

## **PENGARUH FAKTOR EKONOMI, MODAL SOSIAL, DAN RELIGIUSITAS TERHADAP PENGEMBALIAN PEMBIAYAAN MURABAHAH**

SA'ADAH YULIANA

*Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya, Jalan Palembang-Indralaya,  
Kabupaten Ogan Ilir, Provinsi Sumatera Selatan, Indonesia*

### **ABSTRACT**

*This study aims to prove empirically and analyze the influence of economic factors, Social Capital, and Religiosity against Returns Murabahah the People's Bank Syariah Financing (SRB). The study was conducted using 235 respondents. In collecting the data, this study used a survey method, while the research questionnaire using semantic differential scale. The sampling technique used is a convenient sampling. Exogenous latent variables used in this study are factors Economic, Social Capital, Religiosity, whereas endogenous latent variables namely Returns Murabahah. The results showed that the factors of Economic, Social Capital, and Religiosity positive and significant impact on the Return of Murabahah. Religiosity moderate the influence of economic factors on Financing Returns, which appears as a moderating influence that strengthens the influence of (amplifying effect). Religiosity moderating influence on the Social Capital Financing Returns, but appears as a moderating influence that neutralize or weaken the influence (moderating effect).*

*Keywords: Religiosity, Social Capital, amplifying effect, moderating effect*

---

### **PENDAHULUAN**

Fenomena terjadinya pembiayaan bermasalah pada perbankan syariah sangat mungkin terjadi sebagaimana fenomena terjadinya kredit macet pada bank umum. Apabila hal ini tidak ditangani secara sungguh-sungguh, maka akan membawa dampak yang dapat merugikan, baik bagi keberlangsungan institusi keuangan itu sendiri maupun bagi perekonomian secara keseluruhan. Salah satu penyebab terjadinya kredit macet atau pembiayaan bermasalah pada sebuah bank, yaitu adanya *error omission*, yang bermakna bahwa timbulnya kredit macet merupakan akibat dari adanya unsur kesengajaan manusianya untuk melanggar kebijakan dan prosedur yang telah ditetapkan (Wijaya, 2010).

Membahas tentang pembiayaan bermasalah maka perlu untuk mengetahui faktor-faktor yang melatar belakangi terjadinya hal tersebut. Roslan dan Karim (2009) menemukan bahwa gagal bayar pengembalian kredit di Malaysia dipengaruhi oleh tipe bisnis, jumlah pinjaman, dan penghasilan. Kohansal dan Mansoori (2009) dalam penelitiannya menemukan bahwa penghasilan, jumlah pinjaman, nilai jaminan berpengaruh positif terhadap pengembalian pinjaman petani di Iran. Oladeebo (2008) juga menemukan bahwa penghasilan bersih per tahun merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi pengembalian pinjaman (*loan repayment*), sedangkan faktor yang berpengaruh positif dan signifikan adalah jumlah pengembalian, lama usaha dan tingkat pendidikan. Penelitian Sanrego (2010) menemukan bahwa jum-

lah penghasilan sebagai faktor yang mempengaruhi pengembalian pinjaman. Sementara Bhatt dan Tang (2002) menemukan bahwa penghasilan dan jenis usaha merupakan faktor yang mempengaruhi pengembalian kredit mikro, semakin tinggi penghasilan semakin tepat waktu dalam mengembalikan kredit.

Pengembalian pembiayaan merupakan salah satu bentuk perilaku yang berkaitan dengan faktor ekonomi. Sementara itu, Branans-Neuman (2003) menyatakan ada keterkaitan antara perilaku religius dan perilaku ekonomi yang selalu didasarkan pada pilihan yang rasional. Iannaccone (1996) juga menyatakan bahwa dengan mempelajari agama (*religion*) akan membuat seseorang berperilaku ekonomi yang semakin baik karena agama dapat memberikan informasi tentang perilaku 'di luar pasar' atau '*nonmarket*' yang selama ini dilupakan ; juga dapat menunjukkan bagaimana agama mempengaruhi perilaku dan aktivitas ekonomi individu. Hal demikian mengindikasikan bahwa keberagaman (religiusitas) memoderasi pengaruh Faktor Ekonomi terhadap perilaku Pengembalian Pembiayaan.

Pembiayaan bermasalah adalah bagian dari kehidupan bisnis perbankan syariah. Pembiayaan bermasalah yang tercermin dari besarnya NPF (*Non Performing Financing*) secara langsung ataupun tidak langsung berkaitan dengan kondisi hubungan antara nasabah dengan lembaga pembiayaan. Hubungan antara nasabah dengan lembaga pembiayaan (perbankan) tercipta dalam suatu sistem (sosial ekonomi). Adanya hubungan-hubungan, serta perilaku didalam dan diantara seluruh pihak dalam sistem sosial tersebut menggambarkan adanya suatu rangkaian proses hubungan antar manusia yang ditopang oleh jaringan, norma-norma, kepercayaan sosial yang memungkinkan efisiensi dan efektifitas koordinasi dan kerjasama untuk keuntungan bersama, dan inilah yang oleh Cox (1995) dinamakan modal sosial.

Brata (2004) dalam penelitiannya menyimpulkan bahwa modal sosial memiliki pengaruh yang berbeda terhadap jumlah kredit yang akan diperoleh. Adapun variabel modal sosial yang diteliti meliputi kepercayaan (*trust*), norma(*norm*), jaringan (*networks*), dan jumlah kredit.

