

Analisis Pemahaman, Produk, dan Tingkat Religiusitas terhadap Keputusan Mahasiswa IAIN Menjadi Nasabah Bank Syariah Cabang Salatiga

Anton Bawono

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, IAIN Salatiga

Email: alfathbawono@gmail.com

Milatunnikmah Finisia Rahajeng Oktaviani

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, IAIN Salatiga

Email: milafinisia@gmail.com

Abstract

The purpose of this research is to analyze the understanding, product, and level of religiosity towards students' decision of being customer of Islamic bank. This is a quantitative research. The object of this research is students of State Institute for Islamic Studies of Salatiga. The writer took 100 students as sample of this research. The method used to collect the data is questionnaire. The data is analyzed using test of reliability, validity, statistic and classical assumption. The research findings showed that the product of sharia bank has significant and positive influence. It occurred because the product offered by sharia bank is innovative. The variable of understanding about sharia bank and level of religiosity towards students' decision of being customer of sharia bank has positive influence but insignificant.

Keywords: understanding, product, level of religiosity

Abstrak

Tujuan dari penelitian ini adalah menganalisa pemahaman, produk, dan tingkat religiusitas terhadap putusan mahasiswa menjadi nasabah bank syariah. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Objek penelitian yang digunakan adalah mahasiswa IAIN Salatiga dengan jumlah sampel sebanyak 100 mahasiswa. Sedangkan untuk tehnik pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan metode kuesioner, studi pustaka. Data diolah menggunakan uji reliabilitas, validitas, statistik dan asumsi klasik. Dari hasil pengolahan data tersebut menunjukkan bahwa yang berpengaruh positif dan

signifikan hanya variabel produk saja, karena produk-produk yang ditawarkan bank syariah sangat inovatif sehingga membuat mahasiswa tertarik untuk membuka rekening pada BSM cab. Salatiga. Sedangkan variabel pemahaman bank syariah dan tingkat religiusitas mahasiswa berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap keputusan mahasiswa IAIN Salatiga menjadi nasabah pada BSM cab. Salatiga.

Kata Kunci: Pemahaman, Produk, Tingkat Religiusitas

Pendahuluan

Perkembangan sektor perbankan telah tumbuh dengan pesat dan mendominasi kegiatan perekonomian Indonesia. Kegiatan sektor perbankan sangat menentukan kemajuan suatu negara dalam bidang perekonomian. Kegiatan utama bank adalah menghimpun dana dari masyarakat melalui simpanan dan menyalurkan kembali dana tersebut kepada masyarakat umum dalam bentuk kredit. Penyaluran dana biasanya berbentuk kredit yang diberikan kepada masyarakat dimana debitur dalam pengembalian pinjaman diharuskan membayar sejumlah bunga. Sistem perbankan ini dikenal sebagai sistem perbankan konvensional. Selama lebih dari dua *decade* terakhir, telah muncul sistem perbankan yang tidak berorientasi pada bunga namun menggunakan sistem bagi hasil. Perbankan ini dikenal sebagai perbankan syariah.

Secara sederhana bank adalah suatu lembaga keuangan yang kegiatan utamanya adalah menghimpun dana masyarakat dan menyalurkan kembali dana tersebut ke masyarakat serta memberikan jasa bank lainnya (Kasmir 2003: 11).

Berlandaskan kepercayaan dari masyarakat, masyarakat percaya bahwa dana yang disimpan atau dititipkan kepada bank tersebut akan aman dan dapat diambil jika memerlukan, tetapi bank juga menaruh kepercayaan kepada masyarakat yang meminjam dana dari bank bahwa dana tersebut dapat dikembalikan tepat pada waktunya. Dengan berlandaskan kepercayaan tersebut bank mampu beroperasi dan akan berkembang khususnya tabungan. Tabungan harus terus digalakkan karena dapat dimanfaatkan dananya untuk membantu pembangunan melalui kredit. Lembaga keuangan dalam hal ini bank, dapat dibedakan menjadi dua, yaitu lembaga keuangan bank syariah dan bank konvensional.

Pengetahuan dan pemahaman masyarakat tentang produk dan sistem perbankan syariah di Indonesia masih sangat terbatas. Hal inilah yang menjadi salah satu faktor utama yang menghambat peluang perbankan syariah di Indonesia.

Dalam penelitian di Provinsi Jawa Tengah dan Daerah Istimewa Yogyakarta pertimbangan agama menjadi motivator utama nasabah dalam memanfaatkan bank syariah. Penelitian PPKP LEMLIT Undip (2000) tentang persepsi dan sikap masyarakat Jawa Tengah terhadap Bank Syariah menghasilkan salah satu kesimpulan bahwa faktor agama adalah motivator terpenting untuk mendorong penggunaan jasa bank syariah. Mencermati dua pernyataan temuan yang berbeda antara kesimpulan agama bukan menjadi faktor penentu dan agama menjadi faktor penentu persepsi dan motivasi pemanfaatan bank Islam, kiranya layak kalau dilakukan penelitian lanjutan dengan fokus bagaimana sesungguhnya pengaruh *religiusitas* terhadap minat menabung di perbankan syariah (Muchlis, 2011: 32).

Masalah utama yang dihadapi bank syariah adalah kurangnya sosialisasi antara pihak bank syariah dengan masyarakat, karena banyak masyarakat belum tahu akan apa itu bank syariah dan bagaimana sistemnya bahkan mereka berpendapat bahwa sistem bagi hasil itu sama dengan bunga, padahal antara bagi hasil dan bunga sangat berbeda. Mungkin bank syariah harus sering mengadakan sosialisasi pada masyarakat baik itu yang menengah ke atas maupun masyarakat yang menengah ke bawah. Agar mereka tahu apa saja keunggulan produk-produk bank syariah lalu apa saja keuntungan setelah menjadi nasabah pada bank syariah.

