

**PERSEPSI PETANI TERHADAP KARAKTERISTIK PRODUK BARU DALAM  
KEPUTUSAN ADOPSI NASABAH PEMBIAYAAN SYARIAH**

**Henny Indrawati \***

**Abstract**

This study aims to determine the farmer's perception of sharia finance products. The research method used is descriptive qualitative. The unit of analysis is the study of oil palm farmers in Kampar regency which become customers of products murabaha financing of oil palm plantations Riau Sharia Bank Branch Pekanbaru. Study sample was determined by using Random Sampling Proportional to account for 50 farmers. The research was conducted from January to April 2011. The results showed the new product adoption decisions (murabaha financing products of oil palm plantations) is influenced by five characteristics perceived by farmers as customers, namely relative advantage, suitability (compatibility), complexity, it is likely to be tried first (triability), and ease communicated (communicability). The more superior product murabaha financing of oil palm plantations Riau ShariaBank compared with existing products (loans from conventional banks or financing from other sharia banks), the greater the adoption decisions of farmers. The higher the conformity of products murabaha financing of oil palm plantations Riau Sharia Bank, the more likely farmers' adoption decisions. Increasingly difficult financing products of oil palm plantations murabaha Riau Sharia Bank understand and use, the lower the likelihood of adoption decisions of farmers. The easier the financing products of oil palm plantations murabaha Riau Sharia Bank to try and communicate, the more likely farmers' adoption decisions.

Key words: perception, new product characteristic, adoption decision

---

\* *Henny Indrawati* adalah Staf Pengajar Jurusan Pendidikan Ekonomi FKIP Universitas Riau, Pekanbaru.

## I. PENDAHULUAN

Sektor pertanian masih memegang peranan yang strategis dalam perekonomian Provinsi Riau. Peran strategisnya, antara lain masih merupakan sektor andalan mata pencaharian sebagian besar penduduk, memberikan sumbangan terhadap PDRB daerah Riau sebesar 19,33 persen dan mampu menyerap tenaga kerja 996.371 orang (47,72 persen), memberikan kontribusi terhadap ekspor (devisa), bahan baku industri, serta dalam penyediaan bahan pangan dan gizi (Riau dalam Angka, 2008). Oleh karena itu, sektor pertanian harus dikembangkan agar kontribusinya dalam perekonomian Provinsi Riau dapat meningkat.

Subsektor perkebunan sebagai bagian dari sektor pertanian mempunyai kedudukan yang penting dalam pengembangan sektor pertanian di Provinsi Riau. Tanaman perkebunan yang merupakan tanaman perdagangan yang cukup potensial di daerah ini adalah kelapa sawit, karet, kelapa, kopi dan cengkeh. Almasdi (2003) menyatakan bahwa perkebunan kelapa sawit paling banyak diusahakan dan ditetapkan oleh Pemerintah Daerah Riau sebagai komoditas unggulan daerah karena: *Pertama*, dari segi fisik dan lingkungan, keadaan topografi Riau memungkinkan bagi pengembangan perkebunan kelapa sawit; *Kedua*, dari segi pemasaran hasil produksi yang letaknya berdekatan dengan pasar internasional yaitu Singapura; *Ketiga*, berdasarkan hasil yang telah dicapai menunjukkan bahwa kelapa sawit memberikan pendapatan yang tinggi kepada petani dibandingkan dengan jenis tanaman perkebunan lainnya.

Pertumbuhan luas areal perkebunan kelapa sawit di Provinsi Riau terus mengalami peningkatan dari tahun ke tahun (Tabel 1). Pertumbuhan luas areal yang paling tinggi terjadi pada tahun 2004, yaitu 17,3 persen. Pada tahun tersebut banyak dibuka lahan baru untuk ditanami kelapa sawit, karena makin tingginya minat masyarakat terhadap perkebunan kelapa sawit. Sementara itu, pertumbuhan luas areal yang paling rendah terjadi pada tahun 2006, yaitu sebesar 0,9 persen.

**Tabel 1. Perkembangan Luas Areal Perkebunan Kelapa Sawit di Provinsi Riau Tahun 2002-2008 (dalam Ha)**

No	Tahun	Kelapa Sawit	Pertumbuhan (%)
1.	2002	1.022.318,00	-
2.	2003	1.119.798,00	9,5
3.	2004	1.313.467,00	17,3
4.	2005	1.426.989,00	8,6
5.	2006	1.440.036,00	0,9
6.	2007	1.474.814,21	2,4
7	2008	1.674.845,46	13,6

Sumber: Dinas Perkebunan Provinsi Riau, 2009.

Hampir semua kabupaten di Provinsi Riau memiliki perkebunan kelapa sawit. Tabel 2 dapat dilihat bahwa Kabupaten Kampar memiliki luas areal kelapa sawit yang terluas dan produksi yang terbesar bila dibandingkan dengan kabupaten/kota lainnya di Provinsi Riau, yaitu 311.137,00 Ha (18,58 persen) dan 1.310.106,80 ton (22,68 persen). Hal ini mengindikasikan bahwa kelapa sawit merupakan komoditas unggulan Kabupaten Kampar dan perkebunan kelapa sawit di Kabupaten Kampar harus dikembangkan agar kontribusinya dalam perekonomian daerah mengalami peningkatan.

**Tabel 2. Keadaan Luas Areal dan Produksi Kelapa Sawit di Provinsi Riau Tahun 2008**

No	Kabupaten/Kota	Luas Areal		Produksi	
		Ha	%	Ton	%
1.	Kuantan Singingi	116.527,32	6,96	429.452,03	7,43
2.	Indragiri Hulu	118.076,78	7,05	382.803,36	6,63
3.	Indragiri Hilir	148.729,50	8,88	448.877,47	7,77
4.	Pelalawan	182.926,19	10,92	620.125,19	10,73
5.	Siak	184.219,48	11,00	611.664,43	10,59
6.	Kampar	311.137,00	18,58	1.310.106,80	22,68
7.	Rokan Hulu	259.798,10	15,51	871.111,33	15,08
8.	Bengkalis	147.643,50	8,82	399.639,42	6,92
9.	Rokan Hilir	170.300,59	10,17	614.915,35	10,64
10.	Pekanbaru	7.353,00	0,44	29.993,66	0,52
11.	Dumai	27.954,00	1,67	58.769,95	1,02
	Jumlah	1.674.845,46	100,00	5.777.494,99	100,00

Sumber: Riau dalam Angka, 2009.

