

Pengaruh Religiusitas Terhadap Minat Nasabah dalam Mengajukan Pembiayaan KPR BSI Griya di Bank Syariah Indonesia KCP Palembang Sukodadi

The Influence of Religiosity on Customer Interest in Applying for BSI Griya KPR Financing at Bank Syariah Indonesia KCP Palembang Sukodadi

Natasya Kurnia Jirani¹⁾, Paisal²⁾, Afrizawati³⁾

^{1,2,3)} Prodi Manajemen Bisnis, Politeknik Negeri Sriwijaya, Indonesia

**Corresponding Email: natasyajirani02@gmail.com*

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui sejauh mana minat konsumen dapat dipengaruhi oleh religiusitas. Untuk mengetahui sejauh mana minat nasabah dalam mengajukan pembiayaan KPR di BSI Griya Bank Syariah Indonesia KCP Palembang Sukodadi dapat dipengaruhi oleh keyakinan agamanya. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Dengan populasi sebanyak 163 orang dan jumlah sampel sebanyak 115 responden. Teknik pengambilan sampel insidental menggunakan sumber data primer dan sekunder. Pendekatannya menggunakan pendekatan kuantitatif dengan menggunakan SPSS v25. Nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Palembang Sukodadi mengisi kuesioner menggunakan Google form yang digunakan sebagai teknik pengumpulan data penelitian. Validitas dan reliabilitas skala Linkert diperiksa sebagai alat evaluasi. Temuan penelitian menunjukkan bahwa minat nasabah mengajukan pembiayaan KPR di BSI Griya Bank Syariah Indonesia KCP Palembang Sukodadi dipengaruhi secara positif dan signifikan oleh religiusitas. Hasil uji t terhadap minat nasabah menunjukkan bahwa variabel religiusitas mempunyai pengaruh positif dan agak signifikan dengan tingkat signifikansi sebesar 0,000.

Kata Kunci: Religiusitas, Minat Nasabah, KPR, Pembiayaan

Abstract

This research aims to determine the extent to which consumer interest can be influenced by religiosity. To find out to what extent customers' interest in applying for mortgage financing at BSI Griya Bank Syariah Indonesia KCP Palembang Sukodadi can be influenced by their religious beliefs. This study uses a quantitative approach. With a population of 163 people and a sample size of 115 respondents. The incidental sampling technique uses primary and secondary data sources. The approach uses a quantitative approach using SPSS v25. Customers of Bank Syariah Indonesia KCP Palembang Sukodadi filled out a questionnaire using Google form which was used as a research data collection technique. The validity and reliability of the Linkert scale were examined as an evaluation tool. Research findings show that customer interest in applying for mortgage financing at BSI Griya Bank Syariah Indonesia KCP Palembang Sukodadi is positively and significantly influenced by religiosity. The results of the t test on customer interest show that the religiosity variable has a positive and somewhat significant influence with a significance level of 0.000S.

Keywords: Religiosity, customer interest, KPR, Financing

PENDAHULUAN

Sektor perbankan sangat penting dalam mendorong pertumbuhan dan pemerataan, pertumbuhan dan stabilitas ekonomi secara nasional ke arah taraf hidup rakyat banyak. Menurut undang-Undang No.10 Tahun 1998, bank adalah badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dan menyalurkannya kembali ke masyarakat dalam bentuk kredit dan bentuk lainnya.”

Menurut Hakim (2021:1), sistem perbankan yang dijalankan adalah *dual banking system*, ada dua macam perbankan yang beroperasi dan diakui di Indonesia yaitu Perbankan Konvensional dan syariah. Perbankan konvensional dalam melakukan usahanya mengandalkan suku bunga, sedangkan perbankan syariah dalam operasionalnya mengandalkan sistem bagi hasil dan juga penetapan margin. Pada bank syariah terdapat produk penghimpun dana seperti tabungann atau deposito yang menggunakan akad wadiah ataupun mudharabah dan juga produk kredit dengan akad murabahah salah satunya yakni KPR ataupun pembiayaan rumah.