Dalam hal ini sebenarnya bank syariah memiliki banyak peluang, ini dikarenakan sistem yang mereka terapkan berbeda dengan bank konvensional. Terutama dari sudut pandang penerapan hukum Islam di dalamnya. Hukum Islam (syariah) bertujuan untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat dengan menjamin kepercayaan, kehidupan, kecerdasan, keturunan dan kesejahteraan (Triuwono dan As'udi, 2001: 25).

Salah satu Bank Umum Syariah (BUS) yang mempunyai peran penting dalam perkembangan bank syariah di Indonesia adalah Bank Mandiri Syariah (BSM). Pada hari senin tanggal 1 November 1999 atau bertepatan dengan 25 Rajab 1420 H merupakan hari pertama berorientasinya BSM.

Lahirnya BSM merupakan buah usaha bersama dari para perintis bank syariah di PT. Bank Suslo Bakti dan Manajemen PT. Bank Mandiri yang memandang pentingnya kehadiran bank syariah di lingkungan PT. Bank Mandiri (persero) tbk.

Berdasarkan beberapa penjelasan di atas, maka beberapa rumusan masalah yang dapat penulis rumuskan adalah sebagai berikut :

1. Apakah pemahaman atau pengetahuan akan bank syariah berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan mahasiswa IAIN Salatiga menjadi nasabah BSM cabang Salatiga
2. Apakah produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan mahasiswa IAIN Salatiga menjadi nasabah BSM cabang Salatiga
3. Apakah tingkat religiusitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan mahasiswa IAIN Salatiga menjadi nasabah BSM cabang Salatiga

Tinjauan Pustaka

Menurut Abhimantra dkk (2013: 176) dalam jurnal proceeding PESAT yang berjudul “Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Nasabah (Mahasiswa) dalam Memilih Menabung pada Bank Syariah” bahwa faktor-faktor seperti pengetahuan, religiusitas, produk, reputasi dan pelayanan di Bank Syariah memiliki pengaruh positif terhadap keputusan memilih menabung di Bank Syariah, meskipun tidak signifikan. Hal ini dibuktikan dengan nilai adjusted R square sebesar 45,5%. Dengan proporsi pengaruh terbesar dipegang oleh produk, dilanjutkan oleh religiusitas, reputasi, pelayanan, dan pengetahuan.

Penelitian Yulianto dkk (2010: 550) yang berjudul “Analisis Pengaruh Faktor Bauran Pemasaran Terhadap Pertimbangan Nasabah Dalam Memilih Bank Syariah di Kota Medan”, bahwa faktor produk (*product*) paling diper-timbangkan nasabah dalam memilih bank syariah di kota Medan.

Penelitian Sartika dkk (2011: 445) yang berjudul “Hubungan antara *“Religious Commitment”* dengan Keputusan Menggunakan Jasa Bank Syariah pada Dosen Unisba” terdapat hubungan yang cukup signifikan antara *religios commitment* dengan keputusan menggunakan jasa bank syariah pada dosen Unisba.

Di dalam skripsi Niken (2010: 134-136) yang berjudul “Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Masyarakat Muslim untuk Menggunakan Bank Syariah (Studi Kasus di Kota Surakarta)”. Dari hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas keagamaan muslimin terbukti signifikan berpengaruh positif dalam keputusan masyarakat muslim untuk menggunakan bank syariah di Kota Surakarta. Besarnya pengaruh kualitas keagamaan muslimin yang tinggi adalah 0,05% terhadap keputusan masyarakat muslim di Kota Surakarta untuk menggunakan bank syariah dengan kualitas keagamaan tinggi adalah 2,7795 kali dibandingkan dengan muslimin yang kualitas keagamaannya rendah.

Adapun perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya adalah variabel pemahaman bank syariah, produk bank syariah dan tingkat religiusitas mahasiswa sebagai variabel independen terhadap keputusan mahasiswa IAIN Salatiga menjadi nasabah BSM cab. Salatiga yang belum pernah diteliti sebelumnya

Kerangka Teori

Dalam kerangka teori ini berisi mengenai pengetahuan atau pemahaman perbankan syariah, dasar hukum, produk bank syariah, dan pengertian tentang religius. Pengertian bank menurut Undang-Undang No. 10 Tahun 1998 yaitu Bank adalah badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan, dan menyalurkannya ke masyarakat dalam bentuk kredit dan atau dalam bentuk-bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan hidup masyarakat banyak.

Secara sederhana bank adalah suatu lembaga keuangan yang kegiatan utamanya adalah menghimpun dana masyarakat dan menyalurkan kembali dana tersebut ke masyarakat serta memberikan jasa bank lainnya (Kasmir. 2003: 11). Menurut Wibowo dan Hendy 2005, pengertian bank atau perbankan sebagai suatu lembaga keuangan yang usaha pokoknya memberikan kredit dan jasa-jasa dalam lalu lintas pembayaran dan peredaran uang, dengan tujuan untuk memenuhi kebutuhan kredit dengan modal sendiri atau orang lain, selain dari itu juga mengedarkan alat tukar baru dalam bentuk uang bank atau giral

Bank adalah badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya kepada masyarakat dalam bentuk pembiayaan atau bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat. Jadi yang dimaksud dengan bank adalah bank umum yang dalam kegiatannya menghimpun dan menyalurkan dana dari dan kepada masyarakat yang membutuhkan.

Adapun pengertian bank syariah menurut Muhammad, (2008: 1) bank syariah adalah bank yang beroperasi dengan tidak menggunakan pada bunga. Dengan kata lain, bank Islam adalah lembaga keuangan yang usaha pokoknya memberikan pembiayaan dan jasa-jasa lainnya dalam lalu lintas pembayaran serta peredaran uang yang pengoperasiannya disesuaikan dengan syariat Islam.

Produk bank syariah

Pada dasarnya produk yang ditawarkan bank syariah dapat di bagi menjadi tiga bagian besar, yaitu :

a. Penyaluran Dana

Dalam menyalurkan dana pada nasabah, secara garis besar produk pembiayaan syariah terbagi ke dalam tiga kategori yang dibedakan berdasarkan tujuan penggunaannya. Pertama, transaksi pembiayaan yang ditujukan untuk memiliki barang dilakukan dengan prinsip jual beli. Kedua, transaksi pembiayaan yang ditujukan untuk mendapatkan jasa dilakukan dengan prinsip sewa. Ketiga, transaksi pembiayaan untuk usaha kerjasama yang ditujukan guna mendapatkan sekaligus barang dan jasa, dengan prinsip bagi hasil.