Dalam pengembangan perkebunan kelapa sawit, tidak terlepas dari peran petani di dalamnya. Salah satu faktor esensial yang diperlukan petani dalam mengembangkan kebun kelapa sawitnya adalah permodalan. Oleh karena itu diperlukan sumber dana yang berasal dari luar petani. Salah satu sumber dana tersebut berasal dari bank syariah berupa pembiayaan syariah. Lembaga perbankan syariah di Provinsi Riau yang paling

banyak memberikan pembiayaan untuk perkebunan kelapa sawit adalah Bank Riau Syariah.

Bank Riau Syariah (BRS) menyalurkan pembiayaan secara individu dan secara kolektif kepada petani melalui Koperasi Unit Desa (KUD). Pada awal tahun pendiriannya tahun 2004 sampai dengan 31 Desember 2007, Bank Riau Syariah menyediakan pembiayaan *murabahah* kebun kelapa sawit untuk petani kelapa sawit di Kabupaten Kampar, dengan jumlah penyaluran pembiayaan sebesar Rp35,6 milyar dengan jumlah 1.200 orang peminjam.

Tren pembiayaan Bank Riau Syariah terus mengalami peningkatan. Pada pertengahan tahun 2010, pembiayaan yang tercatat sekitar Rp224 miliar. Namun peningkatan yang terjadi bukan peningkatan pembiayaan untuk petani kelapa sawit, melainkan pembiayaan untuk pelaku usaha di luar perkebunan kelapa sawit (Bank Riau Syariah, 2009). Hal ini mengindikasikan bahwa masih banyak petani kelapa sawit yang belum mengadopsi pembiayaan *murabahah* kebun kelapa sawit dari Bank Riau Syariah. Keputusan adopsi suatu produk konsumen dipengaruhi oleh lima karakteristik produk yang dirasakan oleh konsumen, yaitu keunggulan relatif (*relative advantage*), kesesuaian (*compatibility*), kerumitan (*complexity*), kemungkinan untuk dicoba dulu (*triability*), dan kemudahan dikomunikasikan (*communicability*) (Simamora, 2003).

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka tujuan penelitian adalah mengetahui persepsi petani terhadap karakteristik produk baru dalam menentukan keputusan adopsi nasabah pembiayaan syariah. Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan kontribusi dan tambahan informasi bagi Bank Riau Syariah untuk lebih memahami kebutuhan dan keinginan nasabah/calon nasabah di dalam mengadopsi produk pembiayaan *murabahah* kebun kelapa sawit, meliputi keunggulan relatif, kesesuaian, kerumitan, sifat dapat dicoba, dan kemudahan dikomunikasikan dari produk ini.

## II. TINJAUAN PUSTAKA

Menurut UU No. 10 Tahun 1998, Bank syariah adalah bank umum yang melaksanakan usaha berdasarkan prinsip syariah yang dalam kegiatannya memberikan jasa dalam lalu lintas pembayaran. Aturan perjanjian antara bank dengan nasabah, baik untuk penyimpanan dana maupun pembiayaan kegiatan usaha, atau kegiatan lain dibuat

dengan berdasarkan pada Al-Quran dan As-Sunnah. Jadi dalam aktivitas dan tata cara operasinya, bank syariah tidak mengandalkan pada bunga (meninggalkan riba).

Pasal 1 ayat 12 Undang-Undang No. 10 tahun 1998 tentang Perubahan Atas Undang-Undang No. 7 tahun 1992 tentang Perbankan, menyatakan bahwa pembiayaan syariah adalah penyediaan uang atau tagihan yang dipersamakan dengan itu berdasarkan persetujuan atau kesepakatan antara bank dengan pihak lain yang mewajibkan pihak yang dibiayai untuk mengembalikan uang atau tagihan tersebut setelah jangka waktu tertentu dengan imbalan atau bagi hasil. Pengertian prinsip syariah berkaitan dengan pembiayaan bagi hasil adalah aturan perjanjian berdasarkan hukum Islam antara bank dan pihak lain untuk pembiayaan kegiatan usaha atau kegiatan lainnya yang dinyatakan sesuai dengan syariah (Muhammad, 2001).

Bank syariah menawarkan pilihan produk pembiayaan syariah kepada nasabah, salah satunya yaitu pembiayaan murabahah. Murabahah adalah akad jual beli barang pada harga asal dengan tambahan keuntungan yang disepakati antara pihak bank dan nasabah. Dalam *murabahah*, penjual menyebutkan harga pembelian barang kepada pembeli, kemudian mensyaratkan atas laba dalam jumlah tertentu. Pada perjanjian *murabahah*, bank membiayai pembelian barang yang dibutuhkan oleh nasabahnya dengan membeli barang itu dari pemasok, dan kemudian menjualnya kepada nasabah dengan harga yang ditambah keuntungan atau *di-mark-up*. Dengan kata lain, penjualan barang kepada nasabah dilakukan atas dasar *cost plus profit*. Bank Riau Syariah menawarkan pembiayaan *murabahah* kebun kelapa sawit dalam memberikan pinjaman kepada petani kelapa sawit.

Berkaitan dengan penyebaran produk pembiayaan *murabahah* kebun kelapa sawit tersebut, ada dua proses yang saling berkaitan erat, yaitu proses penyebaran dan proses adopsi. Penyebaran merupakan proses makro yang berhubungan dengan penyebaran inovasi atau produk baru dari sumbernya kepada publik yang mengkonsumsinya (Schiffman dan Kanuk, 2004). Sebaliknya, adopsi merupakan proses mikro yang memfokuskan pada tahap-tahap yang dilalui konsumen perorangan ketika memutuskan untuk memakai atau menolak produk baru (Kotler dan Keller, 2006).

