

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT PETANI DALAM
MENGUNAKAN PEMBIAYAAN AS-SALAM PADA PERBANKAN SYARIAH
(Studi Kasus pada Petani di Desa Bangunjiwo, Kecamatan Kasihan, Kabupaten
Bantul)**

Rista Suryadi

Program Studi Ekonomi Pembangunan, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas
Muhammadiyah Yogyakarta Jl. Brawijaya (Lingkar Selatan), Tamantirto, Kasihan, Bantul,
Daerah Istimewa Yogyakarta 55183
Email: ristasurya97@gmail.com

INTISARI

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi minat petani dalam menggunakan pembiayaan *as-salam* pada perbankan syariah. Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kualitatif dan kuantitatif. Jenis data yang digunakan adalah data primer yang berupa kuesioner dan wawancara kepada para petani di Desa Bangunjiwo, Kasihan, Bantul serta data sekunder berupa hasil kuesioner yang digunakan untuk menguji hipotesis. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah variabel pengetahuan, promosi, lokasi dan minat. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini berjumlah 92 responden. Berdasarkan hasil penelitian, diperoleh hasil bahwa variabel pengetahuan, promosi dan lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat petani dalam menggunakan pembiayaan *as-salam* pada perbankan syariah. Hal ini dikarenakan petani di Desa Bangunjiwo, Kasihan, Bantul tidak memiliki pengetahuan mengenai perbankan syariah dan pembiayaan *as-salam*, para petani tidak pernah mendapatkan sosialisasi maupun promosi dari perbankan syariah mengenai pembiayaan *as-salam*, serta jarak rumah tinggal dengan kantor perbankan syariah yang sangat jauh dan sulit untuk dijangkau.

Kata Kunci : Perbankan Syariah, Petani, Pengetahuan, Promosi, Lokasi, Minat, As-Salam.

ABSTRACT

This research aims to discuss determinant of farmers interest in using *as-salam* financing on sharia banking. This is a quantitative and qualitative descriptive research. The primary data sources of the research were questionnaires and interview obtained from the farmers in Bangunjiwo village, Kasihan, Bantul, meanwhile, the secondary data were in the form of questionnaires result used to test the hypothesis. The variables in this research is knowledge, promotion, location and interest. The sample of the research was 92 respondents. The results of this research show that the variables of knowledge, promotion, and location significantly and positively influence the farmers interest in using *as-salam* financing of sharia banking. This happens because the farmers in Bangunjiwo village, Kasihan, Bantul have no sufficient knowledge about sharia banking and *as-salam* financing. They have never received any socialization or promotion from sharia banks. In addition, the distance of their house to the office of sharia banks is very far and difficult to reach.

Keywords: Sharia Banking, Farmers, Knowledge, Promotion, Location, Interest, As-Salam.

PENDAHULUAN

Perbankan syariah adalah bentuk dari aplikasi ekonomi islam, yang mana dalam menjalankan kegiatan usaha ekonominya harus berdasarkan prinsip-prinsip syariah. Adapun tujuan ekonomi islam adalah untuk menciptakan keadilan ekonomi ataupun sosial sehingga kesejahteraan masyarakat dapat tercapai. Definisi keadilan menurut Islam yaitu tidak menzalimi dan tidak pula dizalimi (Karim, 2011). Semua yang dilakukan dalam ekonomi Islam harus berdasarkan rasa suka sama suka antara pelaku ekonomi. Implementasi keadilan ini melarang adanya riba (unsur bunga), *gharar* (ketidakpastian), *maisir* (perjudian) dan kezaliman (Wiroso, 2011).

Menurut Undang-undang Perbankan Syariah Indonesia No. 21 Tahun 2008, perbankan syariah merupakan bank yang dalam menjalankan kegiatan usaha ekonominya berlandaskan prinsip syariah yang terdiri dari Bank Umum Syariah, Unit Usaha Syariah dan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah. Secara umum, perbankan syariah memiliki beberapa kesamaan dengan bank konvensional, salah satunya yaitu merupakan lembaga keuangan yang memiliki tugas untuk menghimpun dana dan menyalurkannya kembali kepada masyarakat. Namun di dalam praktiknya, terdapat perbedaan landasan antara perbankan syariah dengan perbankan konvensional. Perbankan konvensional cenderung berorientasi terhadap profit melalui adanya suku bunga, sedangkan perbankan syariah lebih berorientasi pada *falah* (kebaikan) dan menerapkan prinsip *profit and loss sharing* (pembagian untung dan rugi dari pendapatan yang diterima atas hasil usaha) yang bebas dari bunga di setiap produk lembaga keuangannya.

Berdasarkan prinsip dan karakteristik transaksi syariah, maka ada beberapa produk dari perbankan syariah yang berlandaskan hukum islam, adapun produk tersebut adalah *mudharabah*, *murabahah*, *musyarakah*, *wadi'ah*, *ijarah*, *istishna'*, *qardh* dan *as-salam* (Ascarya, 2006).

Saat ini perbankan syariah juga sedang mengalami perkembangan yang fluktuatif, perkembangan jumlah kantor pada BUS (Bank Umum Syariah) meningkat dari 1745 unit pada tahun 2012 sampai tahun 2014 yang mencapai angka 2139 unit kemudian menurun menjadi 1824 unit pada tahun 2018, sama halnya dengan UUS (Unit Usaha Syariah) yang juga menurun dari 517 unit pada tahun 2012 menjadi 346 unit di tahun 2018. Namun perkembangan jumlah kantor pada BPRS (Bank Pembiayaan Rakyat Syariah) cenderung meningkat, dimana pada tahun 2012 sebesar 401 unit menjadi 446 unit pada tahun 2018 (Otoritas Jasa Keuangan, 2018).

Perkembangan fisik perbankan syariah yang fluktuatif ini tidak lantas membuat pembiayaan yang disediakan perbankan syariah juga ikut menurun. Seiring waktu berjalan, dengan semakin berkembangnya perbankan syariah, tingkat penyaluran pembiayaan justru semakin meningkat. Namun dari sekian produk perbankan syariah yang ada, hanya produk pembiayaan *as-salam* yang memiliki proporsi pembiayaan paling kecil.

