

LAPORAN PENELITIAN KELOMPOK

PENGARUH PENGETAHUAN DAN ORIENTASI RELIGIUS TERHADAP MINAT MENJADI NASABAH *ISLAMIC MINI BANK* FE UNY



Oleh:

Isroah, M.Si.	19660704 199203 2 003
Mimin Nur Aisyah, M.Sc., Ak	19820514 200501 2 001
Amanita Novi Yushita, M.Si.	19770810 200604 2 002
Sitty Maesaroh	11408144005

JURUSAN PENDIDIKAN AKUNTANSI
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS NEGERI YOGYAKARTA
2014

PENELITIAN INI DIBIYAI DENGAN DANA DIPA FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS NEGERI YOGYAKARTA
SK DEKAN FE UNY NOMOR: 611 TAHUN 2014, TANGGAL 23 MEI 2014
SURAT PERJANJIAN PELAKSANAAN PENELITIAN
NOMOR: 34/UN34.18/PL/2014, TANGGAL 2 JUNI 2014



**KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN
UNIVERSITAS NEGERI YOGYAKARTA
FAKULTAS EKONOMI**

Alamat: Kampus Karangmalang Yogyakarta, 55281
Telp/Fax. (0274) 554902, (0274)586168 psw. 821, 817, 823, 810, 812, 813, 815, 816
Website: <http://fe.uny.ac.id> e-mail: fe2uny.ac.id

LEMBAR PENGESAHAN LAPORAN PENELITIAN

1. Judul penelitian	: Pengaruh Pengetahuan dan Orientasi Religius Terhadap Minat Menjadi Nasabah <i>Islamic Mini Bank</i> FE UNY
2. Bidang kegiatan	: Akuntansi Keprilakuan
3. Lokasi kegiatan	: UNY
4. Waktu Kegiatan	: 6 bulan
5. Peneliti	
a. Nama lengkap dan gelar	: Isroah, M.Si.
b. NIP dan Golongan	: 19660704 199203 2 003 / IIIId
c. Pangkat / Jabatan	: Pembina /Lektor Kepala
d. Jurusan / Prodi	: Pend. Akuntansi / Pend. Akuntansi
e. Fakultas / Lembaga	: FE UNY
6. Alamat Kantor	: Kampus Karangmalang Yogyakarta
7. Alamat rumah	: Jl. Anggur No.2 Kadisoka RT 3 RW 1 Purwomartani Kalasan Sleman
8. Jumlah anggota	: 2 orang
9. Mahasiswa yang terlibat	: 1 orang
10. Biaya yang diperlukan	: Tujuh juta lima ratus ribu rupiah

Yogyakarta, Oktober 2014

Ketua Jurusan Pendidikan Akuntansi
FE UNY

Ketua Peneliti

Sukirno, M.Si, Ph.D.
NIP. 19690414 199403 1 002

Isroah, M.Si.
NIP. 19660704 199203 2 003

Mengesahkan,
Dekan Fakultas Ekonomi
Universitas Negeri Yogyakarta

Dr. Sugiharsono, M.Si.
NIP. 19550328 198303 1 002

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Sejak tahun 1970, lembaga keuangan Islam telah berkembang dengan pesat dan menyebar secara luas ke seluruh dunia. Di Indonesia, perkembangan lembaga keuangan Islam mulai terlihat sejak didirikannya Bank Muamalat Indonesia pada tahun 1991 sebagai bank yang mengusung mekanisme perbankan syariah yang pertama di Indonesia. Dalam kurun waktu dua dasawarsa ini ekonomi Islam berkembang dengan pesat, ditandai dengan banyaknya pendirian bank-bank syariah (baik yang menerapkan sistem murni syariah maupun *dual window*) serta maraknya pendirian berbagai lembaga keuangan syariah non bank seperti Baitul Maal wa Tamwil, BPR Syariah, Asuransi Syariah, Pegadaian Syariah, Reksadana Syariah, Pasar Modal Syariah serta Lembaga Zakat, Infaq, Shadaqah dan Wakaf.

Dari berbagai jenis lembaga keuangan syariah, perbankan syariah nampak paling pesat perkembangannya. Berdasarkan laporan Bank Indonesia bulan April 2013 (sebagaimana dikutip dalam laman ekonomisyariah.info), jumlah nasabah perbankan syariah telah mencapai 14,14 juta nasabah dengan pangsa pasar 4,8%. Jumlah itu tentu masih sangat kecil dibandingkan jumlah nasabah perbankan konvensional, namun peningkatan jumlah nasabah perbankan syariah dari tahun ke tahun.

Perkembangan positif yang ditunjukkan oleh perbankan syariah di Indonesia memberikan peluang bagus bagi para mahasiswa yang ingin menekuni dunia perbankan syariah. Beberapa mata kuliah di Fakultas Ekonomi UNY didesain untuk membekali mahasiswa dengan pengetahuan mengenai dunia perbankan, seperti mata kuliah Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya, Akuntansi Perbankan, dan Manajemen Perbankan. Pengetahuan yang bersifat teoretis ini perlu dilengkapi dengan pengetahuan serta ketrampilan terkait dengan sistem operasional keuangan perbankan, khususnya perbankan syariah. Untuk mendukung hal tersebut, Fakultas Ekonomi UNY mendirikan laboratorium perbankan syariah. Melalui laboratorium perbankan syariah ini mahasiswa dapat melakukan simulasi praktik sistem operasional keuangan perbankan syariah.

Agar dapat memberikan pengalaman berinteraksi langsung dengan sistem perbankan syariah, laboratorium perbankan syariah FE UNY mengembangkan divisi praktik yang diwujudkan dalam bentuk pengembangan IMB (*Islamic Mini Bank*). Sebagai bagian dari laboratorium perbankan syariah FE UNY, IMB telah melakukan *soft*

launching pada 19 Februari 2014. IMB beroperasi untuk melayani jasa keuangan syariah bagi mahasiswa, dosen dan karyawan di lingkungan Universitas Negeri Yogyakarta. Berbagai produk simpanan dan pembiayaan ditawarkan kepada para nasabah. Sampai awal April 2014, jumlah nasabah mencapai lebih dari 60 orang dan 3 organisasi dengan jumlah simpanan mencapai 40 juta rupiah. Selanjutnya pada September 2014 jumlah nasabah IMB telah mencapai lebih dari 100 orang dan IMB sudah mulai menyalurkan pembiayaan kepada nasabah yang membutuhkan.

Melihat data di atas, antusiasme mahasiswa, dosen dan karyawan terhadap keberadaan IMB tampaknya cukup menggembirakan. Meskipun begitu, masih perlu dilakukan sosialisasi yang lebih luas tentang IMB agar layanan perbankan syariah yang ditawarkan oleh IMB dapat diketahui dan dinikmati oleh berbagai kalangan di lingkungan UNY. Menjadi suatu hal yang menarik untuk mengetahui faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi minat mereka untuk menjadi nasabah IMB. Minat di sini tidak hanya terkait dengan minat awal untuk membuka tabungan di IMB, namun juga minat dalam menggunakan produk-produk serta bertransaksi di IMB. Hal ini dilakukan mengingat sebagian nasabah hanya membuka rekening tabungan saja namun belum aktif dalam mengunjungi maupun melakukan transaksi lanjutan di IMB.

Salah satu faktor mendasar yang diduga mempengaruhi minat menjadi nasabah IMB adalah pengetahuan, yaitu pengetahuan calon nasabah mengenai konsep perbankan syariah dan pengetahuan mengenai produk-produk perbankan syariah dari IMB. Meskipun sudah ada beberapa matakuliah yang mengenalkan konsep perbankan syariah serta kegiatan kemahasiswaan di CIES (*Center for Islamic Economics Studies*), namun tidak semua mahasiswa tertarik dengan hal tersebut, ditambah lagi dengan proporsinya yang sangat kecil dibandingkan dengan muatan ekonomi konvensional. Dengan memiliki pengetahuan mengenai konsep/prinsip dalam perbankan syariah dan memahami apa perbedaannya dengan perbankan konvensional diharapkan dapat menimbulkan ketertarikan seseorang untuk menjadi nasabah IMB. Minat ini juga dapat timbul setelah calon nasabah mengetahui lebih lanjut karakteristik produk yang ditawarkan oleh IMB, manfaat serta kepuasan yang dapat diberikan oleh produk-produk IMB tersebut.