Pada kategori pertama dan kedua, tingkat keuntungan bank ditentukan di depan dan menjadi bagian harga atas barang atau jasa yang dijual. Produk yang termasuk dalam kelompok ini adalah produk yang menggunakan prinsip jual-beli seperti *murabahah*, *salam*, dan *istishna* serta produk yang menggunakan prinsip sewa yaitu *ijarah*. Sedangkan pada kategori ketiga, tingkat keuntungan bank ditentukan dari besarnya keuntungan usaha sesuai dengan prinsip bagi-hasil. Pada produk bagi hasil keuntungan ditentukan

oleh nisbah bagi hasil yang disepakati di muka. Produk perbankan yang termasuk ke dalam kelompok ini adalah *musyarakah* dan *mudharabah*:

1) Prinsip Jual Beli (*Ba'i*)

Prinsip jual-beli dilaksanakan sehubungan dengan adanya perpindahan kepemilikan barang atau benda (*transfer of property*). Tingkat keuntungan bank ditentukan di depan dan menjadi bagian harga atas barang yang dijual. Transaksi jual-beli dibedakan berdasarkan bentuk pembayarannya dan waktu penyerahan barang seperti:

a) Pembiayaan *Murabahah*

Murabahah bi tsaman ajil atau lebih dikenal sebagai *murabahah*. *Murabahah* berasal dari kata *ribhu* (keuntungan) adalah transaksi jual-beli di mana bank menyebut jumlah keuntungannya. Bank bertindak sebagai penjual, sementara nasabah sebagai pembeli. Harga jual adalah harga beli bank dari pemasok ditambah keuntungan. Kedua pihak harus menyepakati harga jual dan jangka waktu pembayaran. Harga jual dicantumkan dalam akad jual-beli dan jika telah disepakati tidak dapat berubah selama berlakunya akad. Dalam perbankan, *murabahah* lazimnya dilakukan dengan cara pembayaran cicilan (*bi tsaman ajil*). Dalam transaksi ini barang diserahkan segera setelah akad sedangkan pembayaran dilakukan secara tangguh.

b) *Salam*

Salam adalah transaksi jual beli di mana barang yang diperjualbelikan belum ada. Oleh karena itu barang diserahkan secara tangguh sedangkan pembayaran dilakukan tunai. Bank bertindak sebagai pembeli, sementara nasabah sebagai penjual. Sekilas transaksi ini mirip jual beli ijon, namun dalam transaksi ini kuantitas, kualitas, harga, dan waktu penyerahan barang harus ditentukan secara pasti.

c) *Istishna*

Produk *istishna* menyerupai produk *salam*, namun dalam *istishna* pembayarannya dapat dilakukan oleh bank dalam beberapa kali (termin) pembayaran. Skim *istishna* dalam bank syariah umumnya diaplikasikan pada pembiayaan manufaktur dan konstruksi.

2) Prinsip Sewa (*Ijarah*)

Transaksi *ijarah* dilandasi adanya perpindahan manfaat. Jadi pada dasarnya prinsip *ijarah* sama saja dengan prinsip jual beli, namun perbedaannya terletak pada objek transaksinya. Bila pada jual beli objek transaksinya adalah barang, maka pada *ijarah* objek transaksinya adalah jasa.

3) Prinsip Bagi Hasil (*Syirkah*)

Produk pembiayaan syariah yang didasarkan prinsip bagi hasil adalah:

a) *Musyarakah*

Bentuk umum dari usaha bagi hasil adalah *musyarakah* (*syirkah* atau *syarikah* atau serikat atau kongsi). Transaksi *musyarakah* dilandasi adanya keinginan para pihak yang bekerjasama untuk meningkatkan nilai asset yang mereka miliki secara bersama-sama. Termasuk dalam golongan *musyarakah* adalah semua bentuk usaha yang melibatkan dua pihak atau lebih dimana mereka secara bersama-sama memadukan seluruh bentuk sumber daya baik yang berwujud maupun tidak berwujud.

Secara spesifik bentuk kontribusi dari pihak yang bekerjasama dapat berupa dana, barang perdagangan (*trading asset*), kewiraswastaan (*entrepreneurship*), kepandaian (*skill*), kepemilikan (*property*), peralatan (*equipment*), atau *intangible asset* (seperti hak paten atau *goodwill*), kepercayaan/reputasi (*credit worthiness*) dan barang-barang lainnya yang dapat dinilai dengan uang. Dengan merangkum seluruh kombinasi dari bentuk kontribusi masing-masing pihak dengan atau tanpa batasan waktu menjadikan produk ini sangat fleksibel.

b) *Mudharabah*

Secara spesifik terdapat bentuk *musyarakah* yang populer dalam produk perbankan syariah yaitu *mudharabah*. *Mudharabah* adalah bentuk kerjasama antara dua atau lebih pihak dimana pemilik modal (*shahibul maal*) mempercayakan sejumlah modal kepada pengelola (*mudharib*) dengan suatu perjanjian pembagian keuntungan. Bentuk ini menegaskan kerjasama dengan kontribusi 100% modal dari *shahibul maal* dan keahlian dari *mudharib*.

Transaksi jenis ini tidak mensyaratkan adanya wakil *shahibul maal* dalam manajemen proyek. Sebagai orang kepercayaan, *mudharib* harus bertindak hati-hati dan bertanggung jawab untuk setiap kerugian yang terjadi akibat kelalaian. Sedangskan sebagai wakil *shahibul maal* dia diharapkan untuk mengelola modal dengan cara tertentu untuk menciptakan laba optimal.

