

Factors Affecting Public Interest in Bank Sumut Syariah Products

Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Masyarakat terhadap Produk Bank Sumut Syariah

Dwi April Yani Simangungsong ¹⁾; Raissa Muthia Syahrani Hasibuan ²⁾; Ridha Shafina Nur ²⁾;
Muhammad Lathief Ilhamy Nasution ²⁾

^{1,2,3,4)} Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Sumatera Utara, Medan, Indonesia

Email: ¹⁾ Dwipriyanisss@gmail.com; ²⁾ raissamuthia782@gmail.com; ³⁾ Ridhanur66@gmail.com;
⁴⁾ mlathiefilhamy@uisu.ac.id

How to Cite :

Simangungsong, D. A. Y., Hasibuan, R. M. S., Nur, R. S., Nasution, M. L. I. (2022). Factors Affecting Public Interest in Bank Sumut Syariah Products. Jurnal Ekonomi Manajemen Akuntansi Dan Keuangan, 3(2). DOI: <https://doi.org/10.53697/emak.v3i2>

ARTICLE HISTORY

Received [25 Maret 2022]

Revised [3 April 2022]

Accepted [11 April 2022]

KEYWORDS

Factors, Affecting Public Interest, Bank Sumut Syariah Products

This is an open access article under the [CC-BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license



ABSTRAK

Sebagai badan yang menjembatani keuangan, dalam menjalankan operasinya bank dikelompokkan menjadi dua yakni bank konvensional dan bank syariah, bank syariah tentunya dibutuhkan fungsi dan peranannya di Indonesia, oleh karena itu bank-bank syariah harus meningkatkan kualitas kinerjanya untuk mewujudkan sistem perbankan syariah yang mampu melakukan efisiensi dengan sistem yang sehat. Meningkatnya jumlah nasabah dan kesadaran masyarakat mengenai keberadaan bank syariah menjadi satu di antara berbagai hal yang penting demi mewujudkan negara Indonesia menjadi pelopor pengembangan keuangan Islam di dunia. Metode yang digunakan penulis ialah metode literature review. Dengan metode literature review penulis melakukan peninjauan literatur ilmiah mengenai suatu topik permasalahan dan melakukan analisa yang bersifat kritis mengenai beberapa hal yang mempengaruhi minat nasabah untuk melakukan pembelian atas produk yang dipasarkan oleh Bank Sumut Syariah dan kesadaran akan mereka dan minat terhadap produk yang ditawarkan. Berdasarkan hasil literature review yang dilakukan dapat ditarik kesimpulan bahwa adanya minat konsumen untuk membeli produk yang ditawarkan oleh Bank Sumut Syariah dipengaruhi oleh beberapa hal yaitu : (1) Kualitas pelayanan dan bagi hasil (2) Produk yang ditawarkan dan promosi yang dilakukan (3) Berusaha menimbulkan kesadaran akan merk dan minat terhadap produk syariah..

ABSTRACT

As a financial bridging body, in carrying out its operations banks are grouped into two, namely conventional banks and Islamic banks, Islamic banks certainly need the function and role in Indonesia, therefore Islamic banks must improve the quality of their performance to realize a Syariah banking system that is able to perform efficiency with a healthy system. Increasing the number of customers and public awareness about the existence of Islamic banks as one of the important things in order to realize the country of Indonesia to be a pioneer of Islamic financial development in the world. The method used by the author is the method of literature review. With the method of literature review, the author conducts a review of the scientific literature on a topic of problems and conducts a critical analysis of some things that affect the interest of customers to make purchases of products marketed by Bank Sumut Syariah and awareness of them and interest in the products offered. Based on the results of literature review conducted can be concluded that the interest

of consumers to buy products offered by Bank Sumut Syariah influenced by several things, namely : (1) quality of Service and profit sharing (2) products offered and promotions carried out (3) trying to raise awareness of the brand and interest in Syariah products.