Selain terkait dengan pengetahuan yang bersifat rasional, antusiasme masyarakat terhadap perbankan syariah juga dihubungkan dengan aspek kepribadian masing-masing individu. Dalam penelitian ini, peneliti berusaha melihat orientasi dari penggunaan produk perbankan syariah, apakah orientasi tersebut merupakan orientasi yang bersifat keagamaan (*religious*), yaitu keinginan mengaplikasikan syariah dalam kehidupan sehari-

harinya, ataukah lebih cenderung pada orientasi ekonomi, yaitu mendapatkan manfaat dari transaksi syariah yang menguntungkan secara ekonomis. Orientasi religius merupakan konstruk yang akan membantu menjelaskan masalah tersebut. Orientasi religius menunjukkan cara seseorang dalam mengaplikasikan keyakinan dan nilai-nilai agamanya. Individu yang memiliki orientasi religius internal memiliki komitmen tinggi terhadap nilai-nilai keagamaan dan menjalankan kehidupannya berdasarkan nilai-nilai keagamaan tersebut. Adapun individu dengan orientasi religius eksternal cenderung menggunakan agama sebagai alat untuk mencapai tujuannya.

Berdasarkan uraian yang dikemukakan di atas, penelitian ini berusaha menyelidiki pengaruh pengetahuan, baik pengetahuan tentang prinsip dan konsep perbankan syariah, maupun pengetahuan terhadap produk IMB, serta orientasi religius terhadap minat menjadi nasabah IMB FE UNY sekaligus menjadikannya sebagai topik penelitian ini.

B. Identifikasi Masalah

Berikut ini adalah permasalahan yang diidentifikasi dalam penelitian ini:

1. Kurang luasnya sosialisasi mengenai IMB sehingga jumlah nasabah masih relatif sedikit.
2. Sebagian nasabah hanya membuka rekening tabungan namun belum aktif mengunjungi maupun melakukan transaksi lanjutan di IMB.
3. Minimnya pengetahuan civitas akademika UNY mengenai konsep/prinsip-prinsip perbankan syariah.
4. Rendahnya pengetahuan civitas akademika UNY mengenai produk-produk yang ditawarkan oleh IMB.
5. Orientasi keberagaman mungkin lebih mendasari minat menjadi nasabah IMB dibandingkan orientasi ekonomi.

C. Pembatasan Masalah

Penelitian ini berfokus pada minat menjadi nasabah IMB dengan mengeksplorasi pengaruh pengetahuan dan orientasi religius calon nasabah. Pengetahuan dalam penelitian ini meliputi dua hal, yaitu (1) pengetahuan tentang prinsip dan konsep perbankan syariah, serta (2) pengetahuan terhadap produk IMB. Orientasi religius calon nasabah juga dibedakan menjadi dua, yaitu orientasi religius internal (keagamaan) dan orientasi religius eksternal (ekonomi).

D. Rumusan Masalah

1. Bagaimana pengaruh pengetahuan tentang prinsip dan konsep perbankan syariah terhadap minat menjadi nasabah IMB FE UNY?
2. Bagaimana pengaruh pengetahuan tentang produk IMB terhadap minat menjadi nasabah IMB FE UNY?
3. Bagaimana pengaruh orientasi religius terhadap minat menjadi nasabah IMB FE UNY?
4. Bagaimana pengaruh pengetahuan tentang prinsip dan konsep perbankan syariah, pengaruh pengetahuan tentang produk IMB, serta pengaruh orientasi religius secara bersama-sama terhadap minat menjadi nasabah IMB FE UNY?

E. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui pengaruh pengetahuan tentang konsep perbankan syariah terhadap minat menjadi nasabah IMB FE UNY.
2. Untuk mengetahui pengaruh pengetahuan tentang produk IMB terhadap minat menjadi nasabah IMB FE UNY.
3. Untuk mengetahui pengaruh orientasi religius terhadap minat menjadi nasabah IMB FE UNY.
4. Untuk mengetahui pengaruh pengetahuan tentang prinsip dan konsep perbankan syariah, pengaruh pengetahuan tentang produk IMB, serta pengaruh orientasi religius secara bersama-sama terhadap minat menjadi nasabah IMB FE UNY

F. Manfaat Penelitian

1. Manfaat teoritis
 - a. Dapat memperkaya literatur mengenai minat menjadi nasabah perbankan syariah, terutama yang berkaitan dengan aspek pengetahuan dan orientasi religious.
 - b. Dapat menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya dalam topik yang relevan.
2. Manfaat praktis

Dapat memberikan informasi mengenai minat menjadi nasabah IMB beserta karakteristik calon nasabah IMB, pengetahuan terhadap konsep perbankan syariah, pengetahuan terhadap produk-produk IMB, serta orientasi religious mereka. Diharapkan hal ini dapat memberikan gambaran untuk menyusun strategi manajemen IMB yang lebih efektif.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

A. Minat Menjadi Nasabah

Minat (*interest*) merupakan situasi seseorang sebelum melakukan tindakan yang dapat dijadikan sebagai dasar untuk memprediksi perilaku atau tindakan tersebut. Minat menggunakan (*behavioral intention*) didefinisikan sebagai probabilitas subjektif seseorang untuk melakukan suatu perilaku tertentu (Yi et al, 2005). Nasabah adalah seseorang yang menjadi pelanggan (*customer*) dan menikmati jasa-jasa yang ditawarkan oleh penyedia jasa, semisal bank. Minat menjadi nasabah dapat diartikan sebagai keinginan yang memungkinkan seseorang untuk menjadi nasabah suatu penyedia jasa, dalam hal ini adalah nasabah IMB (*Islamic Mini Bank*) FE UNY.

Menurut Crow dan Crow (1980) ada tiga faktor utama yang membentuk minat, antara lain: (1) faktor dorongan dari dalam, yaitu faktor yang mengarah pada kebutuhan-kebutuhan yang muncul dari dalam diri individu, meliputi: dorongan fisik, mempertahankan diri dari rasa takut, rasa lapar, rasa sakit, serta dorongan rasa ingin tahu yang membangkitkan minat untuk mengadakan penelitian, dan sebagainya; (2) faktor motif social, yaitu mengarah pada penyesuaian diri terhadap lingkungan agar dapat diterima oleh lingkungannya atau kegiatan untuk memenuhi kebutuhan social, seperti: bekerja, mendapatkan status, perhatian dan penghargaan; (3) faktor emosional/perasaan, yaitu yang berhubungan dengan perasaan/emosi, dimana keberhasilan dalam melakukan aktivitas yang didorong oleh minat akan membawa rasa senang dan memperkuat minat yang ada, sementara kegagalan menghasilkan yang sebaliknya.

B. Pengetahuan

Pengetahuan didefinisikan sebagai segala sesuatu yang diketahui, atau segala sesuatu yang diketahui berkenaan dengan suatu hal (KBBI). Pengetahuan adalah informasi yang telah dikombinasikan dengan pemahaman dan potensi untuk menindaki; yang lantas melekat di benak seseorang (Wikipedia). Menurut Kottler (2000), pengetahuan adalah suatu perubahan dalam perilaku suatu individu yang berasal dari pengalaman.

Pola perilaku yang dimiliki konsumen dipengaruhi oleh pengetahuan mereka. Dengan tingkat pengetahuan yang dimilikinya, konsumen dapat memproses informasi yang baru, membuat pertimbangan dan mengambil keputusan. Dalam menghadapi

penawaran produk/jasa, informasi yang dimiliki konsumen mengenai produk/jasa akan mempengaruhi perilaku dalam pembelian produk/jasa. Peter dan Olson (1996) membagi pengetahuan menjadi tiga jenis pengetahuan produk, yaitu: (1) pengetahuan tentang karakteristik atau atribut produk; (2) pengetahuan tentang manfaat produk, dan (3) pengetahuan tentang nilai/kepuasan yang diberikan oleh produk.