Beberapa produk dalam waktu singkat langsung digemari dan diadopsi banyak orang, sedangkan produk-produk lain memerlukan waktu yang lama untuk memperoleh penerimaan. Rogers menemukan lima karakteristik produk yang mempengaruhi

penerimaan konsumen terhadap produk baru: (1) keunggulan relatif, (2) kecocokan, (3) kerumitan, (4) sifat dapat dicoba, (5) kemudahan dikomunikasikan (Schiffman & Kanuk, 2004).Keunggulan relatif (*relative advantage*) didefinisikan oleh Kotler (2005) sebagai sejauh mana inovasi tersebut tampak lebih unggul daripada produk-produk yang sudah ada.Definisi berikutnya dikemukakan oleh Rogers, yaitu produk yang memiliki keunggulan relatif adalah produk yang lebih baik, lebih murah, atau lebih dapat dipercaya daripada produk-produk lainnya di pasar (Mowen dan Minor, 2002).Jadi dapat disimpulkan apakah konsumen merasakan keunggulan relatif dari produk tersebut dibandingkan dengan produk yang sudah ada. Kesesuaian (*compatibility*) didefinisikan oleh Kotler (2005) sebagai sejauh mana inovasi tersebut sesuai dengan nilai-nilai dan pengalaman orang-orang.Sebuah produk lebih cenderung untuk diterima apabila produk tersebut tidak menuntut perubahan penting pada nilai-nilai dan kepercayaan konsumen, atau pada perilaku pembelian/penggunaan konsumen.

Kerumitan (*complexity*) didefinisikan oleh Engel et al (1995) sebagai tingkat di mana inovasi dirasa sulit untuk dimengerti dan digunakan. Jadi, semakin mudah suatu produk dipahami atau digunakan, semakin besar kemungkinan produk diterima. Sifat dapat dicoba (*triability* atau *divisibility*) mengacu pada tingkat di mana produk baru tertentu dapat dicoba secara terbatas. Sifat dapat dicoba antara produk barang dan produk jasa adalah berbeda. Loudon dan Bitta (1993) menjelaskan bahwa untuk mencoba produk jasa yang karakteristik utamanya tidak dapat dilihat atau tidak nyata (*intangible*), maka calon konsumen dapat mencoba melalui pengalaman orang lain yang telah menggunakan produk tersebut. Bentuk mencoba ini dinamakan *vicarious trial*. Kemudahan dikomunikasikan (*communicability* atau *observability*) didefinisikan oleh Kotler dan Armstrong (2001) serta oleh Engel (1995) sebagai tingkat di mana hasil penggunaan inovasi dapat diamati atau diuraikan kepada orang lain, serta tingkat di mana hasil pemakaian produk baru terlihat oleh teman dan tetangga.

### **III. METODE PENELITIAN**

Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif kualitatif. Unit analisis dari penelitian adalah petani kelapa sawit di Kabupaten Kampar yang menjadi nasabah produk pembiayaan *murabahah* kebun kelapa sawit Bank Riau Syariah Cabang Pekanbaru. Data primer dikumpulkan dari petani kelapa sawit yang mendapatkan

pembiayaan *murabahah* kebun kelapa sawit Bank Riau Syariah Cabang Pekanbaru. Data dikumpulkan melalui wawancara langsung dengan menggunakan kuesioner. Sampel penelitian ditentukan dengan menggunakan *Proportional Random Sampling* yang berjumlah 50 petani. Data sekunder dikumpulkan dari Bank Indonesia Provinsi Riau, Bank Riau Syariah Cabang Pekanbaru, Dinas Perkebunan Provinsi Riau, dan dinas atau instansi terkait lainnya. Penelitian dilaksanakan dari bulan Januari sampai dengan April 2011.

Untuk mengukur indikator dari persepsi petani digunakan skala Likert, dengan skala ordinal 1 sampai dengan 3 (skor yang paling tinggi diberikan pada jawaban yang paling menunjang, dan skor yang paling rendah diberikan pada jawaban yang paling tidak menunjang). Variabel utama dalam penelitian ini adalah karakteristik produk baru. Variabel karakteristik produk baru dibangun oleh lima subvariabel, yaitu: (1) Keunggulan Relatif, diukur dengan: (a) tingkat kelebihrendahan, dilihat dari kelebihrendahan margin Bank Riau Syariah; (b) tingkat keterjangkauan, dilihat dari besar cicilan per bulan; (c) tingkat kelebihnenganan, dilihat dari kelebihnenganan batin; (d) tingkat penilaian, reputasi dilihat dari kredibilitas/reputasi Bank Riau Syariah; (2) Kesesuaian, diukur dengan tiga indikator, yaitu tingkat kesesuaian produk dengan syariah Islam, tingkat kesesuaian manfaat produk dengan kebutuhan nasabah, dan tingkat kesesuaian produk dengan pengalaman nasabah; (3) Kerumitan, diukur dengan tingkat kemudahan yang dilihat dari: (a) kemudahan nasabah memahami transaksi *murabahah*; (b) kemudahan persyaratan dokumen; (c) kemudahan memenuhi biaya administrasi; dan (d) kemudahan memenuhi syarat/jaminan; (4) Sifat dapat dicoba, diukur dengan tingkat kemudahan mempelajari manfaat produk dari pengalaman orang lain, dan tingkat kemudahan mempelajari manfaat produk dengan bertanya langsung kepada bagian marketing BRS; (5) Kemudahan dikomunikasikan, diukur dengan tingkat kemudahan mencari informasi dari sumber pribadi, tingkat kemudahan mencari informasi dari sumber komersil, tingkat kemudahan nasabah menghubungi pihak bank lewat telepon, tingkat kemampuan pihak BRS menyampaikan informasi mengenai produk dengan baik, tingkat mengetahui adanya kenalan yang menggunakan produk ini.

## IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

### 4.1. Karakteristik Responden

Karakteristik petani dari aspek jenis kelamin, dapat digambarkan bahwa dari 50 petani yang diteliti, semua berjenis kelamin laki-laki. Hal ini menunjukkan bahwa kaum laki-laki lebih dominan peranannya dalam kegiatan yang berhubungan dengan pihak bank. Dominasi laki-laki terhadap perempuan dapat dimaklumi mengingat secara fisik laki-laki cenderung lebih kuat dibandingkan dengan perempuan, laki-laki sebagai pencari nafkah utama dalam rumahtangga, sehingga laki-laki harus bekerja untuk memenuhi kebutuhan ekonomi rumahtangga.