PENDAHULUAN

Sebagai Lembaga keuangan yang menjadi perantara dalam melakukan pengumpulan dan pengaliran dana secara teratur. Berdasarkan prinsip syariahnya bank syariah sama saja dengan bank konvensional, yaitu berguna untuk menghimpun uang dari masyarakat dan kembali menyalurkan uang itu ke masyarakat kembali berbentuk fasilitas pembiayaan bagi mereka yang membutuhkan. Al-quran dan hadist nabi Muhammad SAW sebagai landasan dalam prinsip dan operasional bank syariah, guna menghindari sistem operasional dengan pengambilan keuntungan dari bunga, oleh karena itulah islam muncul dengan prinsip-prinsip muamalah Islam. (Faqih 2020)

Bank-bank konvensional yang mampu dalam membantu berbagai keperluan negara untuk memenuhi kebutuhan akan lembaga keuangannya. Maka berbagai ide pun lahir dari negara-negara yang mayoritas muslim untuk menerapkan sistem bagi hasil di negara tersebut. Para tokoh-tokoh islam mulai mengajukan ide-nya untuk membuat bank syariah, namun para tokoh muslim saat itu belum menguraikan secara rinci bagaimana konsep bank syariah pada saat itu. (Huda 2010)

Pada saat dihadapkan dengan persaingan diantara Bank-bank syariah lainnya dalam hal memberikan pelayanan kepada nasabah dengan maksud memunculkan rasa ingin menabung bagi para nasabah, yang mana mengakibatkan pada saat nasabah ingin menabung, maka nasabah selalu akan selalu menggunakan produk dan jasa yang ditawarkan. Berdasarkan Kompas.com di 21-01-2019 melaporkan bahwa untuk menumbuhkan rasa/minat ingin menabung masyarakat kepada lembaga-lembaga penyedia jasa keuangan, yang mana salah satunya melalui Otoritas Jasa Keuangan (OJK).

Indonesia sebagai negara dengan jumlah muslim terbesar pada 2022 sekitar 263 juta jiwa, Indonesia sudah seharusnya menjadi pilar dalam utama dalam pertumbuhan ekonomi islam di dunia, hal ini bukanlah khayalan yang bersifat mustahil sebab indonesia merupakan salah satu yang memiliki peran secara global potensial keuangan Syariah. Ini merupakan potensi ekonomi yang begitu besar, termasuk: (i) Jumlah umat islam sangatlah besar, untuk produk ekonomi syariah yang besar pula calon pembelinya ; (ii) Potensi ekonomi yang baik, digambarkan dari perkembangan ekonomi indonesia kisaran 6,8% didorong dengan dasar pokok ekonomi; (iii) Indonesia yang mengalami kenaikan level modal dari level kredit yang menambah jumlah investor untuk membeli saham-saham lokal, salah satunya saham-saham syariah Industri keuangan; Dan (iv) Memiliki sumber SDA yang melebihi kebutuhan sebagai dasar dalam transaksi industri keuangan syariah. (Kaharuddin 2019)

LANDASAN TEORI

Bank Syariah adalah badan usaha yang aktivitas usahanya didasarkan pada konsep syariah. Perlu untuk diketahui bahwa bank-bank syariah ini sama seperti badan usaha pada lainnya, memperoleh hasil sebaik mungkin merupakan salah satu tujuan utamanya, namun memiliki perbedaan jika diperhatikan dari aktivitas dan prinsip usaha yang berdasarkan Syariah, misalnya larangan riba, larangan investasi produk haram dan tidak tergolong kategori syariah. Pada dasarnya konsep syariah bertujuan untuk kemaslahatan masyarakat serta tidak merugikan, konsep ini tertulis dengan jelas di dalam Qur'an Surah An - Nisa ayat : 29

terjemahannya : Wahai manusia-manusia beriman, jangan engkau saling memakan harta sesama dengan cara yang salah, terkecuali dengan cara perdagangan yang berlaku atas dasar saling menginginkan diantara kamu.

Berdasarkan terjemahan ayat di atas mendeskripsikan bahwa dalam melakukan kewajibannya tidak melanggar hukum islam ataupun kebatilan namun saling menolong untuk kesejahteraan sebagai tujuannya. Banyak konsep dan perilaku ekonomi yang tidak sesuai dengan konsep syariah, perilaku ini disebabkan tergiurnya dengan uang yang banyak ataupun kebutuhan ekonomi yang mendesak dan lainnya, maka dari pada itu konsep perbankan syariah seharusnya mampu melindungi mereka agar tidak melakukan hal yang di larang dalam konsep syariah.

Kebijakan konsumen dengan perilaku konsumen sangat erat hubungannya. Menurut Kotler dan Keller perilaku konsumen merupakan “Studi mengenai seseorang atau kelompok dalam memilih, membeli, menggunakan barang, jasa, ide atau pengalaman guna mencukupi kebutuhan dan keinginan”. Namun Nembah F. Hartimbul Ginting Perilaku berpendapat bahwa Konsumen merupakan “Tindakan bagaimana tindakan seseorang untuk mendapatkan, memakai serta membuang produk, termasuk juga tahapan kebijakan sebelum melakukan tindakan (Nembah & Ginting, 2011).