Perbankan syariah menawarkan produk yang berbeda dengan perbankan konvensional, terutama dari aspek tidak adanya riba, gharar dan praktik-praktik lain yang dilarang dalam Islam. Produk perbankan syariah adalah sesuatu yang relatif baru mengingat masyarakat sudah terlalu lama berada dalam sistem ekonomi konvensional sehingga prinsip-prinsip seperti *time value of money* dan sistem bunga dalam pinjaman begitu lekat dalam keseharian masyarakat. Tidaklah mudah memperkenalkan sesuatu yang berbeda dari yang biasa dikenal. Namun demikian sosialisasi mengenai konsep dan produk perbankan terus dilaksanakan supaya masyarakat dapat mengetahui dengan jelas prinsip-prinsip serta bentuk produk yang ditawarkan oleh perbankan syariah.

Tabel 1. Perbedaan Bank Syariah dan Bank Konvensional

No	Perbedaan	Bank Syariah	Bank Konvensional
1	Falsafah	Tidak berdasarkan bunga, spekulasi dan ketidakjelasan	Berdasarkan bunga
2	Operasionalisasi	<ul style="list-style-type: none"> • Dana masyarakat berupa titipan dan investasi yang baru akan mendapatkan hasil jika diusahakan terlebih dahulu. • Penyaluran pada usaha yang halal dan menguntungkan 	<ul style="list-style-type: none"> • Dana masyarakat berupa simpanan yang harus dibayar bunganya pada saat jatuh tempo. • Penyaluran pada sector yang menguntungkan; aspek halal tidak menjadi pertimbangan utama.
3	Aspek Sosial	Dinyatakan secara eksplisit dan tegas yang tertuang dalam visi dan misi	Tidak diketahui secara tegas
4	Organisasi	Harus memiliki Dewan Pengawas Syariah	Tidak memiliki Dewan Pengawas Syariah

Sumber: IBI (2012) dalam Heri Sudarsono (2004)

Berikut ini adalah prinsip, konsep, dan produk-produk perbankan syariah yang selanjutnya membentuk konstruk variabel pengetahuan dalam penelitian ini (<http://reiyslbs.wordpress.com>).

1. Prinsip Bank Syariah

Prinsip yang dijalankan dalam melaksanakan operasional bank syariah adalah:

- a. Prinsip Keadilan, tercermin dari penerapan imbalan atas dasar bagi hasil dan pengambilan margin keuntungan yang telah disepakati oleh bank dan nasabah.
- b. Prinsip Kesederajatan, bank syariah menempatkan nasabah penyimpan dana, nasabah pengguna dana, maupun bank pada kedudukan yang sama dan sederajat. Hal ini tercermin dalam hak, kewajiban, resiko, dan keuntungan yang berimbang di antara nasabah penyimpan dana, nasabah pengguna dana, maupun pihak bank.
- c. Prinsip Ketenteraman, produk-produk bank syariah telah sesuai dengan prinsip dan kaidah muamalah Islam, antara lain : tidak ada unsur riba dan menerapkan zakat harta. Dengan demikian nasabah merasakan ketenteraman lahir dan batin.

2. Pengelolaan Bank Syariah

Bank syariah pada hakekatnya dikelola berdasarkan konsep berikut ini:

- a. Islam memandang harta sebagai titipan atau amanah Allah SWT sehingga cara memperoleh, mengelola, dan memanfaatkannya harus sesuai dengan ajaran Islam.
- b. Bank syariah mendorong nasabah untuk mengelola hartanya sesuai ajaran Islam.
- c. Bank syariah menempatkan akhlaqul karimah baik nasabah maupun pengelola bank sebagai sikap yang mendasari hubungan antara nasabah dan bank.
- d. Adanya kesamaan ikatan emosional yang kuat didasarkan prinsip keadilan, prinsip kesederajatan, dan prinsip ketenteraman antara pemegang saham, pengelola bank, dan nasabah atas jalannya usaha bank syariah
- e. Prinsip bagi hasil:
 - 1) Penentuan besarnya resiko, bagi hasil dibuat pada waktu akad dengan berpedoman pada kemungkinan untung dan rugi
 - 2) Besarnya nisbah bagi hasil berdasarkan jumlah keuntungan yang diperoleh
 - 3) Jumlah bagi hasil meningkat sesuai dengan peningkatan jumlah pendapatan
 - 4) Tidak ada yang meragukan keuntungan bagi hasil
 - 5) Bagi hasil tergantung pada keuntungan proyek yang dijalankan. Jika proyek itu tidak mendatangkan keuntungan, maka kerugian itu akan ditanggung bersama oleh kedua belah pihak.

3. Prinsip Dasar Produk Bank Syariah

Prinsip-prinsip dasar produk bank syariah yang diaplikasikan dalam kegiatan menghimpun dana (Produk pendanaan), antara lain :

- a. *Wadiah (Depository)*
Titipan dari satu pihak kepada pihak lain, baik individu maupun badan hukum, yang harus dijaga dan dikembalikan setiap saat bila pemilik menghendaki.
- b. *Mudharabah Muthlaqah (General Investment)*
Kerjasama antara dua pihak dimana pihak pertama menyediakan modal dan memberikan kewenangan penuh kepada pihak kedua dalam menentukan jenis dan tempat investasi, sedangkan keuntungan dan kerugian dibagi menurut kesepakatan bersama.
- c. *Mudharabah Muqayyadah*
Kerjasama antara dua pihak dimana pihak pertama menyediakan modal dan memberikan kewenangan terbatas kepada pihak kedua dalam menentukan

jenis dan tempat investasi, sedangkan keuntungan dan kerugian dibagi menurut kesepakatan dimuka.

Prinsip-prinsip dasar produk syariah yang diaplikasikan dalam kegiatan penyaluran dana atau produk pembiayaan :

- a. *Murabahah (Deferred Payment Sale)*
Suatu perjanjian yang disepakati antar bank syariah dengan nasabah dimana bank menyediakan pembiayaan untuk pembelian bahan baku/modal kerja lainnya yang dibutuhkan nasabah yang akan dibayar kembali oleh nasabah sebesar harga jual (harga beli bank + margin keuntungan) pada waktu yang telah ditentukan.
- b. *Mudharabah(Trust Financing, Trust Investment)*
Kerjasama antara dua pihak dimana pihak pertama menyediakan modal sedangkan pihak kedua mengelola dana dimana keuntungan dan kerugian dibagi bersama menurut kesepakatan dimuka.
- c. *Musyarakah (Partnership, Project Financing Participation)*
Perjanjian pembiayaan antara bank syariah dengan nasabah yang membutuhkan pembiayaan, dimana bank dan nasabah secara bersama membiayai suatu usaha/proyek yang juga dikelola secara bersama atas prinsip bagi hasil sesuai dengan penyertaan dimana keuntungan dan kerugian dibagi sesuai kesepakatan dimuka.
- d. *Salam(In-front Payment Sale)*
Pembiayaan jual beli dimana pembeli memberikan uang terlebih dahulu terhadap barang yang dibeli yang telah disebutkan spesifikasinya dengan pengantaran kemudian.
- e. *Istishna (Purchase by Order or Manufacture)*
Pembiayaan jual beli yang dilakukan bank dan nasabah dimana penjual (pihak bank) membuat barang yang dipesan oleh nasabah.
- f. *Ijarah (Operational Lease)*
Perjanjian sewa yang memberikan kepada penyewa untuk memanfaatkan barang yang akan disewa dengan imbalan uang sewa sesuai dengan persetujuan dan setelah masa sewanya berakhir maka barang dikembalikan kepada pemilik, namun penyewa juga dapat memiliki barang yang disewa dengan pilihan pemindahan kepemilikan atas barang yang disewa dari pihak bank oleh pihak lain.