Perbedaan yang esensial dari musyarakah dan mudharabah terletak pada besarnya kontribusi atas manajemen dan keuangan atau salah satu diantara itu. Dalam mudharabah modal hanya berasal dari satu pihak, sedangkan dalam musyarakah modal berasal dari dua pihak atau lebih. musyarakah dan mudharabah dalam literatur fiqih berbentuk perjanjian kepercayaan (*uqud al amanah*) yang menuntut tingkat kejujuran yang tinggi dan menjunjung keadilan. Karenanya masing-masing pihak harus menjaga kejujuran untuk kepentingan bersama dan setiap usaha dari masing-masing pihak untuk melakukan kecurangan dan ketidakadilan pembagian pendapatan betul-betul akan merusak ajaran Islam.

b. Penghimpunan Dana

Penghimpunan dana di bank syariah dapat berbentuk giro, tabungan dan deposito. Prinsip operasional syariah yang diterapkan dalam penghimpunan dana masyarakat adalah prinsip *wadi ah* dan *mudharabah*.

1) Prinsip *Wadi'ah*

Prinsip *Wadi'ah* yang diterapkan adalah *wadi ah yad dhamanah* yang diterapkan pada produk rekening giro. *Wadi'ah dhamanah* berbeda dengan *wadi'ah amanah*. Dalam *wadi'ah amanah*, pada prinsipnya harta titipan tidak boleh dimanfaatkan oleh yang dititipi. Sedangkan dalam hal *wadi'ah dhamanah*, pihak yang dititipi (bank) bertanggung jawab atas keutuhan harta titipan sehingga ia boleh memanfaatkan harta titipan tersebut. Karena *wadi'ah* yang diterapkan dalam produk giro perbankan ini juga disifati dengan *yad dhamanah*, maka implikasi hukumnya sama dengan *qardh*, dimana nasabah bertindak sebagai yang meminjamkan uang, dan bank bertindak sebagai yang dipinjami. Jadi mirip seperti yang dilakukan Zubair bin Awwam ketika menerima titipan uang di jaman Rasulullah SAW'.

2) Prinsip *Mudharabah*

Dalam mengaplikasikan prinsip *mudharabah*, penyimpan atau deposan bertindak sebagai *shahibul maal* (pemilik modal) dan bank sebagai *mudharib* (pengelola). Dana tersebut digunakan bank untuk melakukan pembiayaan *murabahah* atau *ijarah* seperti yang telah dijelaskan terdahulu. Dapat pula dana tersebut digunakan bank untuk melakukan pembiayaan *mudharabah*. Hasil usaha ini akan dibagi hasilkan berdasarkan nisbah yang disepakati. Dalam hal bank menggunakannya untuk melakukan pembiayaan *mudharabah*, maka bank bertanggung jawab penuh atas kerugian yang terjadi². Rukun *mudharabah* terpenuhi sempurna (ada *mudharib* – ada pemilik dana, ada usaha yang akan dibagi hasilkan, ada nisbah, ada ijab kabul). Prinsip *mudharabah* ini diaplikasikan pada produk tabungan berjangka dan deposito berjangka.

Tingkat Religiusitas

Istilah religiusitas (*religounsity*) berasal dari bahasa inggris “*religion*” yang berarti agama kemudian menjadi kata sifat “*religions*” yang berarti agama atau saleh (John dan Hasan, 1995:476). Religiusitas sebagai keberagaman, tingkah laku keagamaan (Henkten, 1994: 2668). Muhaimin (2002: 287) mengartikan religiusitas tidak hanya identik dengan agama saja, tetapi setiap orang yang beragama itu adalah yang mentaati ajaran agamanya.

Religius menurut Islam adalah menjalankan ajaran agama secara menyeluruh. Allah SWT berfirman dalam Al-Qur’an Surat Al-Baqarah ayat 208:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا ادْخُلُوا فِي السِّلْمِ كَآفَّةً وَلَا تَتَّبِعُوا خُطُوَاتِ الشَّيْطَانِ إِنَّهُ لَكُمْ
عَدُوٌّ مُّبِينٌ

“Hai orang-orang yang beriman, masuklah kamu ke dalam Islam keseluruhan, dan janganlah kamu turut langkah-langkah syaitan. Sungguhnyanya syaitan itu musuh yang nyata bagimu.”

a. Dimensi-Dimensi Religiusitas

Menurut Glock dan Stark ada lima dimensi yang dapat mengukur tingkat religiusitas, yaitu dimensi keyakinan, dimensi peribadatan atau praktek ibadah (ritualistik), dimensi pengalaman (eksperiensial), dimensi pengetahuan agama (intelektual), dan dimensi pengalaman (konsekuensial).

1) Dimensi Keyakinan

Dimensi ini berisi pengharapan-pengharapan dimana orang religius berpegang teguh pada pandangan teologis tertentu dan mengakui kebenaran doktrin-doktrin tersebut. Setiap agama mempertahankan seperangkat kepercayaan dimana para penganut diharapkan akan taat. Walaupun demikian, isi dan ruang lingkup keyakinan itu bervariasi tidak hanya diantara agama-agama, tetapi seringkali juga diantara tradisi-tradisi dalam agama yang sama.

2) Dimensi Praktik Ibadah (Ritualistik)

Dimensi peribadatan mengukur seberapa jauh seseorang melaksanakan kewajiban peribadatan agamanya. Khusus untuk pengeluaran dimensi ritual bagi muslim dapat difokuskan pada pelaksanaan 5 rukun Islam.

3) Dimensi Pengalaman

Dimensi pengalaman adalah perasaan-perasaan atau pengalaman yang pernah dialami dan dirasakan. Misalnya merasa dekat dengan Tuhan, merasa takut berbuat dosa, merasa doanya dikabulkan, diselamatkan oleh Tuhan.

b. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Religiusitas

Menurut Thouless (1995) dalam (Atik, 2015:20-21) menyebutkan faktor-faktor yang mempengaruhi religiusitas seseorang dibagi menjadi empat macam, yaitu :

1) Faktor Pendidikan

Faktor ini mencakup semua pengaruh sosial dalam perkembangan keagamaan itu, termasuk pendidikan dari orang tua, tradisi-tradisi sosial, tekanan dari lingkungan sosial untuk menyesuaikan diri dengan berbagai pendapat dan sikap yang disepakati oleh lingkungan itu.