Di Bangladesh (*Grameen Bank*), Dowla (2005) juga telah membuktikan bahwa modal sosial dapat memberikan hikmah berupa pertumbuhan yang sangat pesat pada keuangan mikro. Bahwa *trust, norms, dan networks* telah merubah hidup secara mendasar pada kebanyakan wanita-wanita miskin melalui kredit yang diterimanya. Selain modal uang, mereka juga punya modal sosial, dan dengan menerapkan modal sosial ini, pengembalian hutang kepada Grameen bank bisa mencapai 99 persen. Adanya rasa saling percaya atau kepercayaan (*trust*), hubungan timbal balik (*relationship*), perilaku individu (*attitudes*), serta jaringan kerja (*network*) merupakan pencerminan adanya modal sosial.

Menjalin hubungan sosial dengan pihak lain, dalam Islam dikenal dengan istilah silaturahmi. Islam mengajarkan bahwa silaturahmi selain dapat memperpanjang umur, juga dapat memperluas rezeki sebagaimana Hadits yang diriwayatkan oleh Imam Bukhari, dari Anas r.a bahwasanya Rasulullah s.a.w. bersabda yang artinya "Barang siapa ingin diluaskan rezekinya dan dipanjangkan umurnya, maka hendaklah ia mempererat silaturahmi" (Nawawi, 2012). Selain mengajarkan umatnya untuk silaturahmi atau menjalin hubungan dengan pihak lain, Islam juga menganjurkan untuk berprasangka baik (*husn al-dzan*) kepada orang lain. Dalam Islam dikenal adanya doktrin fitrah yang menganggap bahwa setiap bayi yang lahir ibarat kertas putih bersih, dengan kata lain manusia pada dasarnya adalah baik. Makna fitrah ini sejalan dengan makna *trust* bahwa orang lain akan memberi respon sebagaimana diharapkan, akan saling mendukung, tidak bermaksud menyakiti sehingga timbul perasaan aman ketika berinteraksi dengan orang lain. Demikian halnya dalam berinteraksi dengan Bank, diperlukan adanya hubungan timbal balik, serta adanya kepercayaan (*trust*) yaitu kepercayaan nasabah kepada pegawai bank sehingga mau mengungkapkan segala kondisi usahanya guna mendapatkan pembiayaan.

Pada sisi lain, dengan nilai-nilai agama yang telah terinternalisasi dalam diri seseorang, maka diharapkan mampu menuntun semua perilakunya, termasuk dalam bersosialisasi

atau berhubungan dengan individu atau pihak lain. Ajaran Islam yang sangat menganjurkan silaturahmi, serta adanya doktrin fitrah yang sejalan dengan makna *trust*, hal ini mengindikasikan bahwa sikap keberagamaan (religiusitas) memoderasi pengaruh Modal Sosial terhadap Pengembalian Pembiayaan.

## TINJAUAN PUSTAKA

Berdasarkan tujuan penggunaannya, produk pembiayaan syariah dibagi dalam empat kategori yaitu Pembiayaan dengan prinsip jual beli ; Pembiayaan dengan prinsip sewa ; Pembiayaan dengan prinsip bagi hasil; Pembiayaan dengan akad pelengkap (Karim, 2004). Makalah ini memfokuskan bahasannya pada pembiayaan yang menggunakan prinsip jual beli yaitu *murabahah*. Landasan hukum akad *murabahah* antara lain yang termuat dalam Al Quran surat Al Baqarah ayat 275.

Dalam teknis perbankan, akad *murabahah* dilakukan dengan cara bank membeli barang yang dipesan oleh dan menjualnya kepada nasabah. Harga jual bank adalah harga beli dari supplier ditambah keuntungan yang disepakati. Bank harus memberi tahu secara jujur harga pokok barang kepada nasabah berikut biaya yang diperlukan (Muhamad, 2009). Transaksi *murabahah* yang demikian melibatkan tiga pihak yaitu *the financier or islamic bank, the vendor or the original seller of the product*, dan *the user of the product requiring the bank to purchase and finance ontheir behalf* (Iqbal & Mirakhor, 2007).

Pembiayaan jika dilihat dari sisi nasabah berhubungan dengan perilaku nasabah sebagai seorang konsumen maupun produsen. Islam mengajarkan umatnya agar menjalani kehidupannya secara benar. Dalam rangka menjalani kehidupannya secara benar, konsumen dan produsen muslim menggunakan kandungan berkah dalam setiap barang dan jasa yang dikonsumsi dan diproduksinya. Berkah hanya dapat diperoleh jika kegiatan / aktivitas tersebut dapat menghasilkan kebaikan, baik untuk diri sendiri maupun orang lain. Berkah akan diperoleh jika barang dan jasa yang dikonsumsi dan diproduksi mendatangkan *mashlahah*, sebaliknyaberkah tidak akan diperoleh jika barang dan jasa yang dikonsumsi dan diproduksi mendatangkan *madharat*. Berdasarkan pertimbangan *mashlahah* dan *madharat* ini maka seorang muslim akan selalu bertindak rasional, dalam arti pengambilan keputusan dari seorang konsumen / produsen senantiasa didasarkan pada *mashlahat* dan *madharat* yang dapat ditimbulkan dari barang dan jasa tersebut (Karim, 2007). *Mashlahah* adalah segala bentuk keadaan baik material maupun non material yang mampu meningkatkan kedudukan manusia sebagai makhluk yang paling mulia (Misanam dkk, 2008), sedangkan *madharat* bermakna sebaliknya.

Analog dengan perilaku konsumen dalam Teori Konsumsi Islam, maka dalam hal perilaku pengembalian pembiayaan, jika nasabah dengan sengaja tidak mengembalikan pembiayaan identik dengan mengkonsumsi barang haram, sedangkan nasabah yang mengembalikan pembiayaan identik dengan mengkonsumsi barang halal. Konsumen meningkatkan *utility*nya dengan terus mengurangi perilaku tidak mengembalikan pembiayaan dan meningkatkan perilakunya mengembalikan pembiayaan, sampai pada titik dimana nasabah tidak dapat lagi melakukannya yaitu pada saat seluruh *income* nya habis digunakan untuk mengembalikan pembiayaan. Hal demikian berlaku tidak saja bagi muslim yang masih hidup, namun juga bagi orang yang (baru) meninggal, Islam mengajarkan untuk menyelesaikan hutangnya terlebih dahulu dengan harta miliknya sebelum membagi warisan.