Adapun prinsip produk-produk syariah dalam penyelenggaraan jasa-jasa perbankan:

- a. *Kafalah (Guaranty)*
Akad pemberian garansi/jaminan oleh pihak bank kepada nasabah untuk menjamin pelaksanaan proyek dan pemenuhan kewajiban tertentu oleh pihak yang dijamin.
- b. *Wakalah (Deputyship)*
Akad perwakilan antara kedua belah pihak (bank dan nasabah) dimana nasabah memberikan kuasa kepada bank untuk mewakili dirinya melakukan pekerjaan/jasa tertentu.
- c. *Hawalah (Transfer Service)*
Akad pemindahan piutang nasabah kepada bank untuk membantu nasabah mendapatkan modal tunai agar dapat melanjutkan produksinya dan bank mendapat imbalan atas jasa pemindahan piutang tersebut.
- d. *Ar-Rahn (Mortgage)*

Menahan salah satu harta milik nasabah yang memiliki nilai ekonomis sebagai jaminan atas pinjaman yang diterimanya.

e. *Al-Qardh (Soft and Benevolent Loan)*

Pemberian harta kepada nasabah yang dapat ditagih atau diminta kembali atau dengan kata lain meminjamkan tanpa mengharapkan imbalan.

C. Orientasi Religious

Orientasi religius didefinisikan sebagai cara seseorang dalam mempraktikkan keyakinan dan nilai-nilai agamanya dalam kehidupan sehari-hari (Allport & Ross, 1967; Batson & Ventis, 1982). Dua aspek orientasi religius yang paling banyak digunakan dalam penelitian adalah orientasi intrinsik dan orientasi ekstrinsik. Individu dengan orientasi religius internal cenderung untuk menjalankan kehidupan sehari-harinya berdasarkan agamanya. Ia mengidentifikasikan agama sebagai sesuatu yang sangat mendasar dan menjadi tujuan hidupnya. Bagi individu dengan orientasi religius intrinsik, keyakinan pribadi akan kebenaran lebih penting dibandingkan aspek sosial dari agama. Komitmen terhadap keyakinan dan nilai-nilai agamanya sangat tinggi sehingga bersedia mengorbankan kepentingan pribadinya untuk mematuhi keyakinan dan nilai-nilai tersebut.

Individu dengan orientasi religius ekstrinsik lebih banyak dipengaruhi oleh keyakinan dan nilai-nilai eksternal/sosial dan berpartisipasi dalam aktivitas sosial untuk memenuhi kebutuhan pribadinya, misal afiliasi sosial atau keuntungan pribadi (Allport & Ross, 1967). Agama cenderung digunakan sebagai alat untuk mencapai tujuan yang bersifat non keagamaan.

D. Hasil Penelitian yang Relevan

1. Penelitian Eko Yuliawan (2011) yang berjudul “Pengaruh Pengetahuan Konsumen Mengenai Perbankan Syariah Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Pada PT. Bank Syariah Cabang Bandung”. Pada penelitian ini pengetahuan konsumen berpengaruh sebesar 44.8% terhadap keputusan konsumen. Sementara itu jika dilihat secara deskriptif, pengetahuan konsumen berada dalam kategori mengetahui secara baik dan keputusan konsumen berada pada kategori menentukan pengambilan keputusan.
2. Penelitian Yayak Kusdaryati (2013) yang berjudul Pengaruh Pengetahuan Santri Tentang Perbankan Syariah Terhadap Minat Memilih Produk Bank Syariah Mandiri Yogyakarta (Studi Kasus Santri PP. Nurul Ummah Putri Kotagede Yogyakarta). Hasil penelitian ini menyatakan bahwa pengetahuan terhadap definisi perbankan syariah, pengetahuan terhadap prinsip-prinsip perbankan syariah, pengetahuan terhadap lokasi

perbankan syariah, dan pengetahuan terhadap produk-produk perbankan syariah secara parsial maupun bersama-sama berpengaruh positif terhadap minat memilih produk Bank Syariah Mandiri Yogyakarta.

3. Penelitian Nurudin Akbar (tahun tidak diketahui) yang berjudul “Hubungan sikap terhadap perubahan organisasi berbasis syariah dengan orientasi religious karyawan pada hotel X”. Penelitian menunjukkan bahwa orientasi religious berhubungan positif dengan sikap terhadap perubahan organisasi syariah. Analisis lebih lanjut menunjukkan hubungan positif antara orientasi religious eksternal terhadap sikap terhadap perubahan organisasi berbasis syariah, namun hubungan sebaliknya terjadi pada orientasi religious internal.

E. Kerangka Berpikir dan Hipotesis Penelitian

1. Pengaruh pengetahuan tentang konsep perbankan syariah terhadap minat menjadi nasabah IMB FE UNY

Perbankan syariah menawarkan prinsip, konsep serta produk yang berbeda dari perbankan konvensional. Sesuai dengan aturan Islam, uang adalah alat tukar dan bukan komoditas sehingga tidak diperbolehkan untuk memperjualbelikan atau menyewakan uang. Tidak ada sistem bunga dalam penghimpunan dana maupun pembiayaan, tetapi menggunakan prinsip bagi hasil. Prinsip keadilan, kesederajatan dan prinsip ketentraman digunakan sebagai prinsip dasar dalam hubungan antara bank dengan nasabah. Hal-hal tersebut mungkin terdengar agak asing bagi masyarakat sudah terlalu lama terjebak dalam sistem ekonomi konvensional. Prinsip bagi hasil seringkali disamakan dengan sistem bunga karena masyarakat melihat kesamaan dalam hal pembayaran angsuran pinjaman yang lebih besar dari pokoknya, padahal dari segi prinsip dan akad sangatlah berbeda.

Perbankan syariah memiliki kewajiban untuk melakukan sosialisasi mengenai prinsip, konsep, dan produk perbankan syariah supaya masyarakat dapat mengetahui dengan perbedaan antara perbankan syariah dengan perbankan konvensional. Dengan mengetahui sekaligus memahami prinsip dan konsep perbankan syariah diharapkan masyarakat memiliki minat untuk beralih ke perbankan syariah. Demikian juga dalam kasus Islamic Mini Bank FE UNY, dengan memiliki pengetahuan tentang prinsip dan konsep perbankan syariah yang memadai, calon nasabah, baik mahasiswa, dosen maupun karyawan di UNY, berminat menjadi nasabah IMB FE UNY.

Berdasarkan uraian di atas, penelitian ini mengajukan hipotesis berikut.

H1: Pengetahuan tentang prinsip dan konsep perbankan syariah berpengaruh positif terhadap minat menjadi nasabah IMB FE UNY.

2. Pengaruh pengetahuan tentang produk IMB terhadap minat menjadi nasabah IMB FE UNY

Produk-produk yang ditawarkan oleh perbankan syariah harus sesuai dengan prinsip dasar pengelolaan uang dalam Islam. Dalam hal penghimpunan dana misalnya, bank syariah dapat menggunakan prinsip titipan (*wadiah*) dan prinsip investasi (*mudharabah*) baik investasi yang bersifat wewenang penuh (*muthlaqah*) maupun terbatas (*muqayyadah*). Demikian pula dalam hal penyaluran dana/produk pembiayaan, bank syariah dapat menggunakan prinsip pembiayaan modal kerja (*murabahah*), investasi (*mudharabah*), kerjasama (*musyarakah*), jual beli (*salam dan istishna*) ataupun sewa (*ijarah*). Dalam operasionalnya, Islamic Mini Bank FE UNY juga menawarkan produk-produk berbasis prinsip syariah yang bersifat menguntungkan pihak bank maupun nasabah. Produk simpanan yang diluncurkan antara lain simpanan Mandiri, Bright, Cendekia, dan simpanan Qurban Taqwa. Adapun produk pembiayaan yang dimiliki meliputi pembelian barang (laptop, sepeda motor, dll) serta pembiayaan usaha kecil. Dengan mendapatkan informasi yang jelas mengenai produk-produk yang ditawarkan oleh Islamic Mini Bank diharapkan calon nasabah memiliki pengetahuan mengenai karakteristik produk, manfaat serta nilai yang bisa diberikan produk IMB kepada nasabah. Dengan pengetahuan terkait produk perbankan syariah tersebut, calon nasabah diharapkan memiliki minat menjadi nasabah IMB FE UNY. Hipotesis kedua yang diajukan dalam penelitian ini adalah:

H2: Pengetahuan tentang produk IMB berpengaruh positif terhadap minat menjadi nasabah IMB FE UNY.