2) Faktor Pengalaman

Berkaitan dengan berbagai jenis pengalaman yang membentuk sikap keagamaan. Terutama pengalaman mengenai keindahan, konflik moral dan pengalaman emosional keagamaan. Faktor ini umumnya berupa pengalaman spiritual yang secara cepat dapat mempengaruhi perilaku individu.

3) Faktor Kehidupan

Kebutuhan-kebutuhan ini secara garis besar dapat menjadi empat, yaitu: (a) kebutuhan akan keamanan atau keselamatan, (b) kebutuhan akan cinta kasih, (c) kebutuhan untuk memperoleh harga diri, dan (d) kebutuhan yang timbul karena adanya ancaman kematian.

4) Faktor Intelektual

Berkaitan dengan berbagai proses penalaran verbal atau rasionalisasi.

Metode Penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian jenis kuantitatif. Dalam penelitian kuantitatif penulis menerapkan kalkulasi untuk memperoleh hasil penelitian tersebut melalui beberapa uji test. Penelitian ini adalah penelitian tentang analisis atas pemahaman, produk, dan tingkat religiusitas terhadap keputusan mahasiswa menjadi nasabah pada bank syariah mandiri cabang salatiga.

Menurut Muhammad (2008:161) populasi merujuk pada sekumpulan orang atau obyek yang memiliki kesamaan dalam satu atau beberapa hal dalam membentuk masalah pokok dalam suatu penelitian. Sampel adalah bagian dari populasi yang digunakan untuk memperkirakan atau mewakili karakteristik atau keanekaragaman yang dimiliki.

Menurut Sugiyono (2002: 58) Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar, dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang dapat diambil dari populasi itu. Apa yang dipelajari dari sampel itu, kesimpulannya akan dapat diberlakukan untuk populasi. Untuk itu sampel yang diambil dari populasi harus betul-betul *representative* (mewakili).

Menurut Sumanto (2014: 200) sampling adalah proses pemilihan sejumlah individu (obyek penelitian) untuk suatu penelitian sedemikian rupa sehingga individu-individu (obyek penelitian) tersebut merupakan perwakilan kelompok yang lebih besar dimana obyek itu dipilih.

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif dan menggunakan data primer yaitu dengan metode kuesioner dan wawancara langsung. Penelitian ini dibatasi pada survei sampling yaitu salah satu alat yang penting dalam melakukan penelitian yang berkaitan dalam pengumpulan analisis, dan interpretasi data yang dikumpulkan.

Data primer adalah data yang diperoleh langsung dari subjek penelitian dengan menggunakan alat pengambilan atau pengumpulan data sebagai sumber informasi yang dicari yang berhubungan langsung dengan permasalahan yang diteliti. Data ini diperoleh dari hasil kuesioner (angket penelitian) dan wawancara (*interview*) yang dilakukan peneliti terhadap mahasiswa IAIN Salatiga sebagai responden.

Setelah semua data-data terkumpul, kemudian penulis menganalisa data-data tersebut. Adapun metode yang digunakan oleh penulis untuk menganalisa data adalah dengan menggunakan metode uji validitas, uji realibilitas, uji statistic dan asumsi klasik.

Hasil Analisis Atas Pemahaman, Produk, Dan Tingkat Religiusitas Terhadap Keputusan Mahasiswa Menjadi Nasabah Pada Bank Syariah Mandiri Cabang Salatiga

Adapun hasil uji validitas yang diperoleh dari penelitian ini adalah

Tabel 1
Uji Validitas

Variabel	Item	Correted Item Total Correlation	Keterangan
Pemahaman	Butir 1	.703**	Valid
	Butir 2	.844**	Valid
	Butir 3	.810**	Valid
	Butir 4	.832**	Valid
	Butir 5	.777**	Valid

Variabel	Item	Correted Item Total Correlation	Keterangan
Produk	Butir 6	.765**	Valid
	Butir 7	.885**	Valid
	Butir 8	.912**	Valid
	Butir 9	.857**	Valid
	Butir 10	.878**	Valid
Tingkat Religiusitas	Butir 11	.736**	Valid
	Buitr 12	.837**	Valid
	Butir 13	.764**	Valid
	Butir 14	.765**	Valid
	Butir 15	.750**	Valid
Keputusan	Butir 16	.869**	Valid
	Butir 17	.864**	Valid
	Butir 18	.909**	Valid
	Butir 19	.850**	Valid
	Buir 20	.902**	Valid

Sumber: data primer diolah, Desember 2015 (Lampiran 7)

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa semua pertanyaan yang digunakan kuisioner dinyatakan valid, karena semua pertanyaan berbintang dua itu berarti korelasi signifikan pada level 1% (0,01), sehingga tidak ada pertanyaan yang dihapus.

1. Uji Reliabilitas

Tabel 2
Uji Reliabilitas

Variabel	Alpha	Keteramngan
Pemahaman	.852	Reliabel
Produk	.911	Reliabel
Tingkat Reigiusitas	.827	Reliabel
Keputusan	.907	Reliabel

Sumber: data primer diolah, Desember 2015 (Lampiran 7)

Dari keterangan tabel di atas dapat diketahui bahwa masing-masing variabel memiliki *Crombach Alpha e*" 0.60. Dengan demikian pemahaman, keunggulan produk bank syariah dan tingkat religiusitas keputusan menjadi nasabah bank BSM dapat dikatakan reliabel.

2. Uji Statistik

a. Uji t_{tets}

Tabel 3
Hasil Uji t_{test}
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	10,197	3,883		2,626	,010
PMH	,018	,092	,018	,195	,846
P	,669	,082	,715	8,185	,000
TR	,022	,095	,018	,234	,815

Sumber data primer diolah, Desember 2015

Dapat dilihat dari hasil uji parsial di atas bahwa variabel yang lolos adalah keunggulan produk yang mempengaruhi keputusan mahasiswa menjadi nasabah bank syariah.

