



KESADARAN MEREK DAN MINAT TERHADAP PRODUK SYARIAH PADA PT. BANK. SUMUT SYARIAH CABANG SIBOLGA

Kaharuddin

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Al-Washliyah Sibolga

(Naskah diterima: 1 September 2019, disetujui: 28 Oktober 2019)

Abstract

This study explains brand awareness factors and interest in Islamic products at PT. Bank. North Sumatra Syariah. The research methodology used is a descriptive quantitative approach. Data collection was carried out using a questionnaire that had been created based on predetermined research indicators. Implementation of this research by distributing questionnaires to the public who will or have ever made a purchase transaction at PT. Bank. North Sumatra Syariah Sibolga Branch. The location of this research is Sibolga. In this study used a sample of 100 responses. The results of this study which shows that the independent variable (X1) Brand Awareness has a t-value of 5.596 and a value of Sig. The value of $t_{count} > t_{table}$ is $5,596 > 1,984$ and Sig. $< 0,05$ which is $0,000 < 0,05$ and the independent variable (X2) Interest has a t-value of 5.273 and Sig. 0,000. The value of $t_{hitung} > t_{tabel}$ is $5,273 > 1,984$ and the value of Sig. $< 0,05$ which is $0,000 < 0,05$, from these results it can be concluded that of the two variables can be accepted and shows the effect on Islamic products at PT. Bank. North Sumatra Syariah Sibolga Branch.

Keywords: Brand Awareness, Interest, Sharia Products.

Abstrak

Penelitian ini menjelaskan faktor kesadaran merek dan minat terhadap produk syariah pada PT. Bank. Sumut Syariah. Metodologi penelitian yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif deskriptif. Pengumpulan data dilakukan menggunakan kuesioner yang telah dibuat berdasarkan indikator penelitian yang telah ditentukan. Pelaksanaan penelitian ini dengan menyebar kuesioner pada masyarakat yang akan atau sudah pernah melakukan transaksi pembelian di PT. Bank. Sumut Syariah Cabang Sibolga. Lokasi penelitian ini berada di Sibolga. Pada penelitian ini menggunakan sampel sebanyak 100 penanggapan. Hasil dari penelitian ini yang mana Memperlihatkan bahwa Variabel bebas (X1) Kesadaran Merek memiliki nilai t_{hitung} sebesar 5,596 dan nilai $Sig. 0,000$. Nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $5,596 > 1,984$ dan nilai $Sig. < 0,05$ yaitu $0,000 < 0,05$ dan Variabel bebas (X2) Minat mempunyai nilai t_{hitung} sebesar 5,273 dan nilai $Sig. 0,000$. Nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $5,273 > 1,984$ dan nilai $Sig. < 0,05$ yaitu $0,000 < 0,05$, dari hasil tersebut dapat diambil kesimpulan bahwa dari dua variabel tersebut dapat diterima dan menunjukkan pengaruh terhadap produk syariah pada PT. Bank. Sumut Syariah Cabang Sibolga.

Kata kunci: Kesadaran Merek, Minat, Produk Syariah

I. PENDAHULUAN

H.Kaharuddin (2017). Sebagai negara dengan populasi Muslim terbesar pada 2010 mencapai 237,6 juta orang, Indonesia harus menjadi pelopor pengembangan keuangan Islam di dunia. Ini bukan 'mimpi mustahil' karena Indonesia adalah pemain global potensial keuangan Syariah. Itu potensi ekonomi sangat besar, termasuk: (i) populasi Muslim yang besar adalah potensi pelanggan industri keuangan Islam; (ii) prospek ekonomi yang cerah, tercermin dari pertumbuhan ekonomi yang relatif tinggi (kisaran 6,0% -6,5%) didukung oleh ekonomi yang solid fundamental; (iii) peningkatan peringkat kredit negara Indonesia ke peringkat pemodal yang mengembangkan kemauan investor untuk Menanam saham di wilayah keuangan dalam negeri, termasuk Syariah Industri keuangan; Dan (iv) mempunya SDA (sumber daya alam) melimpah ruah yang dapat dijadikan dasar transaksi industri keuangan Islam.

II. KAJIAN TEORI

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 diperbolehkannya riba (Mengambil atau membayarkan bunga), berinvestasi untuk usaha produk barang haram tidak termasuk dalam Kategori Syariah. Konsep syariah Islam pada dasarnya bertujuan untuk kemashlahatan umat dan tidak merugikan, hal ini sudah tercantum dengan jelas di dalam Al Quran dan Al Hadits. Allah swt berfirman. Dalam Qur'an Surah An - Nisa ayat : 29

Artinya : Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesama mu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu.