Tabel 1
Komposisi Pembiayaan yang Diberikan Bank Umum Syariah dan Unit Usaha Syariah
(Dalam Miliar Rupiah)

Akad	Tahun				
	2012	2013	2014	2015	2016
Mudharabah	12.023	13.625	13.802	14.906	14.577
Musarakah	18.960	39.874	42.830	54.033	66.680
Murabahah	56.365	110.565	112.228	117.777	125.478
Akad Salam	0	0	0	0	0
Akad Istishna'	376	582	588	678	821
Akad Ijarah	7.345	10.481	10.319	11.561	18.248
Akad Qardh	12.090	8.995	8.057	4.938	3.774
Total	107.159	184.122	187.824	203.893	229.578

Sumber : Otoritas Jasa Keuangan, 2016

Berdasarkan data pada tabel 1, terlihat jelas bahwa komposisi pembiayaan yang diberikan oleh perbankan syariah dari tahun ke tahun selalu mengalami kenaikan yang cukup signifikan. Komposisi pembiayaan akad *as-salam* yang diberikan oleh Bank Umum Syariah dan Unit Usaha Syariah dari tahun 2012 sampai 2016 nilainya Rp 0. Padahal pada tahun

2012, total penyaluran pembiayaan yang dilakukan oleh BUS dan UUS sebesar 107,1 Triliun Rupiah dan pada tahun 2016 sebesar 229,5 Triliun Rupiah. Sedangkan, jika dilihat pada tabel 1, dari tahun 2012 sampai dengan Januari 2018, akad *murabahah* memiliki komposisi pembiayaan yang paling besar dibandingkan akad yang lainnya.

Pembiayaan *as-salam* itu sendiri merupakan akad jual beli barang pesanan (*muslam fiih*) antara penjual (*muslam illaihi*) dan pembeli (*al muslam*) dengan pembayaran pada saat akad telah disepakati dan sesuai dengan syarat yang berlaku, kemudian barang tersebut di kirim kemudian hari oleh penjual. Pembiayaan *as-salam* pada perbankan syariah lebih diutamakan untuk pembiayaan sektor pertanian (PAPSI, 2003).

Tidak adanya komposisi pembiayaan *as-salam* pada BUS dan UUS, membuktikan bahwa akad *as-salam* sebenarnya ada secara teoritis, namun dalam praktiknya masih belum optimal. Padahal melalui akad *as-salam*, petani akan mendapatkan dana di muka untuk membeli bibit, pupuk dan membayar pekerja serta kebutuhan lain yang diperlukan untuk menumbuhkan hasil pertanian. Selain itu, juga dapat membantu para petani yang mengalami kesulitan akses permodalan untuk mengelola pertaniannya, sehingga melalui akad *as-salam* ini sesungguhnya dapat mengatasi dan mengurangi salah satu penyebab kemiskinan di Indonesia (Faosiy dan Ahmed, 2015).

Indonesia sebagai Negara yang memiliki sumber daya alam yang melimpah dan terletak di garis khatulistiwa, menjadikan Indonesia memiliki potensi sektor pertanian yang sangat baik sehingga memiliki peranan strategis dalam pembangunan perekonomian nasional. Kontribusi sektor pertanian terhadap PDB (Produk Domestik Bruto) Triwulan II 2018 meningkat sebesar 9,93 persen dan merupakan yang tertinggi dibandingkan sektor lain seperti jasa perusahaan yang hanya 3,37 persen dan jasa lainnya 3,30 persen (BPS, 2018).

Seperti Indonesia secara umum, Kabupaten Bantul juga memiliki potensi pertanian yang besar. Pada tahun 2017 dengan 50.058 hektar luas Kabupaten Bantul, 55 persen atau

27.876 hektar diantaranya adalah lahan pertanian. Pada tahun 2016, Kabupaten Bantul mampu memproduksi tanaman padi sawah sebesar 182.980 ton dengan rata-rata produksi 61 kwintal/hektar (BPS Bantul, 2018).

Berdasarkan luas lahan pertanian Kabupaten Bantul tersebut, banyak Kecamatan yang ketersediaan lahan pertaniannya semakin berkurang dan menyempit seiring dengan perkembangan dan pertumbuhan tata wilayah yang berupa pemukiman penduduk dan fasilitas umum. Selain itu, lahan berkurang juga disebabkan oleh beberapa petani yang menjual lahan pertaniannya untuk pembangunan karena kesulitan dalam pendanaan produksi pertanian, salah satu contohnya adalah Kecamatan Kasihan. Dalam Kecamatan Kasihan, terdapat Desa Bangunjiwo yang luas lahan pertaniannya hanya tinggal 191,62 hektar dari luas wilayah Desa Bangunjiwo sebesar 1.543,43 hektar. Hal ini membuat Desa Bangunjiwo masuk kedalam kriteria desa rawan pangan (Demapan, 2015).

Berdasarkan penelitian terdahulu yang sudah dipaparkan diatas, maka secara garis besar peneliti mendapatkan empat faktor yang mempengaruhi pembiayaan *as-salam* pada perbankan syariah. Faktor yang pertama adalah tingkat pengetahuan petani mengenai produk perbankan syariah khususnya akad *as-salam*, karena tingkat pengetahuan petani yang rendah tentang perbankan syariah akan sangat mempengaruhi minat petani dalam menggunakan produk dari perbankan syariah. Faktor yang kedua ialah tingkat promosi atau sosialisasi produk perbankan syariah kepada masyarakat. Promosi menjadi hal yang sangat krusial dan sangat mempengaruhi perkembangan produk pembiayaan yang ada dalam perbankan syariah, khususnya akad *as-salam* dimana masih banyak masyarakat yang merasa asing dengan perbankan syariah dan nama-nama produk pembiayaan dalam perbankan syariah. Maka sejatinya promosi merupakan hal yang paling utama harus diperhatikan oleh perbankan syariah. Faktor ketiga adalah lokasi, lokasi yang jauh serta jaringan kantor perbankan yang sedikit juga mempengaruhi petani dalam menggunakan produk pembiayaan perbankan

syariah khususnya akad *as-salam*, karena biasanya kantor perbankan syariah hanya ada di Kabupaten sehingga memerlukan biaya akomodasi yang tidak sedikit untuk mengaksesnya. Faktor yang keempat adalah faktor minat para petani dalam menggunakan produk perbankan syariah. Minat merupakan hal yang timbul dalam diri petani karena tertarik pada suatu hal atau menjadi sumber motivasi yang mendorong petani untuk menggunakan produk dalam perbankan syariah yang dirasa berguna dan bermanfaat untuk kebutuhan hidupnya.