Untuk mengetahui signifikan atau tidaknya variabel independen secara individu mempengaruhi variabel dependen dengan membandingkan antara nilai t test dan t tabel, jika t test > t tabel dapat di simpulkan bahwa variabel independen secara sendiri-sendiri mempengaruhi secara signifikan variabel dependen.

Cara mencari t tabel = $\alpha = 0,05$ atau 5% ; t tabel = $\alpha/2$,n-k-1

$$\alpha = \frac{0,05}{2} = 0.025$$

$$DF = 100 - 3 - 1 = 96$$

Jadi diperoleh nilai t tabel sebesar 1.6609.

Tabel 4
Perbandingan Antara t_{test} dan Ttabel

Varibel	Nilai t_{test}	Nilai T tabel	Nilai sig	Keterangan
Pemahaman	,195		,846	Tidak Signifikan
KP	8,185	1,6609	,000	Signifikan
TR	,234		,815	Tidak Signifikan

Sumber: data primer diolah, Desember 2015

Berdasarkan tabel di atas, perbandingan nilai $t_{\text{test}} > t_{\text{tabel}}$, sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel independen secara sendiri-sendiri mempengaruhi secara signifikan variabel dependen. Dari tabel di atas dapat dilihat bahwa pemahaman mengenai bank syariah berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap keputusan mahasiswa menjadi nasabah Bank Syariah Mandiri cabang Salatiga karena nilai t_{test} 0,195 > nilai t_{tabel} 1,6609. P (Produk) bank syariah berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan mahasiswa menjadi nasabah Bank Syariah Mandiri cabang Salatiga, karena nilai t_{test} 8,185 > nilai t_{tabel} 1,6609. TR (Tingkat Religius) mengenai bank syariah berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap keputusan mahasiswa menjadi nasabah Bank Syariah Mandiri cabang Salatiga karena nilai t_{test} 0,234 > nilai t_{tabel} 1,6609.

Uji F (Secara Serempak)

Tabel 5
Hasil Uji FANOVA^a

ANOVA^a

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	2576,608	3	858,869	36,806	,000 ^b
Residual	2240,152	96	23,335		
Total	4816,760	99			

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN

a. Predictors: (Constant), TR, P, PMH

Sumber: data primer diolah, Desember 2015

Untuk mengetahui apakah secara bersama-sama variabel independen mempengaruhi variabel dependen secara signifikan atau tidak, dapat dilihat dengan membandingkan nilai F test dan F tabel. Dengan α 0,05 besarnya F tabel sebesar 2,699.

Berdasarkan hasil tersebut dapat diketahui bahwa nilai F test sebesar 3,806 yang lebih besar dari F tabel sebesar 2,699. Dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima, yang berarti variabel independen (PMH, P, dan TR) secara bersama-sama mempengaruhi secara signifikan variabel dependen Keputusan. Selain dengan membandingkan nilai F test dan F tabel, dapat juga dengan melihat besarnya nilai signifikan. Pada kolom tersebut besarnya sig. 0,000 ini berarti lebih kecil dari 0,05. Jadi variabel independen secara bersama-sama mempengaruhi variabel dependen secara signifikan.

Uji Determinasi Adj R^2

Tabel 6
Hasil Uji R^2

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,731 ^a	,535	,520	4,83062

a. Predictors: (Constant), TR, P, PMH

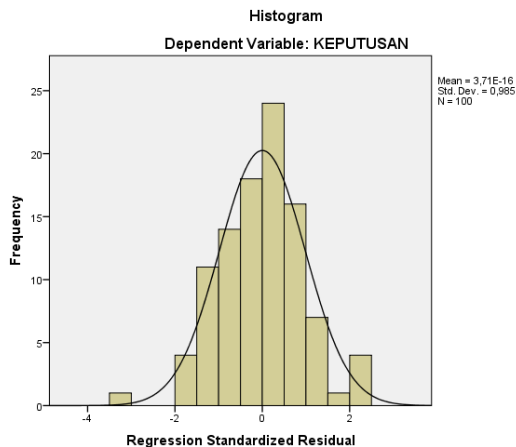
b. Dependent Variable: KEPUTUSAN

Sumber: data primer diolah, Desember 2015

Tabel ini menunjukkan:

- Koefisien korelasi (R) sebesar 0,731 ini artinya bahwa ada hubungan yang kuat antara variabel independen dengan variabel dependen (karena mendekati angka 1).
- Koefisien determinasi adj (R^2) sebesar 0,520 ini artinya bahwa kontribusi variasi variabel independen mampu menjelaskan/mempengaruhi variasi variabel dependen sebesar 52%, sedangkan sisanya yang sebesar 48% dijelaskan/dipengaruhi oleh variabel yang lain di luar model.

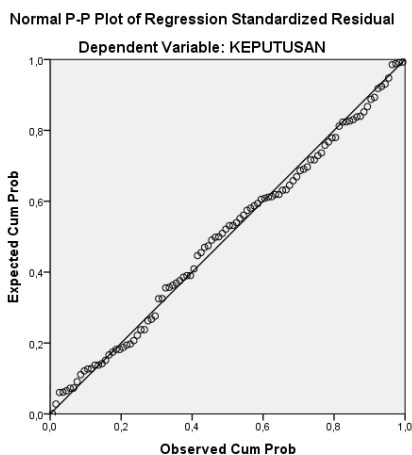
Uji Normalitas



Gambar 1
Uji Normalitas

Sumber: data primer diolah, Desember 2015

Dalam grafik Histogram di atas dapat perbandingan antara data observasi dengan distribusi yang mendekati distribusi normal. Terlihat bahwa grafik Histogram menunjukkan pola distribusi yang mendekati normal, sehingga bisa disimpulkan bahwa model regresi memenuhi asumsi normalitas.