Dari ayat ini menjelaskan bank syariah menjalankan tugasnya tidak menyimpang dari hukum islam ataupun kebatilanm tapu selalu tolong-menolong dengan harapan terciptnya kesejahteraan. Ada banyak tindakan ekonomi yang tidak sejalan dengan hukum islam, hail ini terjadi karena ada pihak yang tergoda dengan uang yang banyak ataupun mungkin karena memiliki kebutuhan atau tekanan baik dari segi ekonomi dan lainnya, oleh sebab itu bank syariah harus menlindungi mereka agar tidak berbuat sesuatu yang melanggar hukum islam.

Bank Syariah di Indonesia badan finansial keuangan yang bertugas untuk Mempermudah Prosedur perekonomi area kongkret dengan berbagai macam aktivitas bisni (Perniagaan, Penanaman Saham dan Sebagainya) berdasarkan prinsip syariah. Prinsip syariah digunakan sebagai Ketentuan dalam akad berlandaskan ajaran islam (Fiqh) dengan lembaga keuangan dengan yang lain untuk melakukan kegiatan atau transaksi keuangan yang diatur sesuai dengan nilai- nilai dan prinsip syariah baik yang berkarakter mikro atau Makro.

A.B Susanto (2000) Merek melambangkan sebuah istilah nama, simbol, rancangan ataupun gabungan dari hal-hal tersebut, yang dapat digunakan sebagai pengenalan jasa atau barang dari kelompok maupun seseorang dan sebagai pembeda dari jasa atau barang lain. Merek merupakan janji penjual untuk secara konsisten memberikan tampilan, manfaat, dan jasa tertentu akan pembeli. Merek-merek terbaik memberikan jaminan mutu.

Bank Syariah di Indonesia badan finansial keuangan yang bertugas untuk Mempermudah Prosedur perekonomi area kongkret dengan berbagai macam aktivitas bisni Perniagaan, Penanaman Saham dan Sebagainya) berdasarkan prinsip syariah. Prinsip syariah digu-

nakan sebagai Ketentuan dalam akad berlandaskan ajaran islam (Fiqh) dengan lembaga keuangan dan lain untuk melakukan kegiatan atau transaksi keuangan yang diatur sesuai dengan nilai- nilai dan prinsip syariah baik yang berkarakter mikro atau Makro.

Masyarakat mempunyai pandangan masing masing terhadap citra atau merek suatu perusahaan, karena merek tidak datang begitu saja tetapi harus dicapai dengan berbagai macam program pembangunan citra. Citra merupakan persepsi masyarakat terhadap perusahaan. Menurut Haryadi (2007) Oleh karena itu mengetahui sikap dan maksud dari nasabah adalah kunci yang utama dalam langkah meningkatkan perbankan syariah, dan nantinya juga akan menjadi bahan pertimbangan investasi di dalam dunia perbankan.

Andespa, Roni (2017) Masyarakat merupakan satu elemen terpenting dalam bisnis ini, karena nantinya masyarakatlah yang akan menjadi nasabah dari bank syariah tersebut..

Pada saat ini Minat sering selaku komponen penting yang paling mempengaruhi konsumen atau nasabah dalam menentukan sesuatu, seperti pada hasil penelitian dibawah ini yang membahas Komponen yang berdampak terhadap kemauan nasabah dalam menanam saham di lembaga Syariah.

III. METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif deskriptif. Pengumpulan data dilakukan menggunakan kuesioner yang telah dibuat berdasarkan indikator penelitian yang telah ditentukan.

Pelaksanaan penelitian ini dengan menyebar kuesioner pada masyarakat yang akan atau sudah pernah melakukan transaksi pembelian di PT. Bank. Sumut Syariah Cabang Sibolga Lokasi penelitian ini berada Sibolga. Pada penelitian ini menggunakan sampel sebanyak 100 penanggapan.

