t-table 2.02809 then Ho's

decision is accepted and Ha rejected. Thus there is no significant effect between collateral and financing. F test is used to determine the level of significance of the influence of independent variables (character, capacity, condition of economic, capital, collateral) together (simultaneously) on the dependent variable (financing). Where F-count 120,859 > F-table 2.39 shows Ho is rejected and Ha and has a significant effect.

REFERENCES

- Antonio, M.S. (2001). *Islamic Bank of Theory and Practice*. Jakarta: Gema Insani.
- Lewis, K. M., Latifa, A. M. (2001). *Syrian Banking*. Jakarta: PT. Porch of Science Semesta.
- Martono. (2002). *Banks and Other Financial Institutions*. Yogyakarta: Economy UII.
- Muhammad. (2014). *Fund Management of Islamic Banks*. Jakarta: Rajawali Pres.
- Shaykh, S. (2011). *Introduction to Economic and Social Statistics*. Jakarta: Gaung Persada Press.