Adapun tujuan dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana pengaruh variabel pengetahuan, variabel promosi, dan variabel lokasi terhadap minat petani dalam menggunakan pembiayaan *as-salam* pada perbankan syariah. Peneliti akan menjadikan petani di Desa Bangunjiwo, Kasihan, Bantul sebagai objek penelitian karena mayoritas penduduknya bekerja sebagai petani dan memiliki lahan sawah yang cukup luas.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini merupakan penelitian eksploratif dengan menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif dan kuantitatif. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder yang berupa kuesioner dan wawancara. Objek dalam penelitian ini adalah Desa Bangunjiwo, Kasihan, Bantul. Subjek dari penelitian ini adalah masyarakat yang berprofesi sebagai petani. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling* atau mengambil sampel berdasarkan tujuan tertentu untuk menggali informasi berdasarkan fenomena yang terjadi di lapangan.

Adapun dalam menentukan jumlah sampel, peneliti menggunakan metode *Taro Yamane* (Yamane, 1967) untuk menghitung jumlah sampel yang diperlukan. Berdasarkan jumlah populasi petani di Desa Bangunjiwo, maka diperoleh jumlah sampel yang akan digunakan sebagai responden oleh peneliti yang dihitung menggunakan metode *Taro Yamane* dengan tingkat signifikansi 90% adalah 92 responden.

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

1. Uji Validitas

Uji validitas dan reliabilitas dilakukan untuk memastikan bahwa informasi yang diperoleh melalui penyebaran kuesioner yang dilakukan oleh peneliti merupakan informasi yang akurat (Basuki dan Prawoto, 2016). Melalui uji validitas, dapat digunakan untuk melihat ketepatan dan kecermatan instrumen penelitian dalam fungsinya yaitu mengukur item-item pertanyaan yang dibuat oleh peneliti.

Berdasarkan hasil uji validitas yang telah dilakukan, didapatkan data bahwa nilai korelasi antar variabel dengan nilai totalnya lebih dari 0,25 atau diatas 0,05 sehingga seluruh butir pertanyaan variabel pada kuesioner dapat dikatakan valid, sehingga dapat digunakan untuk analisis selanjutnya.

2. Uji Reliabilitas

Pengujian selanjutnya adalah uji reliabilitas. Melalui uji reliabilitas ini, instrumen penelitian dapat dikatakan reliabel apabila digunakan untuk mengukur obyek yang sama sehingga menghasilkan data yang sama pula. Uji reliabilitas ini menggunakan *Alpha Cronbach* sebagai tolok ukurnya.

Berdasarkan hasil uji reliabilitas ini, nilai *Alpha Cronbach* setiap variabel diatas 0,70. Hal ini berarti instrumen penelitian yang digunakan dalam penelitian ini tidak menimbulkan anti ganda dan data yang dihasilkan konsisten, sehingga dapat dikatakan bahwa item variabel pengetahuan, promosi, lokasi dan minat ini memiliki reliabilitas tinggi (Basuki dan Prawoto, 2016).

3. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Terdapat banyak cara pengujian yang dapat dilakukan untuk menguji apakah model regresi, variabel bebas dan variabel terikat memiliki nilai residual yang berdistribusi normal atau tidak. Uji normalitas dalam penelitian ini menggunakan fungsi distributif kumulatif dengan menggunakan *Kolmogorov-Smirnov*. Model dapat dikatakan berdistribusi normal ketika $K \text{ hitung} < K \text{ tabel}$ atau nilai signifikansi $>$ nilai *alpha* (Suliyanto, 2011). Berdasarkan hasil pengujian normalitas dalam penelitian ini, nilai signifikansinya adalah 0,301 atau lebih besar dari 0,05. Dari hasil uji normalitas tersebut, dapat dikatakan bahwa penelitian ini berdistribusi normal.

b. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk melihat apakah pengambilan sampel sudah dilakukan pada populasi yang tepat atau dengan kata lain apakah terdapat ketidaksamaan varian dari residual satu pengamatan ke residual satu pengamatan yang lainnya (Basuki dan Prawoto, 2016). Model penelitian ini dikatakan tidak mengandung penyakit heteroskedastisitas ketika nilai signifikansinya lebih besar dari nilai *alpha*. Berdasarkan hasil uji heteroskedastisitas, nilai signifikansi variabel pengetahuan adalah sebesar 0,445, nilai signifikansi variabel promosi sebesar 0,344 dan nilai signifikansi variabel lokasi adalah sebesar 0,457. Berdasarkan nilai signifikansi hasil uji heteroskedastisitas tersebut, dapat dikatakan bahwa model tidak mengandung penyakit heteroskedastisitas karena semua nilai signifikansinya lebih besar dari pada *alpha* (0,05).

c. Uji Multikolinearitas

Fungsi uji multikolinearitas adalah digunakan untuk melihat ada atau tidaknya korelasi antar variabel. Keberadaan penyakit multikolinearitas dalam suatu regresi akan mengganggu hasil dari regresi penelitian itu sendiri, sehingga parameter yang

dihasilkan tidak efektif sehingga menimbulkan kesalahan. Dalam model penelitian ini, peneliti akan menggunakan nilai *Tolerance* dan *Variance Inflation Factor* (VIF). Model regresi ini dapat dikatakan bebas dari penyakit multikolinearitas ketika nilai VIF kurang dari 10 dan dikuatkan dengan nilai *Tolerance* lebih dari 0,01 (Suliyanto, 2011).