Pemilikan rumah merupakan salah satu kebutuhan pokok manusia, memenuhi kebutuhan perumahan merupakan versi yang lebih rinci dari misi Undang-Undang Tahun 1945. Menurut Pasal 40 Undang-Undang tersebut, setiap orang berhak atas

tempat tinggal yang layak. Namun bagi sebagian besar individu, memuaskan keinginannya akan rumah baru merupakan perbincangan yang jauh dari kenyataan.

Kebutuhan dalam penyediaan rumah masih banyak terjadi, menghadapi beberapa tantangan, terutama bagi mereka yang memiliki pendapatan kelas menengah dan bawah. Pemerintah dalam melakukan pembinaanya memiliki tugas untuk mengalokasikan dana tersebut untuk mendukung terwujudnya perumahan bagi masyarakat yang berpenghasilan menengah dan rendah. Berdasarkan peraturan mengenai bantuan subsidi bagi masyarakat yang dituangkan dalam peraturan Menteri PUPR No. 42/PRT/M/2015 tentang bantuan uang muka bagi masyarakat yang berpenghasilan menengah dan rendah.

Pembiayaan sendiri adalah “Menurut hukum Islam, bank Islam yang menyediakan sejumlah uang kepada nasabahnya untuk memenuhi kebutuhan mereka melalui rencana pembiayaan dipahami melakukan hal itu dengan imbalan sebagian keuntungan.” Prinsip syariah sendiri merupakan perjanjian berdasarkan hukum islam antara bank syariah dan pihak lain yang sejalan dengan syariah (Ahmadiono, 2021:2).

Pembiayaan Kredit Pemilikan Rumah (KPR) adalah pembiayaan jangka pendek atau jangka Panjang. “Produk KPR

yang ada di Bank Syariah Indonesia menggunakan akad murabahah." Pemilihan KPR BSI Griya oleh beberapa orang pengaruh religiusitas sangat mempengaruhi, di mana mayoritas masyarakat Indonesia beragama muslim atau Islam, sehingga memungkinkan untuk suatu bisnis yang berlandaskan syariah dimana religiusitas merupakan ketaatan seorang dalam menjalankan ajaran agamanya dimana orang yang religius akan mempertimbangkan segala sesuatu berdasarkan agama.

Penelitian Afiyanti (2019) dimana religiusitas berpengaruh positif terhadap minat seseorang untuk menjadi nasabah. Melihat dari penelitian yang telah dijelaskan menyatakan bahwa "variabel religiusitas berpengaruh positif terhadap minat nasabah." Penulis memilih variabel religiusitas dikarenakan mayoritas masyarakat Indonesia yang beragama muslim dan ini menjadi salah satu pilihan dan keunggulan di Bank Syariah Indonesia KCP Palembang Sukodadi. Berdasarkan penjelasan sebelumnya rumusan masalah yang didapat adalah bagaimana pengaruh religiusitas terhadap minat nasabah dalam mengajukan pembiayaan KPR BSI Griya di Bank Syariah Indonesia KCP Palembang Sukodadi?

KAJIAN PUSTAKA

Religiusitas

Menurut Suryadi (2021:7), religiusitas berasal dari bahasa Inggris dimana kata *religion* berubah menjadi *religiosity*, dan dalam Bahasa Indonesia istilah tersebut diartikan sebagai keberagamaan dan religiusitas. Religiusitas sendiri adalah tingkat komitmen individu terhadap agama yang dianut beserta ajaran-ajarannya, yang ditunjukkan oleh sikap perilaku yang konsisten dengan komitmen tersebut. Religiusitas sendiri dalam agama Islam ialah seseorang dapat dilihat dari syariah, akidah maupun akhlak dan juga bisa dilihat dari ungkapan atau iman, Islam dan juga ihsan.

Faktor yang mempengaruhi Religiusitas

Menurut Thouless dalam Said (2014) ada 4 faktor yang mempengaruhi Religiusitas:

- a. Faktor Sosial, seperti tekanan masyarakat, adat istiadat, pendidikan, dan bimbingan orang tua.
- b. Faktor Alami, seperti moral atau pengalaman emosional.
- c. Faktor Kebutuhan, seperti rasa aman, cinta, harga diri.
- d. Faktor Intelektual, seperti penalaran verbal, khususnya ketika membentuk keyakinan agama.