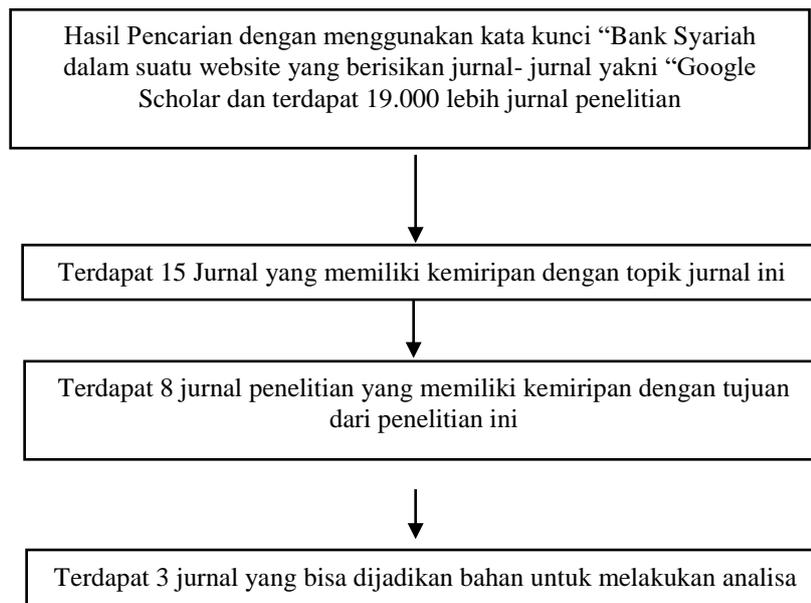
Perusahaan akan memiliki keunggulan dari pesaingnya, bagi perusahaan yang sangat memahami respon dari para konsumen terhadap produk-produk, harga pasar dan pengaruh iklan. Sebab, konsumen adalah hal terpenting untuk sebuah bisnis dalam hal pemasarannya. dikarenakan konsumen merupakan tujuan utama dari sebuah produk yang ditawarkan. Kebijakan yang ditentukan oleh konsumen sama dengan perilaku konsumen yaitu pengambilan kebijakan atas produk yang ditawarkan untuk membeli atau tidak. Dari penjelasan ini. Dari penjelasan di atas, dapat disimpulkan bahwa perilaku konsumen adalah tindakan bertahap dari pelanggan untuk membuat kebijakan membeli, menggunakan produk, juga berbagai penyebab yang mempengaruhi keputusan untuk membeli dan menggunakan produk.

Aktivitas membeli adalah suatu urutan perilaku maupun mental oleh konsumen pada saat melakukannya, tahapan ketika memilih kebijakan untuk membeli melalui lima proses tahapan yakni (Kotler & Keller, 2000) : (1) Mengetahui masalah atau kebutuhan, proses untuk memutuskan agar membeli atau tidaknya harus melalui proses mengenali kebutuhan. Kebutuhan ini di sebut dari rangsangan diri sendiri yakni (rasa ingin makan, ingin minum dan sebagainya) dan eksternal (menonton iklan televisi). Pihak *marketing* harus melakukan peninjauan terhadap kebutuhan pasar dalam suatu keadaan terkhusus, caranya yaitu mendapatkan informasi sebanyak-banyak dari para konsumen. Lalu pihak *marketing* menyusun strategi pemasaran agar menimbulkan minat dari para konsumen, hal ini sangat dibutuhkan dalam proses pembelian. (2) Produk, Produk merupakan “Hasil produksi yang dapat dipasarkan dengan tujuan demi pencapaian misi dari organisasi dengan memenuhi hal hal yang dibutuhkan dan diinginkan konsumen sebagai caranya, hal ini harus disesuaikan dengan kemampuan dan daya saing dari organisasi dan kemampuan beli pasar (Tjiptono 2015). (3) Promosi, promosi adalah “Satu diantara unsur *marketing mix* yang sangat penting, pada unsur ini tiap-tiap bak syariah melakukan pemasaran terhadap produknya sendiri (Rianto 2012). (4) Pengaruh Produk dengan keputusan nasabah, semua perusahaan berupaya untuk memenuhi kebutuhan konsumennya dengan produk yang ditawarkannya, sedangkan konsumen berusaha menemukan manfaat pada produk. Konsumen sendiri sebelum memutuskan untuk membeli sebuah produk, konsumen akan mulai dari mengetahui apa masalahnya, yaitu hal yang ia butuhkan namun belum terpenuhi. Kemudian konsumen mendapatkan beberapa informasi dan memutuskan mengenai pilihan produk yang akan di pilih, lalu konsumen sendiri akan memberikan peringkat atas produk yang bermanfaat baginya. (Gautama Siregar 2018). (5) Pengaruh promosi dengan keputusan nasabah, Atanasius Hardian Permana menjelaskan dalam sebuah penelitiannya bahwa “Promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan jasa perbankan syariah tabungan mudharabah (Permana 2015).