3. Pengaruh orientasi religius terhadap minat menjadi nasabah IMB FE UNY

Orientasi religius merupakan cara seseorang dalam mempraktikkan keyakinan dan nilai-nilai agamanya dalam kehidupan sehari-hari (Allport & Ross, 1967; Batson & Ventis, 1982). Ada dua macam orientasi yang muncul, yaitu orientasi instrinsik dan orientasi ekstrinsik. Individu dengan orientasi religius internal cenderung untuk menjalankan kehidupan sehari-harinya berdasarkan agamanya; agama dianggap sebagai hal paling mendasar dan menjadi tujuan hidupnya. Komitmen terhadap

keyakinan dan nilai-nilai agamanya sangat tinggi sehingga bersedia mengorbankan kepentingan pribadinya untuk mematuhi keyakinan dan nilai-nilai tersebut. Individu dengan orientasi religius ekstrinsik lebih banyak dipengaruhi oleh keyakinan dan nilai-nilai eksternal/sosial dan berpartisipasi dalam aktivitas sosial untuk memenuhi kebutuhan pribadinya, misal afiliasi sosial atau keuntungan pribadi (Allport & Ross, 1967). Agama cenderung digunakan sebagai alat untuk mencapai tujuan yang bersifat non keagamaan.

Seseorang dengan orientasi religious yang bersifat internal akan berusaha untuk menjalankan semua aspek kehidupannya sesuai dengan prinsip-prinsip Islam, termasuk dalam aktivitas ekonominya. Keberadaan perbankan syariah dan produk-produk yang ditawarkannya merupakan sebuah alternative solusi untuk menjalankan aktivitas ekonomi sesuai dengan syariat Islam. Dengan begitu, orang yang berorientasi religious internal diharapkan menyambut baik keberadaan perbankan syariah dan berminat menjadi nasabah bank syariah. Di sisi lain, seseorang yang berorientasi religious eksternal akan cenderung mempertimbangkan manfaat ekonomis yang akan diperolehnya ketika beralih ke perbankan syariah. Namun demikian, perbankan syariah saat ini mampu menawarkan manfaat ekonomis yang tidak kalah dengan perbankan konvensional. Dari sisi penghimpunan dana maupun pembiayaan, perbankan syariah mampu menawarkan produk yang kompetitif. Dengan demikian, orang yang berorientasi religious pun akan dapat menyadari manfaat produk dan jasa perbankan syariah sehingga bersedia menjadi nasabah bank syariah. Hal ini juga diharapkan berlaku untuk IMB FE UNY, sehingga hipotesis ketiga yang diajukan adalah:

H3: Pengaruh orientasi religius berpengaruh terhadap minat menjadi nasabah IMB FE UNY.

4. Pengaruh pengetahuan tentang prinsip dan konsep perbankan syariah, pengaruh pengetahuan tentang produk IMB, serta pengaruh orientasi religius secara bersama-sama terhadap minat menjadi nasabah IMB FE UNY

Pengetahuan terhadap prinsip dan konsep perbankan syariah akan memberikan kepercayaan terhadap operasional perbankan syariah. Demikian pula dengan lebih detail mengenal produk dan jasa perbankan syariah yang sesuai dengan kebutuhannya, masyarakat akan lebih mudah untuk menerima perbankan syariah dan

menimbulkan minat untuk menjadi nasabah dan menikmati produk-produknya. Faktor personal berupa orientasi religious yang menunjukkan bagaimana seseorang mengaplikasikan keyakinan agamanya dalam kehidupan sehari-hari juga diharapkan akan membuat keberadaan perbankan syariah yang merupakan bagian dari penerapan syariat Islam dalam aktivitas ekonomi sehari-hari lebih mudah untuk diterima. Dari uraian tersebut ketiga variable dalam penelitian ini diharapkan bisa memberikan pengaruh secara bersama-sama terhadap minat menjadi nasabah perbankan syariah, dalam hal ini secara spesifik adalah nasabah IMB FE UNY.

Hipotesis keempat yang diajukan dalam penelitian ini adalah:

H4: Pengetahuan tentang prinsip dan konsep perbankan syariah, pengetahuan tentang produk IMB, serta orientasi religius secara bersama-sama berpengaruh terhadap minat menjadi nasabah IMB FE UNY.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Desain Penelitian

Penelitian ini merupakan *causal study* yang bertujuan untuk menjelaskan hubungan antar variabel yang diteliti, dalam hal ini adalah pengaruh pengetahuan, baik pengetahuan mengenai konsep dan prinsip perbankan syariah maupun pengetahuan mengenai produk-produk *Islamic Mini Bank* (IMB), serta orientasi religious terhadap minat menjadi nasabah IMB FE UNY. Penelitian dilakukan dengan metode survey melalui penyebaran kuesioner. Jika dilihat dari jenis datanya, maka penelitian ini bersifat kuantitatif karena data dari kuesioner responden bersifat kuantitatif dan diolah dengan teknik analisis kuantitatif menggunakan software SPSS.

B. Populasi dan Sampel Penelitian

Populasi penelitian ini adalah seluruh nasabah IMB FE UNY yang berjumlah sekitar 110 orang. Peneliti berusaha menghubungi semua nasabah melalui nomor kontak yang tersedia untuk dapat berpartisipasi dalam survei ini. Nasabah yang belum memberikan respon dalam waktu satu minggu dihubungi kembali oleh peneliti agar bersedia menjadi responden penelitian. Jumlah nasabah yang akhirnya berpartisipasi dalam survei ini berjumlah 60 orang (*response rate* 54,54%) namun kuesioner yang diisi dengan lengkap dan dapat dianalisis lebih lanjut hanya 48 buah kuesioner saja (*usable rate* 43,63%).

C. Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel

1. Minat menjadi Nasabah

Minat menjadi nasabah dapat diartikan sebagai keinginan yang memungkinkan seseorang untuk menjadi nasabah suatu penyedia produk/jasa, dalam hal ini adalah nasabah IMB (*Islamic Mini Bank*) FE UNY. Minat menjadi nasabah diukur dengan menggunakan 7 item pertanyaan dengan skala 1-5 mengenai keinginan menjadi nasabah di masa yang akan datang, keinginan menggunakan layanan produk/jasa lebih sering, dan keinginan merekomendasikan produk/jasa kepada orang lain.

2. Pengetahuan tentang prinsip dan konsep perbankan syariah

Pengetahuan tentang prinsip dan konsep perbankan syariah didefinisikan sebagai segala sesuatu yang diketahui responden berkenaan dengan prinsip-prinsip dan konsep dalam pengelolaan bank syariah. Untuk mengukur variabel ini, diajukan 11 item pertanyaan dengan menggunakan skala 1-5.

3. Pengetahuan tentang produk *Islamic Mini Bank FE UNY*

Pengetahuan tentang produk didefinisikan sebagai segala sesuatu yang diketahui responden berkenaan dengan produk-produk perbankan, khususnya produk yang ditawarkan oleh IMB FE UNY. Ada 11 item pertanyaan dengan skala 1-5 yang digunakan untuk mengukur variabel ini.