Dimensi-dimensi Religiusitas

Konsep pembagian dimensi menurut Glock dan Stark yang dikemukakan Nashori Suroso sejalan dengan ajaran Islam. Dalam ajaran Islam, agama tidak hanya mencakup ibadah saja, tetapi juga kegiatan-kegiatan lain yang menunjang perkembangan keagamaan seseorang secara menyeluruh. Glock dan Stark dalam Alwi (2014) menyatakan bahwa agama memiliki lima aspek:

- a. Dimensi Keyakinan, yakin terhadap “tuhan, adanya malaikat, surga dan para nabi.”
- b. Dimensi Peribadatan atau Praktek agama, misalnya “menunaikan shalat, zakat, puasa dan haji.”
- c. Dimensi Penghayatan, Hal ini membangkitkan perasaan keintiman dengan Tuhan, ketenangan saat berdoa, dan ketakutan akan dosa.
- d. Dimensi Pengetahuan agama, sejauh mana seseorang mengetahui ajaran agama yang terdapat dalam kitab suci, hadis, dan sumber lainnya.
- e. Dimensi Pengalaman, sejauh mana perilaku sosial dipengaruhi oleh keyakinan agama.

Berdasarkan analisis Nashori Suroso, dimensi keimanan dan syariah, ibadah dan ihsan, pengalaman dan

akhlak, ilmu dan sains, serta keimanan dan akhlak semuanya selaras.

Minat

Minat merupakan perilaku konsumen yang didefinisikan oleh Kotler dan Keller (2012:131) “sebagai dorongan untuk memilih suatu produk berdasarkan pengalaman pemilihan produk, penggunaan, dan konsumsi sebelumnya, atau sekadar keinginan terhadap sesuatu.” Menurut Hamdani (2021), “munculnya minat internal seseorang bermula dari ketertarikannya terhadap suatu objek tertentu.”

Minat sendiri adalah suatu aspek yang dimiliki manusia pada psikis yang mendorong untuk mencapai tujuan. Jika tidak ada minat segala sesuatu yang akan dilakukan akan terasa kurang efektif juga efisien. Menurut Hamdu, minat yaitu suatu sebab kekuatan yang mendorong dan memaksa orang untuk memberi perhatian pada situasi atau orang atau juga aktivitas tertentu dan bukan pada yang lain, bisa juga minat sebagai sebab akibat pengalaman yang efektif di mana hadirnya seseorang maupun objek dalam partisipasi di suatu aktivitas.

Dimensi Minat

Menurut Ferdinand, dalam Fuqory, dkk (2021) ada 4 dimensi minat yaitu:

- a. Minat Transaksional, Kecenderungan individu untuk membeli suatu produk.
- b. Minat Referensial, kecenderungan seseorang untuk memberitahu orang lain tentang suatu produk.
- c. Minat Prefensial, menjelaskan bagaimana seseorang dengan preferensi berperilaku atau menggambarkan tindakan seseorang yang mengutamakan atau menyukai suatu barang.
- d. Minat Eksploratif, menunjukkan seseorang yang akan menyelidiki detail produk yang mereka pertimbangkan.

METODOLOGI

Rancangan Penelitian

Penelitian ini menggunakan metodologi kuantitatif, biasanya menggunakan data numerik. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linier berganda, dan sumber datanya adalah kuesioner dan metode pengolahan data SPSS V25.

Jenis dan Sumber Data

Dalam penelitian ini menggunakan dua macam data yaitu:

- a. Data Primer, menurut Fitriya dkk, (2019:121) adalah “Data mentah yang dikumpulkan dan belum diolah khususnya dengan tujuan penelitian. Dalam penelitian ini, data primer diperoleh melalui penyebaran kuesioner dan wawancara dengan nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Palembang Sukodadi.”
- b. Data Sekunder, menurut Fauzi Fitriya (2019:121) “data sekunder adalah data yang telah diolah oleh pihak lain dalam kepentingan tertentu seperti buku, jurnal dan sumber lainnya.”

Teknik Pengumpulan Data

Metode berikut digunakan untuk memperoleh data untuk penelitian ini, riset lapangan yaitu penyebaran kuesioner melalui *gform* ke nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Palembang Sukodadi, wawancara kepada karyawan yang bersangkutan, dokumentasi gambar berupa laporan untuk mendukung keterangan yang dapat mendukung penelitian. Studi kepustakaan dilakukan dengan cara pengumpulan data, mengumpulkan teori yang berkaitan dengan judul penelitian serta informasi melalui kajian literatur seperti buku, jurnal ilmiah dan lain-lain.