Berdasarkan hasil uji multikolinearitas didapatkan data bahwa variabel pengetahuan, promosi dan lokasi memiliki nilai *Tolerance* diatas 0,01 dan nilai VIF kurang dari 10, sehingga dapat dikatakan bahwa variabel pengetahuan, promosi dan lokasi bebas dari penyakit multikolinearitas.

4. Uji Hipotesis dan Analisis Data

a. Uji-F (Simultan)

Uji hipotesis secara simultan ini digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel pengetahuan, promosi dan lokasi terhadap kurangnya minat petani dalam menggunakan pembiayaan *as-salam* pada perbankan syariah dengan melihat nilai F-hitungunya.

Tabel 2
Hasil Uji Hipotesis secara Simultan

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	166,087	3	55,362	201,177	,000
Residual	24,217	88			
Total	190,304	91	275		

Sumber : Hasil olah data SPSS

Berdasarkan hasil uji hipotesis secara simultan, diperoleh hasil bahwa nilai signifikansi dari variabel bebas adalah 0,000 atau $< 0,05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel pengetahuan, promosi dan lokasi secara simultan berpengaruh signifikan terhadap variabel minat.

b. Uji-t (Parsial)

Uji hipotesis secara parsial ini dilakukan untuk melihat pengaruh dari variabel pengetahuan, promosi dan lokasi terhadap variabel minat. Berdasarkan hasil uji-t dengan menggunakan SPSS, didapatkan hasil sebagai berikut:

Tabel 3
Hasil Uji Hipotesis secara Parsial

Variabel	Unstandardized Coefficients B	Standardized Coefficients	Significance
Pengetahuan	0,837	0,424	0,000
Promosi	0,891	0,496	0,000
Lokasi	0,876	0,928	0,000

Sumber : Hasil olah data SPSS

Berdasarkan hasil uji-t diatas, dapat disimpulkan bahwa variabel pengetahuan, promosi dan lokasi berpengaruh signifikan terhadap minat. Selanjutnya dapat pula diketahui hasil persamaan regresi linier berganda dari model penelitian yang diuji sebagai berikut :

$$Y = 0,424 X_1 + 0,496 X_2 + 0,928 X_3$$

$$\text{Minat} = 0,424 \text{ pengetahuan} + 0,496 \text{ promosi} + 0,928 \text{ lokasi}$$

Adapun hipotesis yang digunakan adalah :

1) Pengetahuan

H₀: Pengetahuan tidak mempengaruhi minat secara signifikan.

H₁: Pengetahuan mempengaruhi minat secara signifikan.

Berdasarkan hasil uji-t, variabel pengetahuan nilai signifikansinya 0,000 dan nilai *Unstandardized Coefficients B* adalah 0,837. Dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa variabel pengetahuan berpengaruh secara signifikan terhadap minat, dan variabel pengetahuan mempengaruhi minat sebesar 0,837, sehingga H₀ ditolak dan H₁ diterima. Karena nilai tersebut positif, ketika semakin tinggi pengetahuan petani mengenai pembiayaan *as-salam* maka akan

semakin tinggi pula minat petani dalam menggunakan akad *as-salam* pada perbankan syariah. Artinya, jika pengetahuan naik sebesar 1.000 satuan, maka minat petani dalam menggunakan akad *as-salam* akan naik sebesar 837 satuan. Jadi, dapat disimpulkan bahwa pengetahuan petani mengenai pembiayaan akad *as-salam* akan sangat mempengaruhi minat petani dalam menggunakan pembiayaan akad *as-salam* yang ada pada perbankan syariah.

2) Promosi

H0: Promosi tidak mempengaruhi minat secara signifikan.

H1: Promosi mempengaruhi minat secara signifikan.

Berdasarkan hasil uji-t, variabel promosi nilai signifikansinya 0,000 dan nilai *Unstandardized Coefficients B* adalah 0,891. Dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa variabel promosi berpengaruh secara signifikan terhadap minat, dan variabel promosi mempengaruhi minat sebesar 0,891, sehingga H0 ditolak dan H1 diterima. Karena nilai tersebut positif, ketika semakin tinggi tingkat promosi maka akan semakin tinggi pula minat petani dalam menggunakan akad *as-salam* pada perbankan syariah. Artinya, jika promosi naik sebesar 1.000 satuan, maka minat petani dalam menggunakan akad *as-salam* akan naik sebesar 891 satuan. Jadi, dapat disimpulkan bahwa promosi perbankan syariah mengenai pembiayaan akad *as-salam* akan sangat mempengaruhi minat petani dalam menggunakan pembiayaan akad *as-salam* yang ada pada perbankan syariah.

3) Lokasi

H0: Lokasi tidak mempengaruhi minat secara signifikan.

H1: Lokasi mempengaruhi minat secara signifikan.

Berdasarkan hasil uji-t, variabel lokasi nilai signifikansinya 0,000 dan nilai *Unstandardized Coefficients B* adalah 0,876. Dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa variabel lokasi berpengaruh secara signifikan terhadap minat, dan variabel lokasi mempengaruhi minat sebesar 0,876 sehingga H0 ditolak dan H1 diterima. Karena nilai tersebut positif, ketika semakin dekat lokasi kantor perbankan syariah dari rumah petani, maka akan semakin tinggi pula minat petani dalam menggunakan akad *as-salam* pada perbankan syariah. Artinya, jika jarak lokasi semakin dekat dan dikuantitatifkan menjadi sebesar 1.000 satuan, maka minat petani dalam menggunakan akad *as-salam* akan naik sebesar 876 satuan. Jadi, dapat disimpulkan bahwa lokasi atau jaringan kantor perbankan syariah yang semakin dekat dengan lokasi rumah petani, maka akan sangat mempengaruhi minat petani dalam menggunakan pembiayaan akad *as-salam* yang ada pada perbankan syariah, sehingga proporsi pembiayaan akad *as-salam* semakin meningkat.

c. Uji R-square (Koefisien Determinasi)

Pengujian R-square atau biasa disebut koefisien determinasi yang mana digunakan untuk melihat seberapa besar pengaruh dari seluruh variabel independen yaitu meliputi variabel pengetahuan, promosi dan lokasi terhadap variabel dependen yaitu kurangnya minat masyarakat menggunakan pembiayaan *as-salam* pada perbankan syariah.