Sehubungan dengan perilaku konsumen dan produsen sebagaimana dinyatakan di atas, dalam Teori Perilaku yang Terencana (*Theory of Planned Behavior -TPB*) Ajzen (2005) berpendapat bahwa penentu terpenting perilaku seseorang adalah niat atau intensi untuk berperilaku (*intention*). Niat atau intensi berperilaku sebagai indikasi dari kesiapan individu untuk menunjukkan dan menampilkan perilaku tertentu. Semakin kuat niat atau intensi seseorang untuk menampilkan suatu perilaku tertentu, diharapkan semakin berhasil individu tersebut melakukannya. Niat berperilaku dipengaruhi oleh tiga faktor yang mendasar yaitu kondisi

alami seseorang (*personal in nature*), refleksi pengaruh sosial (*reflecting social influence*), dan berkaitan dengan isu kontrol (*dealing with issues of control*).

Kondisi alami seseorang berkaitan dengan sikap perilakunya, refleksi pengaruh sosial berkaitan dengan norma subjektif, dan isu kontrol berkaitan dengan kontrol perilaku yang dipersepsi. Sikap ditentukan oleh keyakinan berperilaku, yaitu keyakinan individu akan akibat dari perilaku tertentu. Konsep ini didasarkan pada keyakinan subjektif bahwa perilaku akan memberikan hasil. Norma subjektif adalah persepsi individu tentang *social normative pressure*, yakni adanya keyakinan atas pendapat orang lain yang relevan (guru, teman, pasangan, pimpinan, dan lainnya) bahwa seseorang sebaiknya atau tidak sebaiknya berperilaku demikian. Kontrol perilaku yang dipersepsi menunjukkan suatu derajat dimana seorang individu merasa bahwa tampil atau tidaknya suatu perilaku yang dimaksud adalah di bawah pengendaliannya. Variabel kontrol perilaku yang dipersepsi dalam TPB berkaitan dengan peluang dan sumber yang dihadapi individu, yang disebut dengan faktor internal dan faktor eksternal. Faktor internal meliputi ketrampilan, kemampuan, informasi, stres, dan lainnya, sedangkan faktor eksternal meliputi situasi dan faktor-faktor lingkungan. Semakin besar individu menguasai peluang dan sumber yang dihadapinya, akan semakin mudah baginya untuk melaksanakan perilaku yang dimaksud. Sehubungan dengan peluang dan sumber yang dihadapi individu dalam mengembalikan pembiayaan adalah Faktor Ekonomi sebagai faktor internal, sedangkan Modal Sosial sebagai faktor eksternal. Indikator dari Faktor Ekonomi meliputi penghasilan, penggunaan penghasilan, jumlah pembiayaan, dan nilai jaminan. Indikator Modal Sosial meliputi kepercayaan (*trust*), hubungan timbal balik, dan jaringan hubungan.

Coleman (1988) menyatakan bahwa modal sosial adalah *inherently functional* (melekat secara fungsional) yakni apa saja yang memungkinkan orang atau institusi bertindak. Modal sosial adalah sesuatu yang memfasilitasi kegiatan individu atau kelompok, yang disebabkan oleh jaringan hubungan (*networks of relationship*), hubungan timbal balik (*reciprocity*), kepercayaan (*trust*), dan norma-norma sosial (*social norms*). Modal sosial merupakan sumberdaya yang netral yang memfasilitasi setiap kegiatan dimana masyarakat bisa menjadi lebih baik dan bergantung pada pemanfaatan modal sosial oleh setiap individu. Modal sosial menurut Adler dan Kwon (2002) dipahami sebagai kemauan baik (*goodwill*) yang ditimbulkan oleh susunan hubungan sosial dan yang dapat dimobilisasi untuk memfasilitasi suatu tindakan. Inti dasar pemikiran modal sosial adalah bahwa hubungan atau jaringan sosial mempunyai nilai. Menurut Bourdieu (1986) modal tidak hanya sekedar alat-alat produksi, tetapi juga memiliki pengertian yang lebih luas dan dapat diklasifikasikan menjadi : (a) modal ekonomi (*economic capital*), (b) modal kultural (*cultural capital*), dan (c) modal sosial (*social capital*).

Religiusitas dalam Islam bukan hanya terjadi ketika seseorang melakukan ibadah ritual saja, melainkan juga ketika melakukan aktivitas lainnya sehari-hari. Manusia dikatakan religius jika mematuhi kaidah kebenaran yang telah ditentukan dan sesuai dengan kaidah agama. Religiusitas dalam Islam merupakan konsep multidimensi yang meliputi keimanan atau kepercayaan dan perilaku yang didasarkan pada pikiran dan perbuatan seseorang. Aspek religiusitas (agama Islam) terdiri dari lima yaitu aspek Iman yang menyangkut keyakinan, aspek Islam yang menyangkut frekuensi dan intensitas pelaksanaan ibadah, aspek Ihsan yang menyangkut pengalaman dan perasaan tentang kehadiran Tuhan, aspek Ilmu yang menyangkut pengetahuan seseorang tentang ajaran agama, serta aspek Amal yang menyangkut tingkah laku dalam kehidupan bermasyarakat (Thontowi, 2009). Semakin tinggi religiusitas seseorang, maka akan timbul kecenderungan untuk menolak hal-hal yang ditentang oleh agama, misalnya adanya itikad tidak baik dalam pengembalian kredit atau pembiayaan.