**Tabel 3. Distribusi Petani Berdasarkan Kelompok Umur**

No.	Kelompok Umur (Tahun)	Petani	
		Jumlah (Jiwa)	Persentase (%)
1.	40 – 49	27	54
2.	50 – 59	19	38
3.	60 – 69	3	6
4.	≥ 70	1	2
	Jumlah	50	100

Sumber: Data penelitian, diolah.

Untuk aspek umur petani, dapat dilihat pada Tabel 3. Tampak bahwa umur petani berkisar antara 40-70 tahun. Mayoritas petani (54 persen) berumur 40-49 tahun. Dilihat dari aspek umur tersebut menunjukkan bahwa petani pada umumnya berada pada usia produktif dan potensial untuk bekerja, karena sebagaimana diketahui bahwa angkatan kerja yang termasuk golongan aktif produktif adalah berada pada kisaran umur antara umur 15 tahun hingga 64 tahun (Sumitro, 2000). Umur produktif sangat berpengaruh dengan kemampuan fisik petani untuk bekerja secara optimal. Hal ini juga didukung oleh Bakir (2000), bahwa sampai tingkat umur tertentu kemampuan fisik manusia akan semakin tinggi sehingga produktivitas juga tinggi, tetapi semakin bertambahnya umur, maka kemampuan fisik akan semakin menurun, demikian juga produktivitas kerjanya.

Tingkat pendidikan formal petani sangat berpengaruh terhadap kemampuan berpikir petani. Makin tinggi tingkat pendidikan formal petani diharapkan makin rasional dalam pola pikir dan juga daya nalarnya. Dengan pendidikan yang semakin tinggi diharapkan dapat lebih mudah merubah sikap dan perilaku untuk bertindak lebih rasional. Mengenai tingkat pendidikan formal petani pada Tabel 4.



Mayoritas petani memiliki tingkat pendidikan tidak tamat SD, dan 2 persen memiliki tingkat pendidikan setaraf SMA. Petani yang berpendidikan setaraf SD, SMP, dan SMA, cenderung lebih fleksibel dalam menerima saran dan masukkan dalam upaya pengembangan kebun kelapa sawitnya dibandingkan dengan petani yang berpendidikan tidak tamat SD. Soekartawi (1988) menyatakan bahwa pendidikan merupakan salah satu indikasi yang sangat penting dalam menentukan keberhasilan suatu usaha karena pendidikan mempengaruhi adopsi inovasi. Padmowihardjo (2002) menyatakan bahwa semakin tinggi pendidikan petani maka pola pikir juga semakin luas dan tentunya akan lebih cepat dalam menerima suatu inovasi yang disampaikan.

**Tabel 4. Distribusi Petani Berdasarkan Tingkat Pendidikan**

No.	Tingkat Pendidikan	Petani	
		Jumlah (Jiwa)	Persentase (%)
1.	Tidak tamat SD	29	58
2.	SD	15	30
3.	SMP	5	10
4.	SMA	1	2
	Jumlah	50	100

Sumber: Data penelitian, diolah.

Berkaitan dengan pengalaman usahatani, sebagian besar petani (46 persen) memiliki pengalaman usahatani lebih dari 20 tahun. Berkaitan dengan pengalaman usahatani ini, Syawal (1988) menyatakan bahwa pengalaman bertani dapat mempengaruhi keberhasilan suatu usahatani yang dilakukan oleh seseorang. Dengan pengalaman usahatani yang sangat lama, petani seyogyanya dapat belajar menggunakan sarana produksi yang efektif dan efisien sehingga bisa meminimalkan biaya produksi yang dikeluarkan. Makmur (2001) menyatakan bahwa pengalaman seseorang akan memberikan kontribusi pada minat dan harapannya untuk belajar lebih banyak.

**Tabel 5. Distribusi Petani Berdasarkan Luas Kepemilikan Kebun**

No.	Luas Kepemilikan Kebun (ha)	Petani	
		Jumlah (Jiwa)	Persentase (%)
1.	$\geq 12$	1	2
2.	9 – 11	9	18
3.	6 – 8	29	57
4.	3 – 5	8	17
5.	$\leq 2$	3	6
	Jumlah	50	100

Sumber: Data penelitian, diolah.

Mayoritas petani (57 persen) memiliki kebun yang cukup luas yaitu berada pada kisaran 6 – 8 hektar. Pada awalnya petani hanya memiliki kebun kelapa sawit 2 ha, lahan pekarangan beserta rumah 0,5 ha. Seiring dengan berjalannya waktu, luas kebun kelapa sawit petani bertambah. Penambahan luas kebun dilakukan petani dengan membeli kebun dari sesama petani yang ingin pulang ke kampung halamannya, dan juga melakukan pembelian lahan-lahan baru di lokasi yang tidak jauh dari kebun sawit mereka. Kebun kelapa sawit merupakan salah satu faktor produksi sekaligus modal dalam usahatani kelapa sawit. Petani yang mempunyai kebun kelapa sawit yang luas, berpotensi untuk mendapatkan produksi TBS yang lebih banyak. Dasipah (2002) dalam penelitiannya menemukan bahwa lahan merupakan sumberdaya utama sekaligus sebagai modal bagi petani dalam upaya peningkatan produksi. Petani yang mempunyai lahan luas akan berpotensi mendapatkan produksi yang banyak, sehingga berpotensi juga untuk lebih meningkatkan produksinya dan perluasan usahatannya.

Pendapatan petani diukur dari tingkat pendapatan total yang diperoleh petani dalam satu tahun terakhir. Hasil penelitian menunjukkan sebagian besar petani (55 persen) mempunyai pendapatan yang cukup tinggi, yaitu berkisar 9 - 14 juta rupiah dalam satu tahun terakhir yang diperoleh dari penjualan TBS (Tandan Buah Segar) sebagai sumber pendapatan utama, dan pendapatan tambahan, seperti berkebun karet, beternak ayam, sapi, dan rental mobil. Dalam kaitannya dengan pembiayaan syariah, pendapatan petani merupakan salah satu syarat yang dipertimbangkan pihak bank syariah dalam memberikan pembiayaan. Wawancara dengan pihak Bank Riau Syariah, pendapatan merupakan salah satu indikator dari kemampuan calon debitur untuk membayar angsuran pembiayaan. Untuk menilai pendapatan petani, pihak bank syariah mensyaratkan petani melampirkan struk pembayaran gaji terakhir dari penjualan TBS.