Tabel 4
Hasil Uji R-square (Koefisien Determinasi)

R	R Square	Adjusted R Square
0,934	0,873	0,868

Sumber : Hasil olah data SPSS

Berdasarkan hasil pengujian R-square atau koefisien determinasi di atas, karena model pengujian ini merupakan regresi linier berganda, maka dapat diketahui bahwa nilai *Adjusted R Square* adalah 0,868. Dengan nilai *Adjusted R Square* 0,868, artinya variabel independen (variabel pengetahuan, promosi dan lokasi) dapat menjelaskan variabel dependen (minat petani menggunakan pembiayaan *as-salam* pada perbankan syariah) sebesar 86,8 persen, sedangkan 13,2 persen sisanya dijelaskan oleh variabel lain yang tidak terdapat didalam model.

B. Pembahasan

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh faktor pengetahuan, promosi dan lokasi terhadap minat petani dalam menggunakan pembiayaan *as-salam* pada perbankan syariah. Adapun pembahasan dari hasil penelitian yang sudah dilakukan oleh peneliti adalah sebagai berikut :

1. Pengetahuan

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor pengetahuan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat petani dalam menggunakan pembiayaan *as-salam* pada perbankan syariah. Hasil penelitian ini sesuai dengan hipotesis yang menyatakan bahwa pengetahuan berpengaruh signifikan terhadap minat petani dalam menggunakan pembiayaan *as-salam* pada perbankan syariah. Pengetahuan itu sendiri merupakan semua informasi yang dimiliki oleh petani khususnya mengenai perbankan syariah beserta produk-produk pembiayaan perbankan syariah. Berdasarkan hasil penelitian pada kuesioner, menunjukkan bahwa pengetahuan petani mengenai perbankan syariah dan pembiayaan *as-salam* masih sangat kurang.

Selain itu juga, peneliti melakukan wawancara mengenai mekanisme dan konsep perbankan syariah beserta pengalaman mereka dalam mengakses perbankan

syariah. Dari hasil wawancara tersebut, didapatkan kesimpulan bahwa mereka tidak mengetahui sama sekali mengenai perbankan syariah serta pembiayaan *as-salam*. Berdasarkan paparan Sudaryanto selaku Ketua Kelompok Tani Mulyo, para petani juga tidak mengerti mengenai produk-produk yang ditawarkan oleh perbankan syariah, sehingga mereka lebih memilih menggunakan modal pribadi yang mereka miliki (Wawancara Petani, 26 November 2018).

Kendala yang mereka hadapi adalah ketika mereka tidak memiliki cadangan uang dan memiliki kebutuhan yang sangat mendesak, terpaksa mereka meminjam kepada keluarga atau kerabat terdekat untuk mengelola lahan pertanian mereka. Hal tersebut dilakukan karena petani takut untuk berurusan atau meminjam pada pihak perbankan, karena ketika mereka mengalami gagal panen, mereka takut tidak dapat mengembalikan pinjaman yang mereka ajukan. Maka dari itu, mayoritas petani di Desa Bangunjiwo, Kasihan, Bantul lebih memilih menggunakan modal sendiri karena mereka merasa lebih aman dan tidak merasa memiliki tanggungan hutang (Sudaryanto, Wawancara Petani, 26 November 2018). Menurut penelitian yang dilakukan oleh Asaad (2011) sebenarnya melalui pembiayaan *as-salam* dapat menyelesaikan permasalahan kesulitan permodalan yang dialami oleh petani, namun ketika pengetahuan mengenai pembiayaan *as-salam* minim maka tidak akan menyelesaikan permasalahan yang terjadi.

Sejatinya, pengambilan keputusan konsumen untuk menggunakan jasa atau produk selalu diawali dengan informasi yang dimiliki oleh konsumen mengenai jasa atau produk tersebut. Namun fakta dilapangan, informasi mengenai perbankan syariah beserta produk-produk pembiayaannya masih sangat minim. Hal ini merupakan salah satu faktor yang menjadi permasalahan, padahal perkembangan teknologi dan

informasi sudah sangat canggih namun masih saja susah dan jarang untuk menemukan informasi tentang perbankan syariah.

Teknologi informasi yang canggih ini semestinya dapat dijadikan peluang untuk mengedukasi masyarakat khususnya petani di Indonesia mengenai perbankan syariah dan produk pembiayaan seperti *as-salam* yang cocok untuk usaha sektor pertanian. Maka dari itu, diperlukan dukungan serta campur tangan pemerintah untuk membantu perbankan syariah dalam memberikan sosialisasi dan edukasi kepada petani mengenai perbankan syariah, mekanisme dan konsep serta produk-produk pembiayaan syariah agar minat petani dalam menggunakan produk pembiayaan syariah khususnya *as-salam* meningkat. Hal berikut senada dengan hasil penelitian Hakimi dan Rizki (2015) yang mencoba mengungkap bahwa pembiayaan *as-salam* merupakan produk perbankan syariah yang fleksibel bagi sektor pertanian, sehingga harus dimaksimalkan penggunaan pembiayaannya.

2. Promosi

Hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat petani dalam menggunakan pembiayaan *as-salam* pada perbankan syariah. Hasil penelitian ini sesuai dengan hipotesis yang menyatakan bahwa promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat petani dalam menggunakan pembiayaan *as-salam* pada perbankan syariah.

Perbankan syariah yang memiliki produk pembiayaan yang unggul serta memiliki manfaat yang besar, promosi merupakan strategi utama dan paling penting untuk kemajuan dari perbankan syariah itu sendiri. Dalam promosi, juga harus diperhatikan kualitas dari produk pembiayaan tersebut. Produk pembiayaan yang ditawarkan harus dapat menjawab permasalahan yang dialami oleh nasabah khususnya petani dalam hal pendanaan. Kualitas produk tidak hanya mengenai manfaat namun

juga meliputi skema pembiayaan yang sederhana dan mudah difahami oleh petani, agar tujuan utama promosi dapat tercapai.