## **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini membahas pengaruh Faktor Ekonomi, Modal Sosial, dan Religiusitas terhadap Pengembalian Pembiayaan Murabahah. Dalam melihat Pengembalian Pembiayaan digunakan kriteria dari Bank Indonesia tentang penilaian kualitas aktiva produktif.

Lokasi penelitian dipilih propinsi yang dianggap mewakili propinsi dimana terdapat Bank Pembiayaan Rakyat Syariah. Dari 33 propinsi di Indonesia terdapat 21 propinsi yang memiliki jaringan BPRS. Dari 21 propinsi tersebut, selanjutnya diambil 10 persennya (2 propinsi). Penentuan lokasi penelitian dilakukan secara purposive dengan pertimbangan homogenitas.

Teknik pengumpulan data menggunakan metode survey dengan alat pengumpulan data berupa kuesioner. Teknik sampling yang digunakan dalam penelitian ini yaitu convenient sampling, dimana dalam pengumpulan data dari anggota populasi dilakukan terhadap orang-orang yang dengan senang hati bersedia memberikan informasi.

Pendekatan analisis yang digunakan dalam penelitian ini yaitu Structural Equation Modeling (SEM). Variabel yang digunakan dalam penelitian meliputi variabel laten eksogen yaitu Faktor Ekonomi, Modal Sosial, Religiusitas, dan variabel laten endogen yaitu Pengembalian Pembiayaan. Variabel Religiusitas dalam penelitian ini sekaligus berfungsi sebagai variabel moderator.

## HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Faktor Ekonomi, Modal Sosial, Religiusitas, dan Pengembalian Pembiayaan merupakan variabel laten, sehingga dalam melihat pengaruh antara variabel laten independent dan variabel laten dependent digunakan *Structural Equation Modeling (SEM)*. Model Persamaan Struktural yang digunakan dalam hal ini adalah *moderating SEM*. Hasil *output path* pada model *moderating* dapat dinyatakan dalam persamaan sebagai berikut:

$$P = 0,291 E + 0,336 M + 0,383 R + 0,046 ER - 0,009 MR$$

Dengan koefisien determinasi sebesar 0,548 bermakna bahwa secara bersama-sama variasi variabel bebas mampu menjelaskan 54,8 persen terhadap variasi variabel terikat, sisanya sebesar 45,2 persen dijelaskan oleh faktor lain di luar model. Persamaan (1) tersebut selain memberikan informasi tentang besarnya pengaruh atau dampak langsung dari Religiusitas, juga memberikan informasi tentang dampak yang melekat pada interaksi antara Religiusitas dengan variabel-variabel lain. Dengan asumsi *ceteris paribus*, maka besarnya dampak langsung Religiusitas terhadap Pengembalian Pembiayaan adalah 0,383 sedangkan dampak yang melekat pada interaksi antara Religiusitas dengan Faktor Ekonomi (ER) sebesar 0,046 serta dampak yang melekat pada interaksi antara Religiusitas dengan Modal Sosial (MR) sebesar -0,009. Persamaan (1) di atas bermakna bahwa jika variabel M dan R tidak berubah atau *ceteris paribus*, dan jika respon nasabah terhadap Faktor Ekonomi adalah rendah ( $E_{Low}$ ) atau cenderung tidak setuju, maka Pengembalian Pembiayaan juga rendah. Sebaliknya jika respon nasabah terhadap Faktor Ekonomi adalah tinggi ( $E_{High}$ ) maka Pengembalian Pembiayaan juga tinggi. Hal ini mengindikasikan adanya hubungan positif antara Faktor Ekonomi dengan Pengembalian Pembiayaan. Demikian juga kondisi hubungan antara Modal Sosial dengan Pengembalian Pembiayaan, serta hubungan antara Religiusitas dengan Pengembalian Pembiayaan. Dengan demikian dapat dinyatakan bahwa dalam kerangka *Planned Behavior in Islamic Perspective*, pengaruh Faktor Ekonomi terhadap Pengembalian Pembiayaan, pengaruh Modal Sosial terhadap Pengembalian Pembiayaan, serta pengaruh Religiusitas terhadap Pengembalian Pembiayaan adalah positif.

Hasil perhitungan kuantitatif di atas didukung oleh hasil kualitatif dimanasebanyak 40 persen responden memiliki pengeluaran perbulan untuk keperluan individu (rumah tangga)

yang besarnya di atas dua juta rupiah. Secara kualitatif juga menunjukkan bahwa 57,45 persen responden pernah memperoleh pembiayaan dari Bank yang sama sebanyak dua kali atau lebih. Hal ini pada satu sisi menunjukkan adanya kepercayaan (*trust*) serta hubungan timbal balik (*reciprocal relationship*) yang terjadi antara nasabah dan pegawai bank sebagai wujud dari adanya Modal Sosial, sementara pada sisi lain hal ini sekaligus juga mengindikasikan adanya kelancaran dalam Pengembalian Pembiayaan.

Berdasarkan angka-angka pada Tabel 1 maka Persamaan (1) di atas bermakna bahwa jika variabel M tidak berubah atau *ceteris paribus*, dan jika sikap Religiusitas nasabah berada pada tingkat rendah ( $R_{Low}$ ) maka pengaruh Faktor Ekonomi terhadap Pengembalian Pembiayaan (dilihat dari nilai koefisien yang melekat pada E) adalah rendah. Sebaliknya bila sikap Religiusitas nasabah berada pada tingkat tinggi ( $R_{High}$ ), maka pengaruh Faktor Ekonomi terhadap Pengembalian Pembiayaan juga tinggi. Hal ini mengindikasikan bahwa Religiusitas memoderasi pengaruh Faktor Ekonomi terhadap Pengembalian Pembiayaan. Dalam hal ini pengaruh moderasi muncul sebagai pengaruh yang menguatkan atau *amplifying effect*.