#### **4.2. Persepsi Petani terhadap Karakteristik Produk Baru**

Adopsi merupakan proses mikro yang memfokuskan pada tahap-tahap yang dilalui konsumen perorangan ketika memutuskan untuk memakai atau menolak produk baru (Kotler dan Keller, 2006). Beberapa produk dalam waktu singkat langsung digemari dan diadopsi banyak orang, sedangkan produk-produk lain memerlukan waktu yang lama untuk memperoleh penerimaan. Rogers menemukan lima karakteristik produk yang mempengaruhi penerimaan konsumen terhadap produk baru: (1)

Keunggulan relatif, (2) Kesesuaian, (3) Kerumitan, (4) Sifat dapat dicoba, (5) Kemudahan dikomunikasikan (Schiffman dan Kanuk, 2004).

#### 4.2.1. Keunggulan Relatif

Keunggulan relatif (*relative advantage*) adalah sejauh mana produk pembiayaan *murabahah* kebun kelapa sawit tampak lebih unggul daripada produk-produk yang sudah ada, lebih baik, lebih murah, atau lebih dapat dipercaya daripada produk-produk lainnya di pasar. Keunggulan relatif dalam penelitian ini diukur dengan (a) tingkat kelebihanrendahan, dilihat dari kelebihanrendahan margin Bank Riau Syariah; (b) tingkat keterjangkauan, dilihat dari besar cicilan per bulan; (c) tingkat kelebihantenangan, dilihat dari kelebihantenangan batin; (d) tingkat penilaian, reputasi dilihat dari kredibilitas/reputasi Bank Riau Syariah.

**Tabel 6. Persepsi Petani tentang Tingkat Kelebihanrendahan Marjin**

No.	Tingkat Kelebihanrendahan Marjin	Petani	
		Jumlah (Jiwa)	Persentase (%)
1.	Lebih rendah	40	80
2.	Sama	8	16
3.	Lebih tinggi	2	4
	Jumlah	50	100

Sumber: Data penelitian, diolah.

Untuk tingkat kelebihanrendahan, sebagian besar petani (80 persen) menyatakan bahwa margin yang ditetapkan oleh Bank Riau Syariah lebih rendah dibandingkan dengan margin yang ditetapkan oleh bank konvensional maupun bank syariah yang lain (Tabel 6). Marjin yang ditetapkan bank syariah untuk pembiayaan 50 juta rupiah ke bawah dengan jangka waktu 3 tahun adalah 12 persen. Untuk pembiayaan 50 - 100 juta rupiah adalah 10 persen, dan pembiayaan 100 juta rupiah lebih adalah 7,7 persen.

**Tabel 7. Persepsi Petani tentang Tingkat Keterjangkauan**

No.	Tingkat Keterjangkauan	Petani	
		Jumlah (Jiwa)	Persentase (%)
1.	Terjangkau	39	78
2.	Cukup terjangkau	9	19
3.	Tidak terjangkau	2	3
	Jumlah	50	100

Sumber: Data penelitian, diolah.

Berdasarkan dari tingkat keterjangkauan, sebanyak 78 persen petani dapat menjangkau cicilan pembiayaan *murabahah* kebun kelapa sawit per bulan (Tabel 7).

Adapun besarnya cicilan per bulan adalah 3 juta rupiah untuk pembiayaan 50 juta rupiah. Sebagian besar petani mengambil pembiayaan 50 juta rupiah dengan jangka waktu 3 tahun.

**Tabel 8. Persepsi Petani tentang Tingkat Kelebihtenangan**

No.	Tingkat Kelebihtenangan	Petani	
		Jumlah (Jiwa)	Persentase (%)
1.	Tenang	37	73
2.	Cukup tenang	11	22
3.	Tidak tenang	2	5
	Jumlah	50	100

Sumber: Data penelitian, diolah.

Tabel 8 menunjukkan aspek tingkat kelebihtenangan, terdapat 73 persen petani yang merasa tenang memanfaatkan pembiayaan *murabahah* kebun kelapa sawit dari Bank Riau Syariah. Hal ini disebabkan karena adanya kepercayaan petani bahwa sesama muslim harus saling membantu dalam kesusahan. Petani beranggapan bahwa Bank Riau Syariah adalah bank Islam yang sangat memahami bahwa menolong saudara sesama muslim dalam kesusahan adalah ibadah.

**Tabel 9. Persepsi Petani tentang Tingkat Reputasi Bank**

No.	Tingkat Reputasi	Petani	
		Jumlah (Jiwa)	Persentase (%)
1.	Bagus	35	70
2.	Cukup bagus	10	20
3.	Tidak bagus	5	10
	Jumlah	50	100

Sumber: Data penelitian, diolah.

Reputasi Bank Riau Syariah adalah bagus menurut penilaian 70 persen petani. Menurut petani, Bank Riau Syariah adalah bank milik daerah Riau yang menjalankan prinsip-prinsip syariah Islam, dimana sebagian besar petani di Kabupaten Kampar menganut agama Islam. Dengan reputasi yang bagus ini diharapkan petani merasa aman dan percaya menggunakan produk pembiayaan *murabahah* kebun kelapa sawit Bank Riau Syariah.

#### **4.2.2. Kesesuaian**

Kesesuaian (*compatibility*) adalah sejauh mana produk pembiayaan *murabahah* kebun kelapa sawit sesuai dengan nilai-nilai dan pengalaman petani. Produk pembiayaan *murabahah* kebun kelapa sawit lebih cenderung untuk diterima apabila

produk tersebut tidak menuntut perubahan penting pada nilai-nilai dan kepercayaan petani, atau pada perilaku pembelian/penggunaan petani. Tingkat kesesuaian, diukur dengan tiga indikator yaitu tingkat kesesuaian produk dengan syariah Islam, dan tingkat kesesuaian manfaat produk dengan kebutuhan nasabah.