Selain itu, dengan pangsa pasar yang mulai terhimpit oleh perbankan konvensional, maka perbankan syariah harus dapat menghadapi tantangan serta ancaman dengan memperkenalkan dan mempromosikan produk-produk pembiayaannya kepada masyarakat luas. Perbankan syariah juga dapat bersinergi dengan pemerintah pusat ataupun daerah untuk membantu sosialisasi, promosi serta edukasi petani agar faham mengenai produk pembiayaan yang ada pada perbankan syariah. Hal ini dikarenakan, berdasarkan hasil wawancara dan kuesioner yang diberikan kepada petani di Desa Bangunjiwo, Kasihan, Bantul menegaskan bahwa pihak perbankan syariah tidak pernah memberikan sosialisasi atau mempromosikan produk pembiayaan syariah yang mereka miliki sehingga banyak petani yang tidak mengerti bahwa ada pembiayaan yang cocok untuk usaha sektor pertanian.

Berdasarkan hasil penelitian yang sudah dilakukan, maka dapat disimpulkan bahwa promosi sangat berpengaruh terhadap minat petani dalam menggunakan pembiayaan *as-salam*, karena strategi mempromosikan suatu produk merupakan misi penting yang harus dilakukan oleh perbankan syariah untuk meningkatkan minat petani dalam menggunakan pembiayaan *as-salam* pada perbankan syariah.

3. Lokasi

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, didapatkan hasil bahwa faktor lokasi berpengaruh terhadap minat petani dalam menggunakan pembiayaan *as-salam* pada perbankan syariah. Hasil penelitian ini sesuai dengan hipotesis yang menyatakan bahwa lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat petani dalam menggunakan pembiayaan *as-salam* pada perbankan syariah.

Menurut Kotler (2002), lokasi merupakan salah satu kunci sukses sebuah usaha. Hal tersebut dikarenakan lokasi memiliki pengaruh terhadap keputusan nasabah atau petani dalam menggunakan pembiayaan *as-salam* pada perbankan syariah. Kebanyakan petani kurang tertarik menggunakan pembiayaan *as-salam* pada perbankan syariah karena lokasi dan jarak kantor perbankan syariah dengan tempat tinggal sangat jauh dan memerlukan biaya akomodasi dan transport yang tidak sedikit untuk menjangkau dan mengakses perbankan syariah.

Menurut Pujo (Wawancara Petani, 27 November 2018) jarak antara rumah petani dengan kantor perbankan syariah yang ada di Kasihan maupun di Bantul itu relatif jauh, kurang lebih di atas 15 Km. Jika para petani menggunakan motor pribadi kurang lebih di atas 30 menit untuk mencapai lokasi kantor perbankan syariah, sedangkan jika menggunakan angkutan umum akan menjadi lebih lama. Selain itu, rumah para petani terletak di ujung Desa Bangunjiwo dan jarang sekali ada angkutan umum yang melintas. Hal tersebut yang membuat para petani kurang minat untuk menggunakan pembiayaan di perbankan syariah khususnya pembiayaan *as-salam*.

Penentuan lokasi kantor perbankan syariah merupakan kebijakan yang sangat penting, karena kantor yang terletak di lokasi yang strategis akan sangat memudahkan nasabah dalam hal urusan dengan perbankan. Seperti halnya dekat dengan pasar, dekat dengan desa, dekat dengan perumahan, dekat dengan perkantoran dan industri. Selain lokasi harus strategis, bangunan kantor tersebut juga harus semaksimal mungkin memberikan kenyamanan kepada nasabah, seperti halnya *layout* ruangan, desain, serta areal parkir yang luas agar nasabah menjadi nyaman.

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti, maka dapat disimpulkan bahwa dalam menentukan lokasi kantor harus sangat diperhatikan oleh perbankan syariah karena akan berdampak pada perkembangan dan kemajuan

perbankan syariah itu sendiri. Selain itu juga, faktor lokasi akan meningkatkan minat petani untuk menggunakan pembiayaan *as-salam* pada perbankan syariah.

Setelah penelitian ini selesai dilakukan, didapatkan kesimpulan bahwa faktor pengetahuan, promosi dan lokasi benar mempengaruhi secara signifikan minat petani dalam menggunakan pembiayaan *as-salam* pada perbankan syariah. Perbankan syariah harus melebarkan sayapnya dan memperluas pangsa pasarnya dengan melakukan sosialisasi, edukasi petani dan promosi kepada petani mengenai pembiayaan *as-salam*. Memperluas jaringan kantor juga harus dilakukan agar sebaran jaringan kantor perbankan syariah semakin banyak sehingga masyarakat yang tinggal di desa juga dapat dengan mudah mengaksesnya karena lokasi kantor perbankan syariah semakin dekat.

Sejatinya, pembiayaan *as-salam* merupakan pembiayaan yang sangat sesuai untuk usaha sektor pertanian dan dapat memutus rantai kemiskinan dikalangan petani. Ketika petani menggunakan pembiayaan *as-salam*, resiko kegagalan akan semakin menurun ketika diiringi dengan peningkatan kualitas sumber daya manusia dari pihak bank yang faham mengenai seluk beluk pertanian, sehingga kualitas dan kuantitas dari hasil pertanian juga akan semakin baik dan meningkat.

Melalui pembiayaan *as-salam* yang diberikan oleh perbankan syariah, sektor pertanian akan semakin sejahtera dan produksi hasil pertanian seperti beras, kedelai, jagung, sayuran, dan lain-lain akan semakin meningkat sehingga dapat mensuplai kebutuhan domestik, bahkan ketika produksi pertanian surplus maka dapat diekspor sehingga dapat meningkatkan pendapatan nasional. Selain meningkatkan pendapatan nasional, melalui pembiayaan *as-salam* akan meningkatkan pendapatan petani sehingga petani akan semakin sejahtera dan Indonesia tidak perlu lagi mengimpor kebutuhan pangan pokok dari luar negeri.