IV. HASIL PENELITIAN

4.1 Temuan Umum Penelitian

Gagasan untuk mendirikan Unit/Divisi Bisnis Syariah sudah Meningkat sangat lama pada kawasan PT. Bank Sumut, Khususnya pimpinan dan komisaris, mulai dari dikeluarannya UUNo.10 tahun 1998 yang membagikan kelonggaran pada bank konvensional untuk Membuat Unit Bisnis Syariah. Pendirian Unit Bisnis Syariah juga berdasarkan dengan budaya hidup Rakyat sumut yang religius. Terkhususnya untuk umat islam yang sudah mengetahui dan akan pentingnya mengamalkan hukum Islam dalam semua aspek kehidupan, termasuk dalam bidang Ekonomi. Komitmen Untuk mendirikan Unit Bisnis Syariah

semakin menguat dengan irungan fatwa dari Majelis Ulama Indonesia (MUI) dan menyatakan bunga adalah bagian dari Riba, Riba hukumnya Haram. Dari fatwa tersebut meningkatnya minat umat muslim untuk membeli produk dan jasa syariah.

Dilakukan survei dari 8 kota disumatra bagian utara, menghasilkan adalah kemauan masyarakat terhadap Produk dan jasa Perbankan Syariah Sangat tinggi tingkat ketertarikan mencapai sekitar 70 % dan untuk keinginan mendapat pelayanan perbankan syariah diatas 50%, oleh karena itu tanggal 04 november 2004 PT.Bank. Sumut mendirikan unit syariah dengan 2 kantor cabang syariah yaitu kantor cabang Syariah Medan dan Cabang Syariah Padang Sidempuan.

PT. Bank. Sumut cabang Syari'ah Sibolga dibuka dan mulai operasionalnya pada hari Jum'at tanggal 2 Zulkaedah 1431 H atau 10 Oktober 2010 M.

4.2 Temuan Khusus Penelitian

Dalam penelitian ini jumlah responden yang di ambil berjumlah 100 orang. Pengumpulan data dilakukan dengan mendistribusikan kuisisioner kepada responden yang berdomisili di Kota Sibolga.

Jumlah keseluruhan item pertanyaan variable Kesadaran Merek, Minat dan Produk

Syariah adalah Sebanyak 6 butir pertanyaan setiap Variabelnya dengan Ketetapan apabila $r_{hitung} > r_{tabel}$ bahwa dari pernyataan tersebut dapat dikatakan valid namun jika $r_{hitung} < r_{tabel}$ maka pernyataan tersebut dapat dikatakan tidak valid, dimana nilai r_{tabel} pada taraf signifikansi 0,05 adalah 0,3610. Kesimpulannya adalah semua Variabel dinyatakan Valid.

1) Uji reliabilitas

Uji reliabilitas menggunakan rumus Croanbach Alpha. Hasil uji reliabilitas untuk masing-masing variable.

Tabel 4.1 Hasil Uji Reabilitas

Variabel Croanbach	Alpha	Nilai r Alpha	Keterangan
Kesadaran Merek (X1)	0,60	,795	RELIABEL
Minat (X2)	0,60	,794	RELIABEL
Produk Syariah Produk (Y)	0,60	,790	RELIABEL

Tabel 4.2 Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
	B	Std.Error			
1 Constant)	4.276	.789		1.821	.072
Kesadaran_Merek	-.045	.043	-.121	-1.041	.301
Minat	.024	.045	.062	.530	.597

a. Dependent Variable: Produk_Syariah

Persamaan regresinya sebagai berikut:

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + \varepsilon$$

$$Y = 4,276 - 0,369X_1 + 0,361X_2 + \varepsilon$$

a). Konstanta sebesar 4,276 mempunyai arti bahwa ketika Kesadaran Merek dan Minat nilainya adalah 0, maka Minat Produk nilainya adalah 4,276.

Hasil uji reabilitas tersebut Membuktikan maka segala variabel memiliki koefisien Croanbach Alpha yang cukup yakni diatas 0,60 hasilnya dapat dikatakan semua konsep pengukur masing-masing variabel adalah reliabel yang berarti bahwa kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini merupakan kuesioner handal.

2) Uji Regresi Linier Multiple

Uji regresi Linier multiple menunjukkan besarnya pengaruh dua variabel bebas terhadap satu variabel terikat atau memprediksi variabel terikat menggunakan dua atau lebih variabel bebas. Persamaan regresi linier berganda yang dihasilkan sebagai berikut :

- b). Koefisien regresi variabel Kesadaran Merek sebesar 0,369 artinya apabila Kesadaran Merek mengalami kenaikan, maka Minat Produk akan mengalami kenaikan sebesar 0,369 menggunakan anggapan variabel independen bernilai tetap.
- c). Koefisien regresi variabel Minat sebesar 0,361 artinya apabila variabel Minat

mengalami kenaikan, maka Minat Produk akan meningkat sebesar 0,361 Menggunakan anggapan variabel independen lainnya bernilai tetap.