**Tabel 10. Persepsi Petani tentang Tingkat Kesesuaian Produk dengan Syariah Islam**

No.	Tingkat Kesesuaian	Petani	
		Jumlah (Jiwa)	Persentase (%)
1.	Sesuai	40	80
2.	Cukup sesuai	7	14
3.	Tidak sesuai	3	6
	Jumlah	50	100

Sumber: Data penelitian, diolah.

Berdasarkan Tabel 10, mayoritas petani (80 persen) petani menyatakan bahwa pembiayaan *murabahah* kebun kelapa sawit sesuai dengan syariah Islam, karena tidak bertentangan dengan Alquran, Hadist dan pendapat para ulama yang diyakini. Menurut petani, hubungan pinjam meminjam tidak dilarang, bahkan dianjurkan agar terjadi hubungan yang saling menguntungkan. Pernyataan ini didasari pengetahuan petani bahwa sebagian kecil margin yang mereka bayar pada bank syariah akan diberikan kepada amil zakat.

**Tabel 11. Persepsi Petani tentang Tingkat Kesesuaian Manfaat Produk dengan Kebutuhan**

No.	Tingkat Kesesuaian	Petani	
		Jumlah (Jiwa)	Persentase (%)
1.	Sesuai	38	75
2.	Cukup sesuai	9	18
3.	Tidak sesuai	3	7
	Jumlah	50	100

Sumber: Data penelitian, diolah.

Dari Tabel 11 terlihat bahwa 75 persen petani menyatakan manfaat produk pembiayaan *murabahah* kebun kelapa sawit sesuai dengan kebutuhan. Petani menyatakan bahwa pembiayaan *murabahah* kebun kelapa sawit penting untuk membantu permodalan usaha petani. Dalam bentuk pembiayaan syariah untuk mengembangkan kebun kelapa sawitnya.

### 4.2.3. Kerumitan

Kerumitan (*complexity*) adalah tingkat di mana produk pembiayaan *murabahah* kebun kelapa sawit dirasa sulit untuk dimengerti dan digunakan. Jadi, semakin mudah produk dipahami atau digunakan, semakin besar kemungkinan produk diterima. Kerumitan, diukur dengan tingkat kemudahan yang dilihat dari: (a) kemudahan petani memahami transaksi *murabahah*; (b) kemudahan persyaratan dokumen; (c) kemudahan memenuhi biaya administrasi; dan (d) kemudahan memenuhi syarat atau jaminan.

**Tabel 12. Persepsi Petani tentang Tingkat Kemudahan Memahami Transaksi**

No.	Tingkat Kemudahan	Petani	
		Jumlah (Jiwa)	Persentase (%)
1.	Mudah	34	67
2.	Cukup Sulit	9	18
3.	Sulit	7	15
	Jumlah	50	100

Sumber: Data penelitian, diolah.

Untuk kemudahan petani memahami transaksi *murabahah*, dari Tabel 12 dilihat bahwa 67 persen petani menyatakan mudah memahami transaksi pembiayaan *murabahah* kebun kelapa sawit. Menurut petani, transaksi pembiayaan *murabahah* kebun kelapa sawit hampir sama dengan transaksi kredit dari bank konvensional yang sebelumnya pernah dilakukan petani, sehingga mereka tidak merasa kesulitan dalam memahami transaksi pembiayaan tersebut. Menurut petani, proses pengajuan permohonan pembiayaan syariah sebelum akad pembiayaan dilakukan adalah petani mengajukan permohonan, kemudian pihak bank melakukan penilaian. Penilaian yang dilakukan pihak bank dikenal dengan 5C dan 1S, yaitu *character, capacity, capital, collateral, condition*, dan syariah. Yang dimaksud dengan syariah di sini adalah pihak bank benar-benar menilai bahwa usaha yang dibiayai benar-benar usaha yang tidak melanggar syariah.

**Tabel 13. Persepsi Petani tentang Tingkat Kemudahan Persyaratan**

No.	Tingkat Kemudahan	Petani	
		Jumlah (Jiwa)	Persentase (%)
1.	Mudah	42	85
2.	Cukup Sulit	5	10
3.	Sulit	3	5
	Jumlah	50	100

Sumber: Data penelitian, diolah.

Sedangkan untuk kemudahan persyaratan dokumen, mayoritas petani (85 persen) menyatakan persyaratan dokumen untuk memperoleh pembiayaan *murabahah* kebun kelapa sawit adalah mudah. Petani menyatakan ketentuan persyaratan pembiayaan syariah yang ditetapkan oleh bank syariah adalah tidak ketat dan selektif. Petani sudah terbiasa melakukan transaksi pinjam meminjam dengan pihak bank konvensional. Petani sudah terbiasa memenuhi berbagai persyaratan yang ditetapkan oleh bank konvensional. Petani yang menyatakan persyaratan pembiayaan syariah yang ditetapkan oleh bank sangat ketat dan selektif disebabkan karena petani memiliki lahan yang relatif sempit, dan belum terbiasa melakukan transaksi pinjam meminjam di bank, sehingga merasakan persyaratan yang ditetapkan oleh bank sangat ketat dan selektif. Bank Indonesia (2004) sendiri mengungkapkan bahwa faktor rumitnya persyaratan kredit, tingginya suku bunga kredit, dan kebijakan perbankan yang cukup ketat, tetap menjadi kendala bagi petani dalam berhubungan dengan bank.

**Tabel 14. Persepsi Petani tentang Tingkat Kemudahan Memenuhi Biaya Administrasi**

No.	Tingkat Kemudahan	Petani	
		Jumlah (Jiwa)	Persentase (%)
1.	Mudah	38	75
2.	Cukup Sulit	8	15
3.	Sulit	4	10
	Jumlah	50	100

Sumber: Data penelitian, diolah.

Biaya administrasi adalah biaya yang ditetapkan oleh bank syariah dalam memberikan pembiayaan. Dari Tabel 14 terlihat bahwa menurut persepsi 75 persen petani, biaya administrasi yang ditetapkan oleh bank syariah relatif murah jika dibandingkan dengan biaya administrasi yang ditetapkan oleh bank konvensional dan lembaga keuangan non syariah lainnya, sehingga petani mudah memenuhi biaya administrasi yang ditetapkan oleh bank. Biaya administrasi yang ditetapkan oleh bank syariah adalah sebesar satu persen dari total nilai pembiayaan. Apabila pembiayaan yang diterima 100 juta rupiah, maka biaya administrasi yang dikeluarkan adalah 1 juta rupiah. Menurut Laksmono (2004) sebenarnya petani tidak terlalu sensitif dengan biaya administrasi yang ditetapkan oleh bank. Artinya mereka lebih peduli dengan kesederhanaan prosedur atau administrasi, dan perlakuan yang bersahabat.