PENUTUP

A. Kesimpulan

1. Variabel pengetahuan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat petani dalam menggunakan pembiayaan *as-salam* pada perbankan syariah. Keputusan petani untuk menggunakan pembiayaan *as-salam* pada perbankan syariah diawali dengan adanya pengetahuan atau informasi yang dimiliki oleh petani mengenai pembiayaan tersebut. Petani di Desa Bangunjiwo, Kasihan, Bantul masih minim pengetahuan tentang pembiayaan *as-salam* pada perbankan syariah sehingga belum menggunakan pembiayaan *as-salam* pada perbankan syariah.
2. Variabel promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat petani dalam menggunakan pembiayaan *as-salam* pada perbankan syariah. Perbankan syariah yang memiliki produk pembiayaan yang unggul serta memiliki manfaat yang besar, promosi merupakan strategi utama dan paling penting untuk kemajuan dari perbankan syariah itu sendiri. Petani di Desa Bangunjiwo, Kasihan, Bantul menegaskan bahwa pihak perbankan syariah tidak pernah memberikan sosialisasi atau mempromosikan pembiayaan *as-salam* sehingga banyak petani yang tidak mengerti bahwa ada pembiayaan syariah yang cocok untuk usaha sektor pertanian.
3. Variabel lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat petani dalam menggunakan pembiayaan *as-salam* pada perbankan syariah. Lokasi kantor perbankan syariah dengan tempat tinggal yang jauh, membuat petani di Desa Bangunjiwo, Kasihan, Bantul kurang tertarik menggunakan pembiayaan *as-salam* pada perbankan syariah karena selain jauh, juga memerlukan biaya akomodasi dan transport yang tidak sedikit untuk menjangkau dan mengakses perbankan syariah.

B. Saran

1. Pemerintah Desa Bangunjiwo

Sebagai *stakeholder* utama, Pemerintah Desa Bangunjiwo seharusnya mampu melihat dan mengkaji lebih dalam permasalahan yang dimiliki oleh para petani. Pemerintah desa diharapkan dapat bersinergi dengan perbankan syariah atau dinas pertanian untuk membantu memberikan sosialisasi ataupun edukasi publik mengenai perbankan syariah, produk-produk pembiayaan syariah serta pembiayaan *as-salam* yang lebih cocok dengan usaha sektor pertanian, agar dapat menyelesaikan permasalahan para petani yang terkait dengan pendanaan sektor pertanian.

2. Perbankan Syariah

Perbankan syariah perlu melakukan sosialisasi dan edukasi publik untuk memberikan pengetahuan kepada petani mengenai perbankan syariah, mengencangkan promosi dan penawaran kepada petani khususnya mengenai pembiayaan *as-salam* dan memperluas jaringan kantor agar jumlah perbankan syariah semakin banyak dan petani mudah untuk mengakses perbankan syariah.

3. Petani/Masyarakat Desa Bangunjiwo

Petani dan masyarakat Desa Bangunjiwo diharapkan meninggalkan sistem *ijon* yang tidak sesuai dengan prinsip Islam dan beralih ke pembiayaan *as-salam* yang sesuai dengan prinsip Islam, agar hasil panen yang didapatkan diberkahi oleh Allah SWT.

DAFTAR PUSTAKA

- Adi, Rizal., dan Rizki, Luxianto, 2013, “Analisis Pembiayaan Syariah Bagi Sektor Pertanian dengan Menggunakan Akad Bai’Salam (Studi Kasus Pada Petani di Kabupaten Bogor)”, *Program Ekstensi Manajemen FEUI*.
- Adnan, M A., dan Revisa, Nery, 2015, “Faktor-faktor yang Mempengaruhi Belum Diaplikasikannya Akad Salam pada Perbankan Syariah (Studi pada 3 BPRS Yogyakarta) dan Kaitannya dengan Pengurangan Tingkat Kemiskinan”, *Proceeding IPIEF*, Chapter 16.
- Amin, Hanudin, 2010, “Determinants of Qardhul Hassan Financing Acceptance Among Malaysian Bank Customers : An Empirical Analysis”, *International Journal of Business and Society*, Vol 11. No 1. Hlm 1-16.
- Asaad, Mhd, 2011, “Peningkatan Peranan Perbankan Syariah untuk Pembiayaan Usaha Pertanian”, *Jurnal Ilmu-ilmu Keislaman*, Universitas Sumatera Utara Medan.
- Ascarya, 2006, *Akad dan Produk Bank Syariah :Konsep dan Praktek di Beberapa Negara*, Bank Indonesia, Jakarta.
- Ashari dan Saptana, 2005, *Prospek Pembiayaan Syariah untuk Sektor Pertanian*, *Pusat Analisis Sosial Ekonomi dan Kebijakan Pertanian*.
- Aziz, M R., and Yusoff, M, M, 2014, “Identifying Risks of Financing for Agro Projects in Islamic Banks”, *International Journal of Technical Research and Applications*.
- Basuki, A T., dan Prawoto, n, 2016, *Analisis Regresi dalam Penelitian Ekonomi dan Bisnis*, Depok: Raja Grafindo Persada.
- BPS Bantul, 2018, *Bantul Dalam Angka*, <http://bantulkab.bps.go.id>, diakses tanggal 1 Oktober 2018 pukul 08.45 WIB.
- BPS, 2018, *Kontribusi Sektor Pertanian Terhadap Produk Domestik Bruto*, www.bps.go.id, diakses tanggal 25 November 2018 pukul 14.00 WIB.
- Buku Saku Perbankan Syariah, 2013, Bank Indonesia, Jakarta.
- Dchieche, A., and Aboulaich, R, 2016, “New Approach to Model Salam Countract for Profit and Loss Sharing”, *International Journal of Applied Engineering Research*, Vol. 11, No. 2.
- Demapan, 2015, *Desa Mandiri Pangan Bangunjiwo*, Bantul, <http://bangunjiwo-bantul.desa.id/index.php/first/artikel/32>, diakses tanggal 2 Oktober 2018 pukul 14.30 WIB.
- Emmang, Gusmail, 2016, “Faktor-faktor yang Berpengaruh terhadap Kurangnya Minat Masyarakat Menabung di Bank Syariah”, *Jurnal Ekonomi Islam*, Universitas Islam Negeri lauddin Makassar.
- Fadhli, Ashabul, 2016, “Tinjauan Hukum Islam Terhadap Penerapan Akad As-Salam dalam Transaksi E-commerce”, *Jurnal Pemikiran Hukum Islam*, Mazahib.