**Tabel 1. Pengaruh Variabel Moderator dalam Kerangka  
*Planned Behavior in Islamic Perspective***

Ceteris Paribus	Var Moderator (Religiusitas)	Koefisien Var Interaksi (ER, MR)	Pengaruh Moderator
M	$R_{Low} = 5,6836$	$P = 0,5525E$ (rendah)	<i>amplifying effect (menguatkan)</i>
	$R_{Med} = 7,3660$	$P = 0,6299E$ (sedang)	
	$R_{High} = 9,0484$	$P = 0,7073E$ (tinggi)	
E	$R_{Low} = 5,6836$	$P = 0,2848M$ (tinggi)	<i>moderating effect (menetralkan)</i>
	$R_{Med} = 7,3660$	$P = 0,2697M$ (sedang)	
	$R_{High} = 9,0484$	$P = 0,2545M$ (rendah)	

Sumber: Hasil Penelitian (diolah)

Pada kondisi variabel E tidak berubah atau *ceteris paribus*, jika sikap Religiusitas nasabah berada pada tingkat rendah ( $R_{Low}$ ) maka pengaruh Modal Sosial terhadap Pengembalian Pembiayaan (dilihat dari nilai koefisien yang melekat pada M) adalah tinggi. Sebaliknya bila sikap Religiusitas nasabah berada pada tingkat tinggi ( $R_{High}$ ), maka pengaruh Modal Sosial terhadap Pengembalian Pembiayaan adalah rendah. Hal ini mengindikasikan bahwa Religiusitas memoderasi pengaruh Modal Sosial terhadap Pengembalian Pembiayaan. Dalam hal ini pengaruh moderasi muncul sebagai pengaruh yang menetralkan atau *moderating effect*.

Berpengaruhnya secara positif Faktor Ekonomi terhadap Pengembalian Pembiayaan bermakna bahwa dengan kondisi *ceteris paribus*, jika respon nasabah terhadap Faktor Ekonomi berada pada tingkat tinggi maka Pengembalian Pembiayaan juga akan tinggi, demikian pula sebaliknya. Semakin meningkat respon nasabah terhadap Faktor Ekonomi, maka semakin meningkat pula respon nasabah dalam Pengembalian Pembiayaan. Respon meningkat terhadap Faktor Ekonomi yaitu semakin setuju nasabah menggunakan sebagian besar proporsi penghasilannya untuk pengembalian pembiayaan. Ini menunjukkan bahwa nasabah ingin segera melunasi pembiayaannya. Respon meningkat terhadap Faktor Ekonomi juga bermakna semakin setuju nasabah memperoleh pembiayaan yang jumlahnya dapat memenuhi setengah dari jumlah dana yang dibutuhkan. Dengan jumlah pembiayaan yang bisa memenuhi setengah dari dana yang dibutuhkan, maka bisa membuat usaha nasabah makin maju dan pada gilirannya dapat digunakan untuk mengembalikan pembiayaan. Respon meningkat terhadap Faktor Ekonomi juga bermakna semakin setuju nasabah dalam menggunakan pembiayaan yang diperolehnya untuk keperluan modal kerja dan investasi dibanding untuk konsumtif. Dengan menggunakan pembiayaan untuk modal kerja dan investasi maka pembiayaan tersebut pada suatu saat akan memberikan penghasilan yang bisa digunakan untuk mengangsur/ mengembalikan pembiayaan kembali.

Kecenderungan hati yang direfleksikan oleh skor pada skala semantik menunjukkan bahwa terdapat dua indikator dari Faktor Ekonomi yang memiliki skor rata-rata relatif tinggi yaitu penghasilan dan penggunaan pembiayaan. Kondisi ini sejalan dengan berpengaruhnya secara positif Faktor Ekonomi terhadap Pengembalian Pembiayaan, mengingat bahwa untuk dapat mengembalikan pembiayaan maka nasabah harus memiliki penghasilan serta lebih memilih menggunakan pembiayaannya untuk modal kerja dan investasi dibanding untuk keperluan konsumtif.

Signifikannya pengaruh variabel interaksi ER terhadap variabel P bermakna bahwa variabel R memoderasi pengaruh variabel E terhadap P. Dalam hal ini pengaruh moderasi muncul sebagai pengaruh yang menguatkan atau *amplifying effect*. Pembiayaan yang diperoleh dari Bank digunakan untuk menjalankan usaha dengan cara yang halal disertai dengan niat untuk beribadah, dan secara rutin mengeluarkan ZIS, supaya harta menjadi berkah. Dengan harta (penghasilan) yang berkah yang diperoleh dari hasil usaha tersebut, selanjutnya digunakan untuk mengembalikan pembiayaan sesuai janji atau akad yang disepakati. Hal demikian akan memperlancar Pengembalian Pembiayaan, atau tidak menimbulkan pembiayaan bermasalah.

Berpengaruhnya secara positif Modal Sosial terhadap Pengembalian Pembiayaan bermakna bahwa dengan kondisi *ceteris paribus*, jika respon nasabah terhadap Modal Sosial berada pada tingkat tinggi maka Pengembalian Pembiayaan juga akan tinggi, demikian pula sebaliknya. Semakin meningkat respon nasabah terhadap Modal Sosial, maka semakin meningkat pula respon nasabah dalam Pengembalian Pembiayaan. Respon meningkat terhadap Modal Sosial yaitu semakin setujunya nasabah untuk mengungkapkan segala kondisi usahanya kepada pegawai bank (*trust*) sebelum mendapatkan pembiayaan. Adanya *trust* ini sekaligus mencerminkan adanya hubungan baik yang terjalin antara nasabah dengan pegawai bank, sehingga bisa menghindarkan dari penundaan pengembalian pembiayaan. Respon meningkat terhadap Modal Sosial juga bermakna semakin setujunya nasabah memperoleh pembiayaan dari dua atau lebih Bank (*networks relationship*) guna kelancaran usahanya. Dengan usaha yang lancar diharapkan lancar pula dalam pengembalian pembiayaan.