3) Uji Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi (R^2) adalah mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variable dependen. Koefisien determinasi akan dijelaskan pada table berikut :

Tabel 4.3 Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of The Estimate
1	.740a	.547	.538	1.507

a. Predictors: (Constant), Minat, Kesadaran Merek

Dari tabel tersebut dapat diketahui bahwa besarnya R^2 square adalah 0,547 atau 54,7% minat Produk dapat dijelaskan oleh

Kesadaran Merek dan Minat. Sedangkan sisanya ($100\% - 54,7\% = 45,3\%$). Nilai $R = 0,740$ menunjukkan bahwa antar variabel terikat mempunyai pengaruh yang kuat terhadap variabel bebas yaitu Minat Produk.

4) Uji T (Parsial)

Uji T dimanfaatkan sebagai penentu variabel bebas yaitu Kesadaran Merek dan Minat berpengaruh secara parsial terhadap variabel terikat Minat Produk. Tingkat signifikansi yang dimanfaatkan pada penelitian ini yakni sebesar 5% atau 0,05. Untuk mengetahui hasil dari uji ini diperlukan nilai t_{tabel} lalu dibandingkan dengan t_{hitung} dari perhitungan dengan SPSS 22.00 for windows. Dalam penelitian ini nilai pada t_{tabel} untuk responden sebanyak 100 orang yaitu sebesar 1,984.

Tabel 4.4 Hasil Uji T (Parsial)

Model	Unstandardized Coefficients		Beta	t	Sig.
	B	Std.Error			
1 Constant)	4.276	1.208		3.540	.001
Kesadaran_Merek	.369	.066	.440	5.596	.000
Minat	.361	.068	.415	5.273	.000

a. Dependent Variable: Produk Syariah

V.KESIMPULAN

Hasil dari reset ini dapat diambil kesimpulan yang diambil dari penelitian pengaruh Kesadaran Merek dan Minat akan Minat Produk pada PT. Bank. Sumut Syariah Cabang Sibolga adalah :

1. Variabel bebas (X_1) Kesadaran Merek mempunyai nilai t_{hitung} sebesar 5,596 dan nilai $Sig. < 0,000$. Nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $5.596 > 1,984$ dan nilai $Sig. < 0,05$ yaitu $0,000 < 0,05$. Hasil peneliti ini menunjukkan bahwa ditemukan pengaruh

- yang Relevan antara variabel X_1 yaitu Kesadaran Merek akan Minat Produk pada PT. Bank. Sumut Syariah Cabang Sibolga.
2. Variabel bebas (X_2) Minat memiliki nilai t_{hitung} sebesar 5,273 dan nilai $Sig.$ 0,000. Nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $5,273 > 1,984$ dan nilai $Sig. < 0,05$ yaitu $0,000 < 0,05$. Dari hasil penelitian ini memperlihatkan bahwa terdapat pengaruh signifikan secara parsial antara variabel X_2 yaitu Minat akan Minat Produk pada PT. Bank. Sumut Syariah Cabang Sibolga
- DAFTAR PUSTAKA**
- A.B Susanto, dkk. 2000. *Manajemen Pemasaran di Indonesia*. Jakarta: Salemba Empat.
- Andespa, Roni. 2017. *Faktor Faktor Yang dapat Mempengaruhi Minat Nasabah Dalam Menabung Di Bank Syariah*. Jakarta: PT.Grasindo
- Ghozali, Imam. 2005. *Aplikasi penganalisis Multivariate dengan SPSS*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Hermawan, Asep. 2005. *Penelitian Bisnis Metode Kuantitatif*. Jakarta: PT. Grasindo
- Putro, Eko. 2005. *Teknik Penyusunan Instrumen Penelitian*. Yogyakarta: PustakaPelajar.
- Sugiyono. 2008. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2012. *Statistik Untuk Pendidikan*. Bandung: Alfabeta.
- Sulchan Yasin. 1997. *Kamus Lengkap Bahasa Indonesia*. Surabaya.
- Kaharuddin, H. 2017. REGULATIONS AND FUTURE OF SHARIAH BANKING SYSTEM IN INDONESIA. *Asian journal of management sciences & education*, 6(3), 105-112.