- Faosiy, Ahmad., and Ahmed, Umar, 2015, "Islamic Banking and Finance in Nigeria: Exploration of Opportunities and Challenges", *Journal of Islamic Economics Banking and Finance*, Vol. 11, No. 4.
- Fathurrahman, Ayief, 2010, "Meninjau Ulang Landasan Normatif Perbankan Syariah di Indonesia (Telaah atas Teori Kontruksi Fiqh Klasik)", *Jurnal Al-Mawarid Universitas Islam Indonesia*, Vol. XI, No. 1.
- Fatwa Dewan Syariah Nasional, Nomor 05/DSN-MUI/IV/2000.
- Hakimi, Muhammad., and Rizki, Mohammed, 2015, "Financial Problem among Farmer in Malaysia : Islamic Agricultural Finance as a Possible Solution", *Asian Social Science*, Vol. 11, No. 4.
- Hilmi, A, 2013, "Introducing Salam as an alternative financing tool for paddy field cultivation in Sri Lanka", *Proceedings of the Third International Symposium*, Oluvil: South Eastern University of Sri Lanka, Jilid Satu, Jakarta: PT Prehallindo.
- Kaleem, Ahmad., and Ahmad, Saiman, 2010, "Bai Salam Method for Agriculture Financing in Pakistan", *Journal of Financial Service Marketing*, Vol. 15, No. 3.
- Karim, Adiwarmarman. A, 2011, *Ekonomi Mikro Islam*, Raja Grafindo Persada. Jakarta.
- Kotler, P., and Amstrong, G, 1997, *Dasar-Dasar Pemasaran Edisi Indonesia*.
- Kotler, Philip, 2002, *Manajemen Pemasaran, Edisi Milenium*, Prebalindo: Jakarta.
- Medyawati, Henny., and Yunanto, Muhammad, 2011, "Banking Development, Agriculture and Manufacturing Industry Sector in Economic Growth in Indonesia", *International Journal of Trade, Economics and Finance*.
- Muhammad, 2011, *Manajemen Bank Syariah*, UPP-STIM YKPN, Yogyakarta.
- Muneeza, A., 2013, "The Possibility of Application of Salam in Malaysian Islamic Banking System", *Gombak: Harun M. Hashim Law Centre*.
- Notoadmojo, 2010, *Metodologi Penelitian Kesehatan*, Jakarta : Rineka Cipta.
- Otoritas Jasa Keuangan, 2016, *Statistik Perbankan Syariah*, www.ojk.go.id/id/kanal/syariah/data-dan-statistik/statistik-perbankan-syariah, diakses tanggal 29 September 2018, pukul 09.00 WIB.
- Otoritas Jasa Keuangan, 2018, *Statistik Perbankan Syariah*, www.ojk.go.id/id/kanal/syariah/data-dan-statistik/statistik-perbankan-syariah, diakses tanggal 29 September 2018, pukul 12.50 WIB.
- PAPSI, 2003, *Panduan Akuntansi Perbankan Syariah Indonesia*, Cetakan 1, Jakarta : Ikatan Akuntan Indonesia.
- Pujo, Wawancara Petani, 27 November 2018.
- Qusthoniah, 2016, "Analisis Kritis Akad Salam di Perbankan Syariah", *Jurnal Syari'ah Universitas Islam Indragiri*, Vol. V, No. 1.

- Ridhwan, Muhammad., and Yusoff, Muhammad Mohamad, 2013, “Financing for Agro Projects in Islamic Bank”, *IPCBE*.
- Roziq, A., Hisyamudin, N., dan Purnamawati, I, 2014, “Model pembiayaan salam pada petani singkong dan usaha kecil berbahan singkong di kabupaten Jember”, *Jurnal Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Jember*.
- Sanusi, Anwar, 2011, *Metode Penelitian Bisnis*, Salemba Empat, Jakarta.
- Sudaryanto, Wawancara Petani, 26 November 2018.
- Suliyanto, 2011, *Ekonometrika Terapan-Teori dan Aplikasi dengan SPSS*, Yogyakarta: CV Andi Offset.
- Susila, Ikhwan., dan Fatchurrahman, 2014, “Service Value : Sebuah Variabel Pemediasi Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Minat Beli”, *Emperika*, Vol. 17, No. 1.
- Suyanto., Sugiono, dan Sugiarti, 2002, Analisis Faktor-faktor Pembentukan Persepsi Kualitas Layanan untuk Menciptakan Kepuasan dan Loyalitas”, *Jurnal Bisnis Strategi Universitas Diponegoro*, Vol. 9.
- Tjiptono, Fandy, 2004, *Pemasaran Jasa*, Malang: Bayumedia Publishing.
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 1998 Tentang Perbankan Syariah.
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 21 Tahun 2008 Tentang Perbankan Syariah.
- Wibowo, Edi, 2008, Perencanaan dan Strategi Pembangunan di Indonesia, *Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan*, Vol. 8 No. 1 hal 16-24.
- Widiana dan Annisa, A Asna, 2017, “Menilik Urgensi Penerapan Pembiayaan Akad Salam pada Bidang Pertanian di Lembaga Keuangan Syariah di Indonesia”, *Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah*, Vol. 8 No. 2.
- Wiroso, 2011, *Produk Perbankan Syariah*, Edisi 1, Cetakan 1, LPFE Usakti, Jakarta.
- Yamane, Taro, 1967, *Elementary Sampling Theory*, Englewood Cliffs, New Jersey : Prentice-Hall, Inc.
- Yaya, Rizal., Martawireja, AE., Abdurahim, A, 2009, *Akuntansi Perbankan Syariah : Teori dan Praktik Kontemporer*, Salemba Empat, Jakarta.
- _____, 2015, BP3K, Kasihan, Bantul.