Teknik Analisis Data

Uji normalitas, multikolinearitas, dan heteroskedastisitas ketiga uji asumsi tradisional yang biasanya digunakan harus dipenuhi untuk dapat melakukan analisis regresi linier berganda. dengan menggunakan pengujian parsial atau uji t untuk mendukung hipotesis. Selanjutnya koefisien determinasi menggambarkan sejauh mana variabel independen dapat mempengaruhi variabel dependen.

HASIL

Hasil pengolahan data penelitian diolah menggunakan SPSS v25 sebagai berikut:

Uji Validitas

Tujuan dari uji validitas adalah untuk mengetahui apakah item pernyataan pada kuesioner benar benar mampu mengungkapkan dengan pasti apa yang akan diteliti dengan rtabel sebesar 0,1832 dan tingkat signifikansi sebesar 5% ditunjukkan pada tabel dibawah ini:

Tabel 1. Hasil Uji Validitas Religiusitas (X1)

Variabel	Item Pertanyaan	rhitung	rtabel	Ket
Religiusitas (X1)	X1.1	0,873	0,1832	Valid
	X1.2	0,818	0,1832	Valid
	X1.3	0,735	0,1832	Valid
	X1.4	0,818	0,1832	Valid
	X1.5	0,836	0,1832	Valid

Sumber: hasil olah data, 2024

Tabel 2. Uji Validitas Minat (Y)

Variabel	Item Pertanyaan	rhitung	rtabel	ket
Minat (Y)	Y1.1	0,858	0,1832	Valid
	Y1.2	0,830	0,1832	Valid
	Y1.3	0,865	0,1832	Valid
	Y1.4	0,916	0,1832	Valid

Sumber: Hasil Olah data, 2024

Uji Reliabilitas

Dilakukan untuk menunjukkan sejauh mana suatu alat pengukur berupa item kuesioner secara positif berkorelasi satu sama lain sehingga dapat dipercaya, dikatakan reliabel jika *crobach's alpha* >0,60.

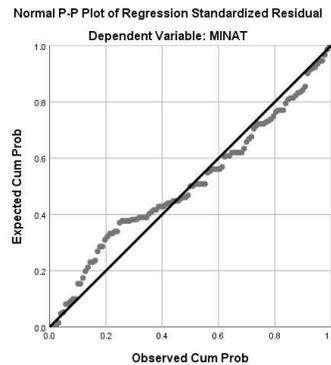
Tabel 3. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	<i>Cronbach's alpha</i>
Religiusitas	0,873
Minat	0,890

Sumber: hasil olah data, 2024

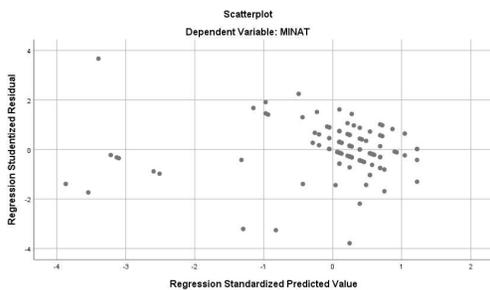
Uji Asumsi Klasik

- a. Uji Normalitas, Jika barang tersebut tersebar luas sepanjang garis diagonal dan tidak mengikuti arahnya, maka dianggap tidak memenuhi syarat.



Gambar 1. Hasil Uji Normalitas

- b. Uji Multikolinearitas, nilai toleransi >0,10 dan VIF<10 maka berdasarkan hasil uji diketahui bahwa variabel religiusitas mempunyai toleransi sebesar 0,522 dan VIF < 1,049, tidak terjadi multikolinearitas.
- c. Uji Heterokedastisitas, dengan tujuan untuk menguji apakah terjadi ketimpangan variabel antar observasi dalam suatu model regresi.



Gambar 1. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Titik-titik pada grafik tersebut menyebar secara acak tidak membentuk pola dan terlihat menyebar diatas atau dibawah angka 0 (nol), dengan demikian tidak terjadi gejala heterokedastisitas.