4. Orientasi religius

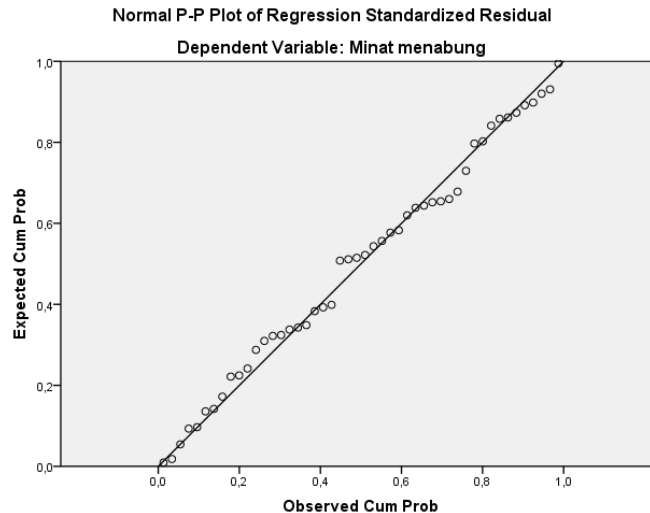
Orientasi religius didefinisikan sebagai cara seseorang dalam mempraktikkan keyakinan dan nilai-nilai agamanya dalam kehidupan sehari-hari. Orientasi religius diukur dengan menggunakan 22 item pertanyaan dengan skala 1-5 dari instrumen yang merupakan pengembangan bersama para anggota seminar di Harvard di bawah pimpinan Allport & Ross (1967) dg mengacu pd aspek-aspek sikap yang berkaitan dengan orientasi religius.

D. Uji Asumsi Klasik

Setelah data terkumpul, dilakukan pengujian asumsi klasik, seperti asumsi normalitas, multikolinearitas dan linearitas. Berikut ini adalah hasil uji asumsi klasik dalam penelitian ini.

1. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah data variabel dependen dan variabel independen memiliki distribusi normal atau tidak. Data yang baik memiliki distribusi data normal atau mendekati normal. Gambar 2 menunjukkan bahwa titik-titik berada sangat dekat dengan garis lurus (garis yang menggambarkan keadaan ideal dari data yang mengikuti distribusi normal), maka dapat disimpulkan bahwa data dalam penelitian ini mengikuti distribusi normal atau memenuhi asumsi normalitas.



Gambar 1. Hasil uji normalitas

2. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel independen. Pada model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi antar variabel bebas. Penilaian terhadap terjadinya multikolinearitas dilakukan dengan melihat nilai tolerance dan nilai VIF (*Variance Inflation Factor*). Tidak terdapat multikolinearitas jika nilai tolerance lebih besar dari 0,10 dan nilai VIF lebih kecil dari 10,00; sebaliknya, terdapat multikolinearitas jika nilai tolerance lebih kecil atau sama dengan 0,10 dan nilai VIF lebih besar atau sama dengan 10,00.

Tabel 2. Hasil uji multikolinearitas

Variabel	Perhitungan		Keterangan
	Tolerance	VIF	
Pengetahuan prinsip dan konsep perbankan syariah	0,746	1,340	Tidak terdapat multikolinearitas
Pengetahuan produk IMB	0,755	1,325	Tidak terdapat multikolinearitas
Orientasi religius	0,987	1,013	Tidak terdapat multikolinearitas

Berdasarkan hasil uji multikolinearitas seperti yang ada di tabel 2 di atas, dapat disimpulkan tidak terdapat multikolinearitas antar variabel yang digunakan dalam penelitian ini.

3. Uji Linearitas

Uji linearitas

E. Uji Validitas Dan Reliabilitas

Setelah dilakukan uji asumsi klasik, maka dilakukan uji validitas dan uji reabilitas. Uji validitas dilakukan untuk memastikan terklasifikasinya pertanyaan-pertanyaan pada variabel yang ditentukan (*construct validity*) dengan menggunakan *factor analysis*. Uji reabilitas dengan menggunakan *Cronbach Alpha* dilakukan untuk mengetahui keandalan pengukuran. Kedua pengujian ini menggunakan SPSS versi 18.

1. Uji Validitas

Analisis faktor merupakan prosedur untuk mengidentifikasi item atau variabel berdasarkan kemiripannya; kemiripan tersebut ditunjukkan dengan nilai korelasi yang tinggi. Berdasarkan analisis faktor, diperoleh hasil sebagai berikut:

Tabel 1. Hasil Uji Validitas

Variabel	No item valid	No item gugur
Minat menjadi nasabah IMB	1, 2, 3, 4, 5, 6, 7	-
Pengetahuan mengenai konsep perbankan syariah	1, 2, 3, 4, 5, 9, 10, 11	2, 6, 7, 8
Pengetahuan mengenai produk IMB	2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 10	1,9,11
Orientasi religiusitas	1, 2, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 11,12, 13, 14, 16,17, 18, 19, 20, 21, 22	3, 15

2. Uji Reliabilitas

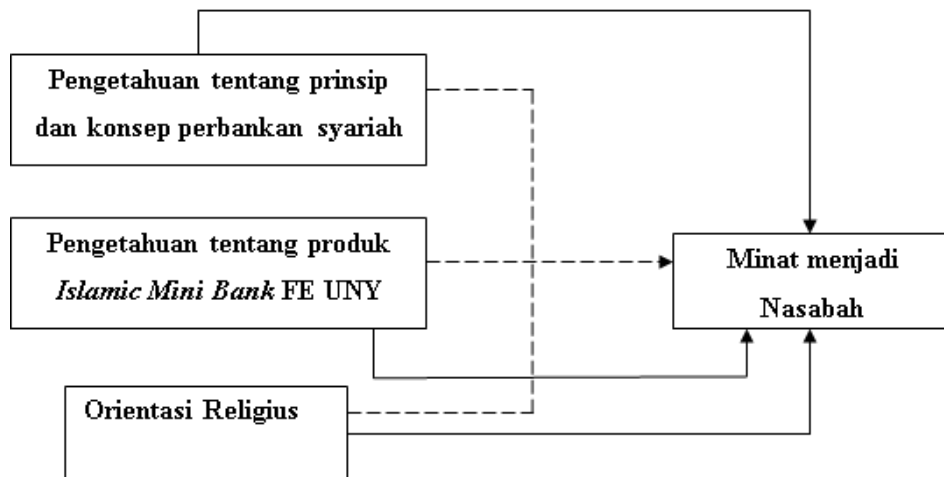
Suatu variabel dikatakan reliable apabila memiliki *Cronbach Alpha* > 0,6. Berdasarkan pengujian reliabilitas, diperoleh hasil sebagai berikut:

Tabel 2. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	<i>Cronbach Alpha</i>	Keterangan
Minat menjadi nasabah IMB	0,869	Reliabel
Pengetahuan mengenai konsep perbankan syariah	0,753	Reliabel
Pengetahuan mengenai produk IMB	0,783	Reliabel
Orientasi religiusitas	0,709	Reliabel

F. Model Penelitian dan Pengujian Hipotesis

Hipotesis 1, 2 dan 3 dalam penelitian ini diuji dengan menggunakan analisis regresi linear, yaitu untuk menguji pengaruh parsial dari masing-masing variable tersebut terhadap variable dependen. Hipotesis 4 yang menguji pengaruh ketiga variable independen secara bersama-sama terhadap variable dependen diuji dengan menggunakan regresi linear berganda. Untuk menguji hipotesis yang diajukan, peneliti menggunakan model sebagai berikut:



Gambar 2. Model Penelitian

BAB IV HASIL PENELITIAN

A. Deskripsi Responden

Berikut ini disajikan data mengenai deskripsi responden yang berpartisipasi dalam penelitian ini.