Gambar 2
Grafik Normal Plot

Sumber: data primer diolah, Desember 2015

Dalam grafik Normal Plot disini yang dapat dilihat adalah perbandingan antara distribusi kumulatif dari data sesungguhnya dengan distribusi kumulatif data dari distribusi normal. Dalam grafik normal plot terlihat adanya titik-titik yang menyebar disekitar garis diagonal sedangkan penyebarannya mengikuti arah garis diagonalnya. Sehingga bisa disimpulkan bahwa model regresi memenuhi asumsi normalitas.

Tabel 7
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	1,06505526
	Absolute	,108
Most Extreme Differences	Positive	,090
	Negative	-,108
Kolmogorov-Smirnov Z		1,079
Asymp. Sig. (2-tailed)		,195

a. Test distribution is Normal.

a. Calculated from data

Sumber: data primer diolah, Desember 2015

Tabel di atas menunjukkan N =100 yang berarti jumlah sampel yang diambil sebanyak 100, nilai *kolmogorov-smirnov Z* menunjukkan angka 1,079 dan Asymp. Sig. (2-tailed) menunjukkan angka 0,195. Dapat disimpulkan bahwa data tersebut berdistribusi normal karena Asymp. Sig. (2-tailed) lebih dari 0,05 atau 5%.

Uji Linieritas

Tabel 8
Uji Linieritas Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,022 ^a	,000	-,031	4,82944900

a. Predictors: (Constant), X3.X3, X2.X2, X1.X1

Sumber: data primer diolah, Desember 2015

Pada penelitian uji linieritas ini menggunakan metode *Lagrange Multiplier*. Jika X^2 hitung $> X^2$ tabel: Spesifikasi model persamaan regresi linier tidak benar. Tapi jika X^2 hitung $< X^2$ tabel: Spesifikasi model persamaan regresi linier adalah benar (Bawono, 2006: 186).

Dapat dilihat tabel di atas R^2 sebesar 0,000 maka untuk mencari x^2 , dengan cara mengalikan $100 \times 0,000 = 0$. Sedangkan untuk mencari x^2 tabel sebesar 119,8710 dengan tingkat signifikan 5% dan DF = 96

Uji Multikolinieritas

Tabel 9
Perbandingan r^2 dan R^2

Variabel Independen	r^2
PMHJ(X1)= P(X2), TR(X3)	0,415
P(X2)= PMH(X1), TR(X3)	0,366
TR(X3)= PMH(X1), P(X2)	0,151
$R^2 = 0,535$	

Sumber data primer diolah, Januari 2016 (Lampiran 7)

Berdasarkan tabel di atas menunjukkan bahwa R^2 hasil regresi utama lebih besar dari pada r^2 hasil regresi persial antara variabel independen dengan variabel independen lainnya sehingga bisa dikatakan tidak terjadi gejala multikolinieritas.

Uji Heteroscedasticity

Tabel 10
 Hasil Uji Heteroskedasticity Test: White

Heteroskedasticity Test: White

F-statistic	0.696397	Prob. F(9,90)	0.7105
Obs*R-squared	6.510576	Prob. Chi-Square(9)	0.6879
Scaled explained SS	7.803550	Prob. Chi-Square(9)	0.5541

Test Equation:

Dependent Variable: RESID^2

Method: Least Squares

Date: 01/27/16 Time: 14:27

Sample: 1 100

Included observations: 100

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	373.1886	199.3139	1.872366	0.0644
X1	-3.154297	7.192212	-0.438571	0.6620
X1^2	-0.002368	0.083287	-0.028435	0.9774
X1*X2	0.030876	0.117281	0.263261	0.7930
X1*X3	0.060084	0.172369	0.348575	0.7282
X2	-6.923113	6.809320	-1.016711	0.3120
X2^2	0.033682	0.086533	0.389235	0.6980
X2*X3	0.069927	0.165132	0.423464	0.6730
X3	-9.416978	8.299773	-1.134607	0.2596
X3^2	0.069651	0.107971	0.645085	0.5205
R-squared	0.065106	Mean dependent var	22.40152	
Adjusted R-squared	-0.028384	S.D. dependent var	36.31115	
S.E. of regression	36.82287	Akaike info criterion	10.14475	
Sum squared resid	122033.1	Schwarz criterion	10.40527	
Log likelihood	-497.2377	Hannan-Quinn criter.	10.25019	
F-statistic	0.696397	Durbin-Watson stat	2.107311	
Prob(F-statistic)	0.710481			

Sumber data primer diolah, Januari 2016

Hasil output menunjukkan nilai *Obs*R-squared* adalah sebesar 6,51 sedangkan nilai *probabilitas (chi-square)* adalah **0,68 (lebih besar daripada $\alpha = 0,05$)**, dengan demikian kita dapat **menerima hipotesis nol bahwa data tidak mengandung masalah** heteroskedastisitas.

Dari hasil uji di atas, diketahui bahwa variabel pemahaman mahasiswa tentang bank syariah berpengaruh positif secara tidak signifikan terhadap keputusan menjadi nasabah. Hal ini dapat diketahui dari nilai koefisien regresi (b) variabel pemahaman mahasiswa pada *Unstandardized Coefficients* yang bernilai positif yakni 0,18 dan nilai signifikansi dari variabel pemahaman mahasiswa tentang bank syariah sebesar 0,845 atau < dari 0,05 serta nilai t hitung variabel pemahaman sebesar 0,195 atau > t tabel sebesar 1,6609, maka H_a ditolak dan H_o diterima. Karena banyak mahasiswa yang tidak mengetahui dan memahami tentang bank syariah. Dengan demikian variabel pemahaman mahasiswa tentang bank syariah tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan mahasiswa menjadi nasabah, sejalan dengan penelitian ini adalah penelitian yang dilakukan Jannah (2014) mengenai Pengaruh Pengetahuan Mahasiswa terhadap Minat Menjadi Nasabah Bank Syariah (Studi Kasus Mahasiswa Jurusan Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Walisongo) variabel pengetahuan atau pemahaman tidak berpengaruh signifikan terhadap minat menabung di bank syariah.