Semakin mudah petani memenuhi persyaratan yang diperlukan oleh bank syariah, maka petani akan semakin merasa nyaman berhubungan dengan bank syariah. Jika petani merasa nyaman berhubungan dengan pihak bank, maka petani akan semakin tertarik untuk menggunakan fasilitas skim pembiayaan syariah yang ditawarkan oleh bank syariah.

Berkaitan dengan masalah agunan, mayoritas petani (88 persen) menyatakan masalah agunan sangat mudah dipenuhi oleh petani. Petani memberikan sertifikat kepemilikan kebun sebagai agunan kepada pihak Bank Riau Syariah. Berdasarkan hasil wawancara dengan pihak Bank Riau Syariah, tingkat kelayakan usaha petani terutama dinilai dari luasnya kebun kelapa sawit, kepadatan pohon kelapa sawit, dan produksi yang dihasilkan. Oleh karena itu, apabila tingkat kelayakan usaha dinilai belum cukup, maka biasanya pihak bank meminta persyaratan lain agar dipenuhi petani.

#### **4.2.4. Sifat dapat Dicoba**

Sifat dapat dicoba (*triability* atau *divisibility*) mengacu pada tingkat di mana produk pembiayaan *murabahah* kebun kelapa sawit dapat dicoba secara terbatas. Sifat dapat dicoba antara produk barang dan produk jasa adalah berbeda. Loudon dan Bitta (1993) menjelaskan bahwa untuk mencoba produk jasa yang karakteristik utamanya tidak dapat dilihat/tidak nyata (*intangible*), maka calon konsumen dapat mencoba melalui pengalaman orang lain yang telah menggunakan produk tersebut. Bentuk mencoba ini dinamakan *vicarious trial*.

Sifat dapat dicoba, diukur dengan tingkat kemudahan mempelajari manfaat produk pembiayaan *murabahah* kebun kelapa sawit dari pengalaman orang lain, dan tingkat kemudahan mempelajari manfaat produk dengan bertanya langsung kepada bagian *marketing* Bank Riau Syariah. Dari hasil penelitian, terdapat 75 persen petani yang menyatakan bahwa sangat mudah mempelajari manfaat produk dari pengalaman orang lain yang sudah menggunakan produk pembiayaan *murabahah* kebun kelapa sawit. Petani cenderung untuk mengadopsi produk pembiayaan *murabahah* kebun kelapa sawit jika telah dicoba oleh petani lain dan terbukti lebih baik.

Di sisi lain, terdapat 80 persen petani yang menyatakan bahwa cukup mudah mempelajari manfaat produk dengan bertanya langsung kepada bagian *marketing* Bank Riau Syariah. Menurut petani, pegawai Bank Riau Syariah cukup ramah dan sabar menjelaskan manfaat produk pembiayaan *murabahah* kebun kelapa sawit kepada petani,



sehingga petani paham akan manfaat produk tersebut. Pegawai bank syariah mampu berbicara lembut, murah senyum dan memiliki tutur kata yang bersahabat ketika melayani petani. Sebenarnya petani lebih peduli dengan perlakuan yang bersahabat dari pihak bank dalam memilih bank. Pada umumnya petani menginginkan pelayanan yang cepat dan akurat. Seringkali harga jasa bank tidak menjadi masalah bagi petani, asal petani mendapat pelayanan yang memuaskan.

Seperti penelitian yang pernah dilakukan di beberapa negara, keramahan karyawan dalam melayani nasabah merupakan salah satu faktor yang menjadi dasar nasabah untuk memilih bank syariah. Sebagaimana hasil penelitian Haron et al (1994), Gerrard dan Cunningham (1997) serta Nasser et al (1999) bahwa nasabah di Malaysia, Singapura, dan Yordania memilih bank syariah karena keramahan pegawainya.

#### **4.2.5. Kemudahan Dikomunikasikan**

Kemudahan dikomunikasikan (*communicability* atau *observability*) adalah tingkat di mana hasil penggunaan produk pembiayaan *murabahah* kebun kelapa sawit dapat diamati atau diuraikan kepada orang lain, serta tingkat di mana hasil penggunaan produk tersebut terlihat oleh teman dan tetangga petani. Kemudahan dikomunikasikan, diukur dengan tingkat kemudahan mencari informasi dari sumber pribadi, tingkat kemudahan mencari informasi dari sumber komersil, tingkat kemudahan nasabah menghubungi pihak Bank Riau Syariah lewat telepon, tingkat kemampuan pihak Bank Riau Syariah menyampaikan informasi mengenai produk dengan baik, dan tingkat mengetahui adanya kenalan yang menggunakan produk ini.

Sebagian besar petani (76 persen) menyatakan cukup mudah mencari informasi tentang produk pembiayaan *murabahah* kebun kelapa sawit dari sumber pribadi. Informasi tentang produk pembiayaan *murabahah* kebun kelapa sawit sebagian besar diperoleh dari KUD ataupun dari sesama rekan petani (tetangga). Petani juga cukup mudah mencari informasi dari sumber komersil (63 persen), yaitu dari Koran Riau Pos ataupun dari radio terutama RRI. Disamping itu, mayoritas petani (74 persen) menyatakan sangat mudah menghubungi pihak Bank Riau Syariah lewat telpon untuk menanyakan informasi yang berkaitan dengan produk pembiayaan *murabahah* kebun kelapa sawit.