METODE PENELITIAN

Dalam penulisan jurnal ini, metode yang digunakan adalah metode *literature review*. Metode ini merupakan proses mengorganisasi, mengumpulkan, membaca dan melakukan peninjauan ulang

pustaka penelitian yang relevan dengan kepentingan penelitian (Manzilati 2017). Literatur Penelitian pada saat data dikumpulkan merupakan satu diantara proses lainnya yang penting di waktu awal mula berjalannya penelitian menjadi langkah-langkah yang diterapkan untuk berbagai peristiwa. Macam-macam jenis penelitian ini, baik itu kualitatif dan kuantitatif modelnya. Tinjauan pustaka melakukan peninjauan literatur ilmiah mengenai suatu kasus dan melakukan analisa, evaluasi dengan cara yang bersifat kritik mensintesis penemuan dalam penelitian, baik secara teori ataupun praktek. Temuan dari artikel penelitian dengan melakukan peninjauan, menyatukan, dan melakukan analisa terhadap data yang didapatkan dari, ebook, jurnal, atau sumber berita terbaru lainnya yang berisi pembahasan mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi minat beli konsumen pada produk Bank Sumut Syariah.



Bagan 1. Alur Seleksi Jurnal

HASIL DAN PEMBAHASAN

Tabel 1. Penelitian Terdahulu

Nama Peneliti (Tahun)	Judul	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
Faqih. 2020	Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Bagi Hasil Terhadap Minat Menabung Nasabah Pada Tabungan Marhamah PT Bank Sumut KCP Syariah Karya	Kuantitatif deskriptif	1) Mutu pelayanan memperlihatkan korelasi yang signifikan dengan rasa ingin menabung nasabah (2) Hasil memperlihatkan korelasi signifikan dengan keinginan menabung para nasabah

Tabel 2. Penelitian Terdahulu (Lanjutan)

Nama Peneliti (Tahun)	Judul	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
Kahariuddin, 2019	Kesadaran Merek Dan Minat Terhadap Produk Syariah Pada PT. Bank Sumut Syariah Cabang Sibolga	Kuantitatif deskriptif dan kuesioner yang di dasarkan dengan tolak ukur penelitian yang telah ditentukan	1) Kesadaran akan merek memiliki korelasi yang relevan dengan minat produk pada PT. Bank. Sumut Syariah Cabang Sibolga (2) Terdapat korelasi secara langsung yang signifikan antara minat dengan produk pada PT. Bank Sumut Syariah Cabang Sibolga
Siregar, (2018)	Pengaruh Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Tabungan Marhamah Pada PT. Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidempuan	Kuantitatif analisis deskriptif	(1) Secara langsung variabel produk memiliki korelasi kepada keputusan menjadi nasabah tabungan marhamah (2) Secara bersamaan unsur <i>marketing mix</i> produk dan promosi memiliki korelasi pada kebijakan untuk menjadi nasabah tabungan marhamah

Pembahasan

Indonesia sebagai negara dengan dengan jumlah muslim terbesar pada 2022 sekitar 263 juta jiwa, Indonesia sudah seharusnya menjadi pilar dalam utama dalam pertumbuhan ekonomi islam di dunia, hal ini bukanlah khayalan yang bersifat mustahil sebab indonesia merupakan salah satu yang yang memiliki peran secara global potensial keuangan syariah. Bank-bank syariah yang terus bertumbuh, mengakibatkan adanya konkurensi yang semakin kompetitif dalam industri perbankan yang sedemikian kompetitif diantara dengan bank konvensional. Oleh karena itulah semestinya Bank Sumut Syariah mampu mengembangkan diri untuk terus dapat meningkatkan jumlah nasabah dan penjualan terhadap produk yang ditawarkan dengan banyak upaya yang di positif yang dilakukan, adapun berdasarkan hasil dari *literatur riview* yang penulis lakukan, Bank Sumut Syariah melakukan beberapa hal untuk meningkatkan jumlah nasabah dan penjualan terhadap produk yang ditawarkan, yaitu ; (1) Kualitas pelayanan dan bagi hasil (2) Produk yang ditawarkan dan promosi yang dilakukan (3) Berusaha menimbulkan kesadaran akan merk dan minat terhadap produk syariah.