Hasil Uji Hipotesis

Uji t (Parsial)

Temuan berikut diperoleh dengan tujuan untuk memastikan dampak variabel independen, yaitu religiusitas, terhadap variabel yang diminati:

Bahwa variabel religiusitas (X1) mendapatkan nilai t hitung sebesar 4,752 Minat nasabah dalam mengajukan

pembiayaan KPR BSI Griya di Bank Syariah Indonesia KCP Palembang Sukodadi dipengaruhi secara positif dan signifikan oleh variabel religiusitas, dibuktikan dengan nilai t tabel sebesar 1,981 dan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,005$.

Koefisien Determinasi (KD)

Koefisien determinasi digunakan untuk menghitung dan menilai sejauh mana pengaruh atau kontribusi variabel agama terhadap variabel dependen minat konsumen. Dengan menggunakan R Square, skor R Square penelitian ini sebesar 0,518 menunjukkan “Minat nasabah dalam mengajukan pembiayaan KPR BSI Griya di Bank Syariah Indonesia KCP Palembang Sukodadi sebesar 51,8% dapat dipengaruhi oleh variabel religiusitas, sedangkan sisanya sebesar 48,2% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini.”

SIMPULAN

Kesimpulan berikut dapat diambil berdasarkan masalah yang telah ditetapkan dan hasil analisis yang dilakukan dengan menggunakan pengujian hipotesis :

Minat nasabah (Y) dalam mengajukan pembiayaan di Bank Syariah Indonesia KCP Palembang Sukodadi dipengaruhi secara positif dan signifikan oleh variabel religiusitas. Berdasarkan uji t sebesar 4,752

dan ambang batas signifikansi sebesar 0,000, diperoleh hasil tersebut. Variabel bebas mempengaruhi naik turunnya variabel terikat sebesar 51,8% sesuai nilai koefisien determinasi, sedangkan sisanya sebesar 48,2% dipengaruhi oleh faktor lain.

Ekonomi Dan Perbankan Syariah, 4(2).54-69.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmadiono. 2021. *Manajemen Pembiayaan Bank Syariah*. Jember: IAIN Jember Press.
- Alwi, Said. 2014. *Perkembangan Religiusitas Remaja*. Yogyakarta: Kaukaba Dipantara.
- Fuqory, Dewi Ziqni. 2021. Pengaruh Religiusitas dan Kepercayaan Terhadap Minat Pengajuan KPR Syariah di CIMB Niaga Syariah dengan Pengetahuan Produk sebagai Variabel Intervening. *Skripsi*. Tidak dipublikasikan. Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta.
- Fauzi, Fitriya., dkk. 2019. *Metodologi Penelitian untuk Manajemen dan Akuntansi Aplikasi SPSS dan Eviews untuk Teknik Analisis Data*. Lumajang: Salemba Empat
- Hadija, H., Nuriatullah, N., & Nurfitriani, N. (2019). Pengaruh Religiusitas dan Lokasi Terhadap Keputusan Nasabah Memilih BRI Syariah Dalam Transaksi Kredit Kepemilikan Rumah (KPR) Syariah. *Jurnal Ilmu Perbankan Dan Keuangan Syariah, 1(2)*, 37-55.
- Hakim, L. 2021. *Manajemen Perbankan Syariah*. Pamekasan: Duta Media Publishing
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2021). *Manajemen Pemasaran edisi 13 jilid 1*. Jakarta: Erlangga.
- Nai'mah, D. C. (2023). Pengaruh Religiusitas, Promosi dan Citra Perusahaan Terhadap Minat Nasabah dalam Memilih Griya Simuda (Studi Kasus Bank Syariah Indonesia KCP Malang Lawang). *Islamic Economic and Finance Journal, 4(1)*, 89-101.
- Suryadi, B., & Hayat, B. (2021). *Religiusitas Konsep, Pengukuran, dan Implementasi di Indonesia*. Jakarta Pusat: Bibliosmia Karya Indonesia
- Tripuspitorini, F. A. (2019). Pengaruh religiusitas terhadap minat mahasiswa Politeknik Negeri Bandung untuk menabung di bank syariah. *Jurnal Masharif Al-Syariah: Jurnal*