Bank Riau Syariah sangat mampu menyampaikan informasi mengenai produk dengan baik (menurut 70 persen petani). Menurut penilaian sebagian besar petani,

pegawai bank syariah menguasai tentang aturan dan persyaratan pembiayaan syariah. Dengan kata lain, pegawai bank syariah mampu menjelaskan tentang plafon, persyaratan dan prosedur pemberian pembiayaan syariah. Semakin pegawai bank syariah menguasai aturan dan persyaratan pembiayaan syariah, maka petani akan semakin puas. Jika petani makin puas, maka petani akan semakin yakin dan akan terus berminat menjadi nasabah yang loyal untuk bank syariah. Oleh karena itu, pihak bank syariah hendaknya rutin melakukan *debrief (test)* kepada seluruh karyawannya seputar pengetahuan tentang produk pembiayaan sehingga seluruh karyawan dari tingkat manajemen sampai *driver* mampu menjelaskan produk pembiayaan secara detail kepada nasabah. Di sisi lain, mayoritas petani (68 persen) juga menyatakan cukup banyak tahu kalau kenalan ataupun saudara petani banyak yang menggunakan produk ini.

#### **IV. KESIMPULAN**

Keputusan adopsi produk baru (produk pembiayaan *murabahah* kebun kelapa sawit) dipengaruhi oleh lima karakteristik yang dirasakan oleh petani sebagai nasabah, yaitu keunggulan relatif (*relative advantage*), kesesuaian (*compatibility*), kerumitan (*complexity*), kemungkinan untuk dicoba dulu (*triability*), dan kemudahan dikomunikasikan (*communicability* atau *observability*). Semakin unggul produk pembiayaan *murabahah* kebun kelapa sawit Bank Riau Syariah dibandingkan dengan produk yang telah ada (kredit dari bank konvensional ataupun pembiayaan dari bank syariah yang lain), semakin besar keputusan adopsi petani. Semakin tinggi kesesuaian produk pembiayaan *murabahah* kebun kelapa sawit Bank Riau Syariah, semakin besar kemungkinan keputusan adopsi petani. Semakin sulit produk pembiayaan *murabahah* kebun kelapa sawit Bank Riau Syariah dimengerti dan digunakan, semakin rendah kemungkinan keputusan adopsi petani. Semakin mudah produk pembiayaan *murabahah* kebun kelapa sawit Bank Riau Syariah untuk dicoba dan dikomunikasikan, semakin besar kemungkinan keputusan adopsi petani.

Saran yang diajukan kepada Bank Riau Syariah adalah sebaiknya Bank Riau Syariah menambah sumber informasi komersial untuk mengkomunikasikan produk pembiayaan *murabahah* kebun kelapa sawit Bank Riau Syariah kepada petani kelapa sawit, sehingga kesadaran petani akan adanya produk ini, dan pemahaman mereka mengenai keunggulan produk ini menjadi meningkat. Bank Riau Syariah juga dapat

membuat *testimonial* beberapa dari petani kelapa sawit untuk ditampilkan pada brosur dan atau pada *website* Bank Riau Syariah. Jadikan perkataan petani yang positif untuk mengantarkan pesan tentang produk ini kepada calon nasabah.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Almasdi Syahza. 2003. Rancangan Model Pemberdayaan Ekonomi Pedesaan Melalui Pembangunan Agroestate Kelapa Sawit di Daerah Riau, dalam *Jurnal Ekonomi*, Th. VIII/02/November/2003.
- Bakir Z.C, 2000. *Angkatan Kerja Indonesia*. CV. Rajawali Press, Jakarta.
- Dasipah, E. 2002. *Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pengembangan Usahatani Tomat Dataran Rendah di Provinsi Jawa Barat*. Disertasi tidak dipublikasikan. Program Pascasarjana Universitas Padjadjaran. Bandung.
- Engel, J. F., Blackwell, R.D., & Miniard, P.W. 1995 *Consumer Behavior, Sixth Edition*. Edisi Bahasa Indonesia (alih bahasa oleh F.X. Budiyanto). Binarupa Aksara. Jakarta.
- Gerrard, Philip, dan J. Barton Cunningham. 1997. Islamic Banking: A Study in Singapore. *International Journal of Bank Marketing*, Vol. 15 No. 6:206-216.
- Haron, Sudin, Norafifah Ahmad, dan Sandra L. Planisek. 1994. Bank Patronage Factors of Muslim and Non Muslim Customers. *International Journal of Bank Marketing*. Vol. 12 No.1: 32-40.
- Kotler, P. 2005. *Marketing Management, Eleventh Edition*. Edisi Bahasa Indonesia (alih bahasa oleh Benyamin Molan). PT. Indeks Kelompok Gramedia. Jakarta.
- Kotler, P., & Amstrong, G. 2001. *Principles of Marketing, 8<sup>th</sup> Edition*. Edisi Bahasa Indonesia (alih bahasa oleh Damos Sihombing). Erlangga. Jakarta.
- Loudon, D.L., & Bitta, A.J., Della. 1993. *Consumer Behavior*. Mc. Graw Hill Book Co. Singapore.
- Muhammad Syafi'i Antonio. 2001. *Bank Syariah, dari Teori ke Praktek*. Jakarta: Gema Insani.
- Nasser, Kamal, Ahmad Jamal, dan Khalid Al Khatib. 1999. Islamic Banking: A Study of Customer Satisfaction and Preference in Jordan. *The International Journal of Banking Marketing for The Financial Services Sector*. Vol. 17. No.3: 135-150.
- Padmowihardjo.S, 2002. *Evaluasi Penyuluhan Pusat*. Jakarta: Universitas Terbuka.

- Schiffman, L.G., & Kanuk,L.L. 2004. *Consumer Behavior, Seventh Edition*. Edisi Bahasa Indonesia (alih bahasa oleh Zoelkifli Kasip). PT. Indeks Kelompok Gramedia. Jakarta.
- Simamora, B. 2003. *Membongkar Kotak Hitam Konsumen*. PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Soekartawi.1996. *Panduan Membuat Usulan Proyek Pertanian dan Pedesaan*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Sumitro Djojohadikusumo. 2000. *Kredit Rakyat di Masa Depresi*. Terjemahan Hasan Basari. Jakarta: LP3ES.
- Syawal, Muhammad. 1988. *Kontribusi Penelitian, Penyuluhan, Pendidikan dan Daya Persepsi Terhadap Produktivitas dan Pendapatan Petani Padi di Sulawesi Tenggara*. Disertasi tidak dipublikasikan. Bandung: Program Pascasarjana Universitas Padjadjaran.