Relatif tingginya skor rata-rata untuk indikator *trust* bermakna bahwa rasa percaya dan kejujuran nasabah untuk mengungkapkan kondisi usaha yang dijalankan pada pegawai bank merupakan unsur yang penting dalam pembentukan Modal Sosial. Dengan adanya rasa percaya (*trust*) ini, maka nasabah tidak saja merasa nyaman ketika mengungkapkan segala kondisi usahanya, tetapi juga akan menjaga kepercayaan yang telah diberikan lembaga keuangan dengan cara selalu lancar dalam mengembalikan pembiayaan. Hal demikian sejalan dengan berpengaruhnya secara positif Modal Sosial terhadap Pengembalian Pembiayaan.

Tidak signifikannya pengaruh variabel interaksi MR terhadap Pengembalian Pembiayaan bermakna bahwa pengaruh moderasi muncul sebagai pengaruh yang menetralkan atau melemahkan (*moderating effect*). Hal ini terlihat dari Persamaan (1) yang menunjukkan bahwa jika sikap Religiusitas nasabah berada pada tingkat tinggi maka pengaruh Modal Sosial terhadap Pengembalian Pembiayaan menjadi rendah. Religiusitas mencerminkan perasaan keyakinan yang menghasilkan sikap dan perilaku nasabah bahwa dalam menjalankan usaha harus dengan cara yang halal, secara rutin mengeluarkan ZIS, serta memenuhi janji untuk membayar hutang, agar harta barokah dan tidak musnah. Modal Sosial mencerminkan sesuatu yang dapat memfasilitasi nasabah yang disebabkan oleh adanya kepercayaan (*trust*) nasabah kepada pegawai bank, hubungan timbal balik nasabah dengan pegawai bank, dan jaringan hubungan antara nasabah dengan dua atau lebih BPRS. Keyakinan yang menghasilkan sikap dan perilaku nasabah bahwa dalam menjalankan usaha harus dengan cara yang halal, secara rutin mengeluarkan ZIS, serta memenuhi janji untuk membayar hutang, agar harta barokah dan tidak musnah merupakan faktor yang menetralkan pengaruh kepercayaan (*trust*), hubungan timbal balik, dan jaringan hubungan dengan BPRS lain, terhadap Pengembalian Pembiayaan. Hal ini mengindikasikan bahwa pengaruh Modal Sosial (yang dicerminkan oleh

indikatornya) terhadap Pengembalian Pembiayaan akan lebih besar dengan tanpa memasukkan variabel Religiusitas. Hal ini karena makna yang termuat dalam kepercayaan (*trust*), hubungan timbal balik, dan jaringan hubungan dengan BPRS lain, sebenarnya telah mencerminkan nilai-nilai Islami yang diajarkan dalam Quran dan Hadits yaitu yang berkaitan dengan adanya doktrin fitrah serta ajaran untuk berprasangka baik (*husnudzon*), serta anjuran untuk bersilaturahmi.

Adanya Modal Sosial dalam hubungan antara nasabah dengan Bank dapat dilihat dari banyaknya frekuensi memperoleh pembiayaan dari Bank. Sebanyak 52 responden (22,98 persen) memperoleh pembiayaan dua kali, dan sebanyak 81 responden (34,4 persen) memperoleh pembiayaan lebih dari dua kali. Dalam hal demikian, besarnya 'nilai' dari Modal Sosial yaitu bahwa pembiayaan yang diperoleh pada periode kedua dan seterusnya biasanya lebih besar dari pembiayaan yang diperoleh pada periode sebelumnya.

Berpengaruhnya secara positif Religiusitas terhadap Pengembalian Pembiayaan bermakna bahwa dengan kondisi *ceteris paribus*, jika sikap Religiusitas nasabah berada pada tingkat tinggi maka Pengembalian Pembiayaan juga akan tinggi, demikian pula sebaliknya. Nasabah yang sikap religiusnya tinggi bermakna semakin setujunya nasabah untuk mengembalikan pembiayaan, karena hal tersebut sama dengan memenuhi janji untuk membayar hutang. Sehingga, nasabah yang sikap religiusnya tinggi yang percaya bahwa membayar hutang sebagai suatu kewajiban maka akan lancar dalam pengembalian pembiayaan. Nasabah yang sikap religiusnya tinggi juga bermakna semakin setujunya nasabah bahwa dengan mengembalikan pembiayaan maka hartanya akan barokah dan tidak mudah musnah. Sehingga, nasabah yang merasa bahwa dengan mengembalikn pembiayaan harta menjadi barokah dan tidak musnah, maka nasabah tersebut akan lancar mengembalikan pembiayaannya. Nasabah yang sikap religiusnya tinggi juga bermakna semakin setujunya nasabah bahwa dengan usaha yang halal akan membawa barokah sehingga dapat mengembalikan pembiayaan. Dengan demikian, nasabah yang mengetahui tentang ajaran agama yang berkaitan dengan usaha yang halal akan membawa barokah, maka akan lancar dalam mengembalikan pembiayaan.

Berpengaruhnya secara positif variabel Religiusitas terhadap Pengembalian Pembiayaan dapat dilihat dari hasil kualitatif yang menunjukkan bahwa sebanyak 94 persen responden tetap menjalankan usaha dengan sabar dan memohon pertolongan Allah ketika usahanya mengalami kebangkrutan, terdapat 81,28 persen responden yang tetap menjalankan usaha dan berpegang pada prinsip agama ketika banyak kegiatan usaha yang menyimpang dari ketentuan syariah, serta terdapat 94,47 persen responden yang membayar angsuran sesuai akad meskipun kondisi keuangannya sedang bermasalah.