Tabel 3. Deskripsi responden

Deskripsi	Jumlah
Jenis kelamin:	
▪ Laki-laki	13
▪ Perempuan	35
Agama:	
▪ Islam	42
▪ Tidak menyebutkan	3
Usia:	
▪ < 20 tahun	23
▪ 21 - 30 tahun	22
▪ 31 - 40 tahun	3
Pekerjaan:	
▪ Mahasiswa	44
▪ Karyawan	1
▪ Dosen	1
▪ Lain-lain	1
▪ Tidak menyebutkan	1
Pendapatan per bulan:	
▪ < Rp500.000,00	12
▪ Rp500.000,00 - Rp1.000.000,00	31
▪ Rp1.000.000,00 – Rp2.500.000,00	3
▪ Rp2.500.000,00 - Rp5.000.000,00	1
▪ > Rp5.000.000,00	1
Memiliki rekening bank umum konvensional	
▪ Ya	40
▪ Tidak	8
Memiliki rekening bank umum syariah	
▪ Ya	24
▪ Tidak	22
▪ Tidak menyebutkan	2

Berdasarkan data di tabel 3, dalam penelitian ini jumlah responden perempuan lebih mendominasi (72,92%) dibanding jumlah responden laki-laki (27,08%). Tidak bisa dipastikan semuanya beragama Islam karena ada 3 responden yang tidak menyebutkan status agamanya. Sebagian besar responden adalah mahasiswa yang berusia kurang dari 20 tahun (23 orang) dan 21-30 tahun (22 orang), sementara responden dari dosen dan karyawan sangat minim. Dilihat dari aspek pendapatan yang memasukkan unsur gaji, beasiswa maupun uang saku, sebagian besar responden (31 orang) memiliki pendapatan perbulan antara Rp500.000,00 sampai dengan Rp1.000.000,00; diikuti oleh 12 orang responden yang memiliki pendapatan kurang dari Rp500.000,00. Mayoritas responden (83,33%) juga memiliki rekening bank umum konvensional, sementara kepemilikan rekening bank umum syariah mencapai 50%.

B. Hasil Uji Hipotesis

Hipotesis 1, 2 dan 3 dalam penelitian ini diuji dengan menggunakan analisis regresi linear, yaitu untuk menguji pengaruh parsial dari masing-masing variable tersebut terhadap variable dependen. Hipotesis 4 yang menguji pengaruh ketiga variable independen secara bersama-sama terhadap variable dependen diuji dengan menggunakan regresi linear berganda.

Hasil pengujian regresi linear untuk H1, H2, dan H3 dan regresi berganda untuk H4 menunjukkan hasil berikut ini:

Tabel 4. Hasil Pengujian Hipotesis

Hipotesis	Constant	Coef. Reg.	Sig.	R	R ²
H1: Pengetahuan prinsip&konsep perbankan syariah >>> minat menjadi nasabah IMB	18,639	0,317	0,045	0,290	0,084
H2: Pengetahuan tentang produk IMB >>> minat menjadi nasabah IMB	12,347	0,461	0,002	0,436	0,190
H3: Orientasi religius >>> minat menjadi nasabah IMB	21,317	0,087	0,268	0,163	0,027
H4: Pengetahuan prinsip&konsep perbankan syariah, Pengetahuan tentang produk IMB, Orientasi religius >>> minat menjadi nasabah IMB	5,817	0,089 0,412 0,074	0,013	0,216	0,163

1. Pengaruh pengetahuan tentang prinsip dan konsep perbankan syariah terhadap minat menjadi nasabah IMB FE UNY.

Berdasarkan hasil pengujian yang telah dilakukan, didapatkan koefisien regresi positif 0,317 dengan konstanta 18,639. Tingkat signifikansi 0,045; lebih kecil dari 0,05.

Persamaan regresi yang dihasilkan:

$$Y=18,639+0,317X$$

Hal ini berarti terdapat pengaruh positif dan signifikan antara pengetahuan tentang prinsip dan konsep perbankan syariah terhadap minat menjadi nasabah IMB FE UNY. Koefisien korelasi 0,290 dan koefisien determinan 0,084; hal ini menunjukkan bahwa variabel pengetahuan tentang prinsip dan konsep perbankan syariah hanya mampu

menjelaskan 8,4% dari minat menjadi nasabah IMB FE UNY. Dari keseluruhan hasil pengujian, hipotesis 1 yang menyatakan bahwa “pengetahuan tentang prinsip dan konsep perbankan syariah berpengaruh positif terhadap minat menjadi nasabah IMB FE UNY” didukung.

2. Pengaruh pengetahuan tentang produk IMB terhadap minat menjadi nasabah IMB FE UNY.

Berdasarkan hasil pengujian yang telah dilakukan, didapatkan koefisien regresi positif 0,461 dengan konstanta 12,347. Tingkat signifikansi 0,002; lebih kecil dari 0,05.

Persamaan regresi yang dihasilkan:

$$Y=12,347+0,461X$$

Hal ini berarti terdapat pengaruh positif dan signifikan antara pengetahuan tentang prinsip dan konsep perbankan syariah terhadap minat menjadi nasabah IMB FE UNY. Koefisien korelasi 0,436 dan koefisien determinan 0,190; hal ini menunjukkan minat menjadi nasabah IMB FE UNY dijelaskan oleh variabel pengetahuan tentang produk IMB sebesar 19%. Dari keseluruhan hasil pengujian, hipotesis 2 yang menyatakan bahwa “pengetahuan tentang produk IMB berpengaruh positif terhadap minat menjadi nasabah IMB FE UNY” didukung.

3. Pengaruh orientasi religius berpengaruh terhadap minat menjadi nasabah IMB FE UNY.

Berdasarkan hasil pengujian yang telah dilakukan, didapatkan koefisien regresi positif 0,087 dengan konstanta 12,347. Tingkat signifikansi 0,268; lebih besar dari 0,05. Hal ini berarti pengaruh positif orientasi religius terhadap minat menjadi nasabah IMB FE UNY yang ditunjukkan tidaklah signifikan. Dengan demikian, hipotesis 3 yang menyatakan bahwa “pengetahuan tentang produk IMB berpengaruh positif terhadap minat menjadi nasabah IMB FE UNY” tidak didukung.

4. Pengaruh pengetahuan tentang prinsip dan konsep perbankan syariah, pengetahuan tentang produk IMB, serta orientasi religius secara bersama-sama terhadap minat menjadi nasabah IMB FE UNY.

Berdasarkan hasil pengujian yang telah dilakukan, didapatkan konstanta 5,817 dengan koefisien regresi positif masing-masing sebesar 0,089, 0,412, dan 0,074. Tingkat signifikansi 0,013; lebih kecil dari 0,05.

Persamaan regresi yang dihasilkan:

$$Y = 5,817 + 0,089X_1 + 0,412X_2 + 0,074X_3$$

Hal ini berarti terdapat pengaruh positif dan signifikan antara pengetahuan tentang prinsip dan konsep perbankan syariah, pengetahuan tentang produk IMB, dan orientasi religius secara simultan terhadap minat menjadi nasabah IMB FE UNY. Koefisien korelasi 0,465 dan koefisien determinan 0,216; hal ini menunjukkan bahwa pengetahuan tentang prinsip dan konsep perbankan syariah, pengetahuan tentang produk IMB, dan orientasi religius secara simultan mampu mempengaruhi minat menjadi nasabah IMB FE UNY sebesar 21,6%. Dari keseluruhan hasil pengujian, hipotesis 4 yang menyatakan bahwa “pengetahuan tentang prinsip dan konsep perbankan syariah, pengetahuan tentang produk IMB, serta orientasi religius secara bersama-sama berpengaruh terhadap minat menjadi nasabah IMB FE UNY” berhasil didukung.

Dengan demikian, dari keempat hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini, tiga hipotesis (H1, H2, dan H4) didukung dan satu hipotesis (H3) tidak didukung.

C. Pembahasan

1. Pengaruh pengetahuan tentang prinsip dan konsep perbankan syariah terhadap minat menjadi nasabah IMB FE UNY.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pengetahuan tentang prinsip dan konsep perbankan syariah berpengaruh positif terhadap minat menjadi nasabah IMB FE UNY. Hal ini berarti bahwa semakin tinggi pengetahuan seseorang mengenai prinsip dan konsep perbankan syariah akan membuat kecenderungannya untuk menabung di IMB semakin kuat. Pengetahuan adalah suatu hal yang mendorong seseorang untuk membuat suatu keputusan. Dengan mengetahui dan memahami prinsip dan konsep perbankan syariah, seseorang akan mengetahui perbedaan antara perbankan konvensional dan perbankan syariah. Hal ini akan menjadi dasar yang kuat dalam memutuskan untuk menjadi nasabah IMB yang merupakan lembaga keuangan

syariah. Hal ini juga didukung oleh fakta bahwa meskipun 83% responden memiliki rekening di bank umum konvensional, namun 50% persen responden juga memiliki rekening di bank umum syariah. Nampak adanya pergerakan dari pemanfaatan jasa perbankan konvensional menuju jasa perbankan syariah.