Dari penelitian di atas variabel produk bank syariah berpengaruh positif secara signifikan terhadap keputusan menjadi nasabah. Hal ini dapat diketahui dari nilai koefisien regresi (b) variabel P (produk) pada *Unstandardized Coefficients* yang bernilai positif yakni sebesar 0,669 dan nilai signifikansi dari variabel KP bank syariah sebesar 0,000 atau > 0,05 serta nilai t hitung variabel pemahaman sebesar 8,185 atau > t tabel sebesar 1,6609, maka H_a diterima dan H_o ditolak. Dengan demikian variabel KP bank syariah berpengaruh positif secara signifikan terhadap keputusan menjadi nasabah. Hal ini juga didukung dalam penelitian Hutabarat (2010:98) menyatakan bahwa produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan masyarakat menjadi nasabah bank syariah.

Dalam penelitian Yulianto (2010:548) juga menyatakan bahwa faktor produk (*product*) merupakan faktor yang paling dipertimbangkan nasabah dalam memilih bank syariah. Hal ini disebabkan karena produk yang

ditawarkan bank syariah cukup inovatif sehingga mampu menarik perhatian masyarakat untuk mau menjadi nasabah bank syariah. Dimana inovasi dari produk ini dapat dilihat dari nama atau istilah produk, yang menggunakan istilah Islam, sehingga mampu memberi daya tarik tersendiri bagi suatu lingkup masyarakat yang didasari oleh keyakinan agama Islam.

Adapun produk yang mahasiswa pilih untuk menjadi nasabah Bank Syariah Mandiri adalah produk tabunganku dengan akad *wadhi'ah yad dhamanah* produk tabungan ini mempunyai banyak keunggulan salah satunya adalah setoran pembukaan rekening yang tidak terlalu tinggi sehingga memudahkan mahasiswa untuk membuka rekening pada BSM cab. Salatiga.

Dari hasil penelitian di atas, diketahui bahwa variabel TR mahasiswa berpengaruh positif secara tidak signifikan terhadap keputusan menjadi nasabah. Hal ini dapat diketahui dari nilai koefisien regresi (b) variabel TR pada *Unstandardized Coefficients* yang bernilai positif yakni sebesar 0,22 dan nilai signifikansi dari variabel TR mahasiswa sebesar 0,815 atau $> 0,05$ serta nilai t hitung variabel pemahaman sebesar 0,234 atau $< t$ tabel sebesar 1,6609, maka H_a ditolak dan H_o diterima. Dengan demikian variabel TR berpengaruh positif secara tidak signifikan terhadap keputusan menjadi nasabah, ini sejalan dengan penelitian Abhimantra (2013:176) bahwa terdapat pengaruh positif secara tidak signifikan terhadap keputusan nasabah menabung di bank syariah

Dalam penelitian Priaji (2011:127) bahwa variabel religiusitas secara positif mempengaruhi intensi menabung di bank syariah dan tidak signifikan. Jadi semakin tinggi religiusitas seseorang maka semakin tinggi intensi menabung di bank syariah, namun hal ini secara statistik tidak signifikan. Tidak signifikannya religiusitas kemungkinan disebabkan karena nasabah dalam memilih sebuah bank syariah mereka lebih menggunakan *economic rationale* dari pada faktor yang sifatnya keagamaan.

Penutup

Dari hasil analisis dan pembahasan tentang pemahaman, produk, dan tingkat religiusitas yang mempengaruhi mahasiswa menjadi nasabah bank syariah maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Terdapat pengaruh positif dan tidak signifikan pada variabel pemahaman mengenai pengetahuan mahasiswa IAIN salatiga tentang terhadap keputusan menjadi nasabah BSM cab. Salatiga
2. Dari hasil uji penelitian ini dapat diketahui bahwa variabel produk bank syariah berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan mahasiswa IAIN Salatiga menjadi nasabah BSM cab. Salaiga. Hal ini dapat diketahui dari nilai koefisien regresi (b) variabel P (produk) pada *Unstandardized Coefficients* yang bernilai positif yakni sebesar 0,669 dan nilai signifikansi dari variabel P bank syariah sebesar 0,000 atau $< 0,05$ serta nilai t hitung variabel pemahamn sebesar 8,185 atau $> t$ tabel sebesar 1,6609.
3. Terdapat pengaruh positif dan tidak signifikan pada variabel tingkat religiusitas. Terhadap keputusan mahasiswa IAIN Salatiga menjadi nasabah Bank Syariah Mandiri cab. Salatiga.

Daftar Pustaka

- Abhimantra, Ananggadipa, dkk. 2013. "Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Nasabah (Mahasiswa) Menabung Pada Bank Syariah." *Jurnal PESAT* Vol.5.
- Iwan, Triyuwono & Moh, As'udi. 2001. *Akuntansi Syari'ah Memformulasikan Konsep Laba dalam Konteks Metafora Zakat*. Jakarta: Salemba Empat.
- Kasmir. 2003. *Bank dan Lembaga Keuangan lainnya*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Muchlis. 2011. *Perilaku menabung di Perbankan Syariah Jawa Tengah*. Tesis Magister pada Universitas Diponegoro Semarang. Diterbitkan
- Muhammad. 2008. *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam*. Jakarta: Raja-grafindo Persada.
- Niken Pertiwi, Ayoe. 2010. "Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Masyarakat Muslim Untuk Menggunakan Bank Syariah (Studi Kasus di Kota Surakarta)." *Skripsi UMS*.
- Priaji, Vita Widyan. 2011. *Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Intensi Menabung di Bank Syariah*. Skripsi UIN Syarif Hidayatullah.
- Sumanto.2014.*Statistika Terapan*.Yogyakarta: CAPS.

- Wibowo, Edy dan Widodo Hendy Untung. 2005. "*Mengapa Memilih Bank Syariah?*", Penerbit Ghalia Indonesia. Bogor Selatan.
- Yulianto, Firman Agung Yuniarinto dan Surachman. 2010. "Analisis Pengaruh Faktor-faktor Bauran Pemasaran terhadap Pertimbangan Nasabah dalam Memilih Bank Syariah di Kota Medan." *Wacana* V/ol.13.No.4.