Kecenderungan hati (yang direfleksikan melalui skor pada skala sematik) ternyata variabel Religiusitas memiliki skor rata-rata yang relatif tinggi dibandingkan variabel lainnya yaitu sebesar 7,36. Hal ini mencerminkan bahwa responden cenderung memberikan respon setuju atas perilaku-perilaku yang mencerminkan Religiusitas. Diantara lima dimensi religi tersebut dimensi akidah dan dimensi ilmu memiliki rata-rata skor yang cukup tinggi. Hal ini bermakna bahwa perilaku religius responden cenderung didasarkan pada unsur keimanan dan pengetahuannya terhadap ajaran agama. Fenomena ini sejalan dengan berpengaruhnya secara positif Religiusitas terhadap Pengembalian Pembiayaan, bahwa dengan didasarkan pada keimanan (dimensi akidah) serta pengetahuan tentang ajaran agama (dimensi ilmu) maka perilaku individu akan selalu berada di jalan yang benar, termasuk perilaku lancar dalam mengembalikan pembiayaan.

## **PENUTUP**

### **Kesimpulan**

Faktor Ekonomi, Modal Sosial, dan Religiusitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap Pengembalian Pembiayaan Murabahah. Religiusitas memoderasi pengaruh Faktor

Ekonomi terhadap Pengembalian Pembiayaan, dimana pengaruh moderasi muncul sebagai pengaruh yang menguatkan (*amplifying effect*). Religiusitas memoderasi pengaruh Modal Sosial terhadap Pengembalian Pembiayaan, namun pengaruh moderasi muncul sebagai pengaruh yang menetralkan atau melemahkan (*moderating effect*).

Berpengaruhnya secara positif Faktor Ekonomi terhadap Pengembalian Pembiayaan bermakna bahwa semakin meningkatnya respon nasabah terhadap Faktor Ekonomi yang diukur dari respon terhadap Penghasilan, Penggunaan Pembiayaan, Jumlah Pembiayaan, dan Nilai Jaminan, maka semakin meningkat pula respon nasabah dalam Pengembalian Pembiayaan.

Demikian halnya dengan berpengaruhnya secara positif Modal Sosial terhadap Pengembalian Pembiayaan, bahwa semakin meningkatnya respon nasabah terhadap Modal Sosial maka semakin meningkat pula respon nasabah dalam Pengembalian Pembiayaan. Semakin meningkatnya respon nasabah terhadap Modal Sosial direfleksikan oleh skor pada skala semantik dimana masing-masing indikatornya memiliki score rata-rata yang relatif tinggi.

### Saran-saran

Indikator *trust* (kepercayaan) diharapkan bisa digunakan sebagai *social collateral* untuk memperoleh pembiayaan, sehingga nasabah bisa mendapatkan pembiayaan tanpa harus ada jaminan fisik. Hal ini didasarkan pada hasil penelitian yang menunjukkan relatif tingginya skor rata-rata untuk indikator *trust*. Relatif tingginya skor ini bermakna bahwa rasa percaya (*trust*) nasabah pada pegawai bank untuk mengungkapkan kondisi usahanya (sekaligus mencerminkan kejujurannya) merupakan unsur penting dalam pembentukan modal sosial, hal ini selanjutnya bisa dijadikan acuan dalam memberikan pembiayaan.

### DAFTAR RUJUKAN

- Adler, PS dan Kwon, SW, (2002), "Social Capital: Prospects for A New Concept" *Academy of Management Review*, Vol 27 No 1: 17-40.
- Ajzen, Icek, (2005), *Attitudes, Personality and Behavior*. McGraw-Hill Education. Open University Press. [www.openup.co.uk](http://www.openup.co.uk)
- Al Quran dan Terjemahnya (Revisi Terbaru) Departemen Agama RI, (1999), Semarang: CV. Asy Syifa'.
- Al Quran Bayan, Al Quran dan Terjemahnya Disertai Tanda-Tanda Tajwid Dengan Tafsir Singkat – Departemen Agama RI (2009). Depok: Penerbit Al Quran Terkemuka.
- Antonio, M Syafi'i, (2001), *Bank Syariah – Dari Teori ke Praktik*. Jakarta: Gema Insani.
- Azwar, S, (2012), *Penyusunan Skala Psikologi*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Bank Indonesia, (2012), Statistik Perbankan Indonesia, edisi Januari.
- Bhatt, Nitin and Tang, Shui-Yan, (2002), "Determinants of Repayment in Microcredit: Evidence from Programs in The United States". *International Journal of Urban and Regional Research*. Volume 26.No.2.
- Bourdieu, Pierre, (1986), "The Forms of Capital". In J Richardson (Ed) *Handbook of Theory and Research for the Sociology of Education* (New York, Greenwood),241-258. Diakses dari <http://www.marxist.org> pada 4 Agustus 2010 Pukul 10.50.
- Branas-Neuman, (2003), "Analyzing Religiosity within an Economic Framework: The Case of Spanish Catholics" *Review of Economics of the Household* 2, 5-22, 2004.
- Brata, Aloysius G, (2004), "Social Capital and Credit in A Javanese Village" Diakses dari <http://129.3.20.42/eps/fin/papers/0410/041008.pdf>