2. Pengaruh pengetahuan tentang produk IMB terhadap minat menjadi nasabah IMB FE UNY.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pengetahuan tentang produk IMB berpengaruh positif terhadap minat menjadi nasabah IMB FE UNY. Dengan memiliki pengetahuan mengenai produk-produk yang ditawarkan oleh IMB, nasabah/calon nasabah dapat mengetahui karakteristik serta manfaat yang dimiliki oleh masing-masing produk yang ditawarkan. Kesesuaian antara karakteristik dan manfaat produk akan mendorong calon nasabah dalam memutuskan untuk menjadi nasabah sekaligus memilih produk yang dibutuhkannya. Dengan demikian, IMB harus mampu melakukan sosialisasi produk-produknya (simpanan dan pembiayaan) dengan baik sehingga nasabah/calon nasabah memiliki pengetahuan yang memadai tentang produk-produk IMB. Hal ini juga seharusnya mendorong para pegawai IMB untuk menguasai karakteristik produknya dengan baik sehingga mampu memberikan penjelasan dan pelayanan yang memuaskan kepada nasabah/calon nasabah.

3. Pengaruh orientasi religius berpengaruh terhadap minat menjadi nasabah IMB FE UNY.

Dalam penelitian ini, orientasi religius tidak secara signifikan mempengaruhi minat untuk menjadi nasabah IMB. Dimungkinkan hal ini terjadi karena dorongan untuk menjadi nasabah IMB lebih disebabkan oleh hal-hal yang bersifat rasional, misalnya pertimbangan atas manfaat yang diharapkan dari jasa yang ditawarkan IMB. Hal ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang menunjukkan terjadinya pergeseran terhadap minat terhadap perbankan syariah dari dorongan yang bersifat religius/keagamaan menjadi dorongan yang bersifat rasional. Seseorang menjadi nasabah bank syariah bukan hanya karena faktor keagamaan yaitu keinginan untuk bermuamalah sesuai syariah sebagai kewajiban seorang muslim, namun juga mempertimbangkan manfaat ekonomi yang akan diperolehnya dari pelayanan bank syariah. Di Malaysia, banyak sekali orang non-muslim yang menjadi nasabah bank

syariah karena menyadari manfaat yang diberikan oleh sistem perbankan Islam. Hal ini harus disadari oleh IMB sehingga dalam strategi pemasarannya selain menekankan pada aspek syariah juga harus mampu menjelaskan mengenai manfaat-manfaat ekonomi yang akan diperoleh para nasabahnya.

4. Pengaruh pengetahuan tentang prinsip dan konsep perbankan syariah, pengetahuan tentang produk IMB, serta orientasi religius secara bersama-sama terhadap minat menjadi nasabah IMB FE UNY.

Hasil penelitian ini menunjukkan adanya pengaruh positif pengetahuan tentang prinsip dan konsep perbankan syariah, pengetahuan tentang produk IMB, dan orientasi religius secara simultan terhadap minat menjadi nasabah IMB FE UNY sebesar 21,6%. Keputusan untuk menjadi nasabah IMB dipengaruhi oleh pengetahuan, baik pengetahuan tentang prinsip dan konsep perbankan syariah maupun pengetahuan tentang produk IMB. Pengetahuan mendorong seseorang untuk membuat suatu keputusan. IMB sebagai *learning center* hendaknya mengoptimalkan fungsi edukasi sehingga dapat memberikan pengetahuan dan pemahaman mengenai prinsip dan konsep perbankan syariah serta pengetahuan mengenai produk-produk IMB kepada segenap civitas akademika UNY sebagai nasabah/calon nasabah IMB. Adapun terkait dengan orientasi religius, IMB seyogyanya tidak hanya menonjolkan aspek keagamaan saja, namun secara rasional menekankan pada manfaat sosial ekonomi dari produk dan aktivitas IMB.

D. Keterbatasan

Berikut ini beberapa keterbatasan yang ada dalam penelitian ini:

1. Dengan jumlah populasi yang relatif kecil, *respon rate* hanya mencapai 54,54% karena rendahnya kesediaan responden untuk berpartisipasi.
2. Minat menjadi nasabah yang diteliti dalam penelitian ini lebih berfokus pada minat nasabah untuk secara berkelanjutan menggunakan jasa IMB, bukan mengukur ketertarikan/intensi awal untuk menjadi nasabah IMB dari mereka yang belum menjadi nasabah.

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

A. Simpulan

Dari hasil pengujian dan pembahasan dapat ditarik simpulan sebagai berikut:

- 1) Pengetahuan tentang prinsip dan konsep perbankan syariah berpengaruh positif terhadap minat menjadi nasabah IMB FE UNY. Hal ini ditunjukkan oleh koefisien 0,317 dan signifikansi 0,045. Hasil ini menunjukkan H1 didukung.
- 2) Pengetahuan tentang produk IMB berpengaruh positif terhadap minat menjadi nasabah IMB FE UNY. Hal ini ditunjukkan oleh koefisien 0,461 dan signifikansi 0,002. Hasil ini menunjukkan H2 didukung.
- 3) Orientasi religius tidak secara signifikan mempengaruhi minat untuk menjadi nasabah IMB. Hal ini ditunjukkan oleh koefisien 0,087 dan signifikansi 0,268. Hasil ini menunjukkan H3 tidak didukung.
- 4) Pengetahuan tentang prinsip dan konsep perbankan syariah, pengetahuan tentang produk IMB, dan orientasi religius secara simultan berpengaruh positif terhadap minat menjadi nasabah IMB FE UNY. Hal ini ditunjukkan oleh koefisien masing-masing sebesar 0,089, 0,412 dan 0,074 serta signifikansi 0,045. Hasil ini menunjukkan H4 didukung.

B. Saran

Dari hasil pengujian dan pembahasan serta keterbatasan penelitian ini maka penulis memberikan saran untuk penelitian selanjutnya sebagai berikut:

1. IMB hendaknya mengoptimalkan fungsi edukasi sehingga dapat memberikan pengetahuan dan pemahaman mengenai prinsip-prinsip dan konsep perbankan syariah.
2. IMB melakukan program sosialisasi yang lebih luas terutama terkait produk-produk IMB kepada segenap civitas akademika UNY sebagai nasabah/calon nasabah IMB.
3. Selain menekankan pada aspek syariah, IMB seyogyanya secara rasional juga menekankan pada manfaat sosial ekonomi dari produk dan aktivitas IMB.
4. Untuk penelitian selanjutnya selain mengambil sampel dari nasabah IMB, sebaiknya juga mengambil sampel dari non-nasabah agar dapat dilakukan perbandingan dan

analisis lebih lanjut mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi minat menjadi nasabah IMB secara lebih komprehensif.

DAFTAR PUSTAKA

- Author (NA). Mengukur tingkat pengetahuan masyarakat terhadap perbankan syariah. Diakses pada 10 April 2014. <http://reiyslbs.wordpress.com/2013/05/20/mengukur-tingkat-pengetahuan-masyarakat-terhadap-perbankan-syariah/>
- Eko Yuliawan (2011). Pengaruh Pengetahuan Konsumen Mengenai Perbankan Syariah Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Pada PT. Bank Syariah Cabang Bandung. Diakses pada 10 April 2014.
- Nurudin Akbar. (NA). Hubungan sikap terhadap perubahan organisasi berbasis syariah dengan orientasi religious karyawan pada hotel X". Abstrak skripsi Universitas Indonesia. Diakses pada 10 April 2014.
- Yayak Kusdaryati (2013). Pengaruh Pengetahuan Santri Tentang Perbankan Syariah Terhadap Minat Memilih Produk Bank Syariah Mandiri Yogyakarta (Studi Kasus Santri PP. Nurul Ummah Putri Kotagede Yogyakarta). Diakses pada 10 April 2014.
- Yi et al. 2006. Understanding Information Technology Acceptance by Individual Professional: toward an Integrative View. *Information & Management*, 43, pp.350-363. Available from <http://www.sciencedirect.com> [Accessed: 06/04/2011]