Berdasarkan dari penelitian terdahulu yang pernah dilakukan sehubungan dengan meningkatkan jumlah nasabah dan penjualan produk Bank Sumut Syariah maka ketiga cara di atas berdasarkan jurnal tersebut memperlihatkan adanya pengaruh yang signifikan untuk meningkatkan jumlah nasabah dan penjualan produk Bank Sumut syariah. Indonesia sebagai negara pemain global potensial keuangan syariah sudah seharusnya kesadaran dan minat penduduk yang tinggi untuk menjadi nasabah akan bank syariah dan membeli produk yang ditawarkan, khususnya Bank Sumut Syariah, tentunya, minat ini bukan hanya dikarenakan jumlah penduduk umat muslim di indonesia yang banyak, akan tetapi juga harus diiringi dengan berbagai upaya dan cara sehingga Bank Sumut Syariah dapat berperan aktif untuk mendorong indonesia agar menjadi pelopor keuangan syariah di dunia.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Bank syariah merupakan Lembaga usaha yang mengaplikasikan prinsip-prinsip syariah. Hal ini perlu diketahui bahwa bank syariah, seperti lembaga usaha pada umumnya, mempunyai misi

memperoleh hasil secara optimal, tetapi dengan diperhatikan etika dan kaedah usaha menurut hukum Islam (Syariah), contohnya tidak diizinkan riba (Mengambil atau membayarkan bunga), berinvestasi untuk usaha produk barang haram tidak termasuk dalam kategori syariah.

Keputusan konsumen sangat erat hubungannya dengan perilaku konsumen. Perilaku Konsumen menurut Kotler dan Keller adalah "Studi tentang bagaimana individu, kelompok, organisasi memilih, membeli, menggunakan dan bagaimana barang, jasa, ide atau pengalaman untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan mereka".

Dari Hasil *literature riview* yang dilakukan bahwa keputusan konsumen (Nasabah) untuk membeli produk dari Bank Sumut Syariah dapat dipengaruhi oleh beberapa indikator. Yakni di antaranya (1) Kualitas pelayanan dan bagi hasil (2) Produk yang ditawarkan dan promosi yang dilakukan (3) Berusaha menimbulkan kesadaran akan merk dan minat terhadap produk syariah.

DAFTAR PUSTAKA

- Faqih, Fitri Al. 2020. "Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Bagi Hasil Terhadap Minat Menabung Nasabah Pada Tabungan Marhamah Pt Bank Sumut Kcp Syariah Karya." *Al-Infaq: Jurnal Ekonomi Islam* 11(1): 22.
- Gautama Siregar, Budi. 2018. "Pengaruh Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Tabungan Marhamah Pada Pt. Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidempuan." *TAZKIR: Jurnal Penelitian Ilmu-ilmu Sosial dan Keislaman* 4(1): 1.
- Huda, Nurul. 2010. *Lembaga Keuangan Islam*. Jakarta: Kencana.
- Kaharuddin. 2019. "Kesadaran Merek Dan Minat Terhadap Produk Syariah Pada Pt. Bank. Sumut Syariah Cabang Sibolga." *Jurnal Akrab Juara* 4(4): 194-200.
- Kotler, Philip. 2000. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Salemba Empat.
- Manzilati, Asfi. 2017. *Metodelogi Penelitian Kualitatif*. Malang: UB media.
- Nembah F. Hartimbul Ginting. 2011. *Manajemen Pemasaran*. Bandung: CV. Yrama Widya.
- Permana, Atanasius Hardian. 2015. "Pengaruh Bagi Hasil, Promosi, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Penggunaan Jasa Perbankan Syariah Tabungan Mudharabah." : 92.
- Rianto, Al Arif M Nur. 2012. *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*. Bandung: Alfabeta.
- Tjiptono, Fandy. 2015. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi Publisher.