- Byrne, Barbara M, (2010), *Structural Equation Modeling with AMOS - Basic Concepts, Applications, and Programming. Second Edition. New York: Taylor and Francis Group, LLC.*
- Chapra, M Umer, (2001), *The Future of Economics: An Islamic Perspective. Landscape Baru Perekonomian Masa Depan.* Tim Penerbit Syariah Economics Banking Institute.
- Choudhury, M Alam, (1999), *Comparative Economic Theory Occidental and Islamic Perspectives.* Massachusetts: Kluwer Academic Publishers.
- Coleman, James S, (1988), "Social Capital in the Creation of Human Capital". *The American Journal of Sociology.* Vol.94, Supplement: Organizations and Institutions: Sociological and Economic Approaches to the Analysis of Social Structure. Pp.S95-S120. Diakses dari <http://www.jstor.org>
- Cox, Eva, (1995), "Measuring Social Capital in Five Communities in New South Wales". Diakses dari <http://www.mapl.com.au/A2.htm>.
- Dowla, Asif, (2005), "In Credit We Trust: Building Social Capital by Grameen Bank in Bangladesh" Diakses dari <http://www.socialcapitalgateway.org>
- Ferdinand, A, (2002), *Structural Equation Modeling Dalam Penelitian Manajemen.* Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam & Fuad, (2011), *Model Persamaan Struktural - Konsep, dan Aplikasi Dengan Program Amos 19,0* Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gozali, Yunus, HM, (2003), "Pemerataan Pendapatan dalam Perspektif Islam", *Al Qalam*, Vol.20 No 96.
- Hair, JF. Black, WC. Babin, BJ. Anderson, RE. Tatham, RL, (2006), *Multivariate Data Analysis.* New Jersey: Pearson-Prentice Hall.
- Hawari, Dadang, (2005), *Dimensi Religi Dalam Praktek Psikiatri dan Psikologi.* Jakarta: Balai Penerbit FKUI.
- Hatta, et al, (2000), "Hatta Islamic Religiosity Scale 1996 (HIRS96) – A Reliability and Validity Study", *Malaysian Journal of Psychiatry*, Vol 8, No.1: 5 – 14.
- Iannaccone, Laurence R, (1996), "Introduction to the Economics of Religion", *Journal of Economic Literature* Vol XXXVI. September 1998.
- Iqbal, Z & Mirakhor, A, (2007), *An Introduction to Islamic Finance – Theory and Practice.* Singapore: John Wiley & Sons (Asia) Pre.Ltd
- Islahi, A Azim, (1988), *Economic Concepts of Ibn Taimiyah.* United Kingdom: Cromwell Press.
- Jogiyanto, (2011), *Structural Equation Modeling,* Yogyakarta: Unit Penerbit dan Percetakan STIM YKPN Yogyakarta.
- Karim, Adiwarmanto A, (2004), *Bank Islam.* Jakarta: PT Rajagrafindo Persada.
- Karim, Adiwarmanto A, (2007), *Ekonomi Mikro Islami.* Jakarta: PT Rajagrafindo Persada.
- Kohansal, M Reza. Mansoori, Hooman, (2009), "Factors Affecting on Loan Repayment Performance of Farmers in Khorasan –Razavi Province of Iran". Conference on International Research on Food Security, Natural Resource Management and Rural Development. University of Hamburg.
- Latan, Hengky, (2012), *Structural Equation Modeling - Konsep dan Aplikasi,* Bandung: Penerbit Alfabeta.
- Majelis Ulama Indonesia - MUI, (2006), *Himpunan Fatwa Dewan Syariah Nasional.*
- Misanam M, Suseno P, Hendrianto M B, (2008), *Ekonomi Islam,* Kerjasama Pusat Pengkajian dan Pengembangan Ekonomi Islam (P3EI) UII - Bank Indonesia, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Muhammad, (2000), *Sistem dan Prosedur Operasional Bank Syariah.* Jogjakarta: UII Press.
- Muhammad, (2001), *Teknik Perhitungan Bagi Hasil di Bank Syariah,* Jogjakarta: UII Press.
- Nawawi, Imam, (2012), *Syarah Riyadhush Shalihin - Jilid 1,* Penserah: Musthafa Diba al-Bugha, dkk. Jakarta: Gema Insani.
- Oladebo, J.O and Oladebo, O.E, (2008), "Determinants of Loan Repayment Among smallholder Farmers in Ogbomoso Agricultural Zone of Oyo State, Nigeria". *Journal of Social Science*, 17 (1): 59 – 62.
- Prasetyoningrum, Ari Kristin, (2004), *Analisis Pengaruh Faktor Ekonomi dan Religiusitas terhadap Persepsi Supervisor dan Manager Mengenai Independensi Dewan Pengawas Syariah.* Tesis pada Program Pascasarjana Universitas Diponegoro.

- Rindaasyuti, (2009), “Jaminan Dalam Pembiayaan di LKS – Kedudukan Jaminan dalam Pembiayaan Bank Syariah Sebagai Prinsip Prudential Banking” diakses dari [www.wordpress.com](http://www.wordpress.com).
- Roslan, A.H and Karim, Mohd Zaini. “Determinants of Microcredit Repayment in Malaysia: The Case of Agrobank”, (2009), *Humanity and Sciences Journal* 4 (1): 45 – 52.
- Sanrego Nz, Yulizar D, (2010), “The Effect of Social Capital on Loan Repayment Behavior of The Poor: A Study on Group Lending Model (GLM) Application in Islamic Microfinance Institution”. Forum Riset Perbankan Syariah II 2010 (FPRS). Bank Indonesia.
- Sasmita, Mungki A, (2006), “Dimensi-Dimensi Spiritual”. <http://www.gki.or.id>. Diakses 4 Agustus 2010 Pkl. 10.45.
- Sekaran, Uma, (2000), *Research Methods for Business*, Third Edition, USA: John Wiley & Sons, Inc.
- Thontowi A, (2009), “Hakekat Religiusitas”. Diakses dari [sumsel.kemenag.go.id](http://sumsel.kemenag.go.id).
- Vitell, Scott J and Paolillo, Joseph G.P, (2003), “Consumer Ethics: The Role of Religiosity”. *Journal of Business Ethics*. 46 (2): 151.
- Wijaya, Krisna, (2010), *Analisis Kebijakan Perbankan Nasional*. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Undang-Undang Nomor 21 Tahun 2008 Tentang Perbankan Syariah.