PENGARUH PENGETAHUAN PRODUK PERBANKAN SYARIAH TERHADAP MINAT MENABUNG DOSEN FIAI KOPERTAIS III D.I YOGYAKARTA DI BANK SYARIAH

The Influence of Knowledge of Islamic Banking Products on the Interest of Saving Fiai Kopertais III D.I. Yogyakarta Iecturers at Islamic Banks

Skripsi

Diajukan untuk memenuhi sebagian persyaratan
guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi dari
Program Studi Ekonomi Islam



Oleh :
SIGIT SETIYO NUGROHO
13423077

PROGRAM STUDI EKONOMI ISLAM
FAKULTAS ILMU AGAMA ISLAM
STUDI EKONOMI ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA
YOGYAKARTA
2020

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

FAKULTAS
ILMU AGAMA ISLAM

Gedung K.H. Wahid Hasyim
Kampus Terpadu Universitas Islam Indonesia
Jl. Kaliurang km 14,5 Yogyakarta 55584
T. (0274) 898444 ext. 4511 / (0274) 898462
F. (0274) 898463
E. fiai@uii.ac.id
W. fiai.uii.ac.id

dilaksanakan pada:

Hari	: Rabu
Tanggal	: 8 Juli 2020
Nama	: SIGIT SETIYO NUGROHO
Nomor Mahasiswa	: 13423077
Judul Skripsi	: Pengaruh Pengetahuan Produk Perbankan Syariah terhadap Minat Menabung Dosen FIAI Kopertais di Bank Syariah

Sehingga dapat diterima sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Strata Satu (S1) Ekonomi Islam pada Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia Yogyakarta

TIM PENGUJI

Ketua

Tulasmi, SEI, MEI (.....)

Penguji I

Rakhmawati, S.Stat, MA (.....)

Penguji II

Junaidi Safitri, SEI, MEI (.....)

Pembimbing

Dr. Anton Priyo Nugroho, SE, MM (.....)

Yogyakarta, 8 Juli 2020
Deka

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA YOGYAKARTA FAKULTAS ILMU AGAMA ISLAM

Dr. H. Tamyiz Mukharrom, MA

NOTA DINAS
Hal : Skripsi

Kepada: Yth. Dekan Fakultas Ilmu Agama Islam
Universitas Islam Indonesia
di Yogyakarta

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Berdasarkan penunjukan Dekan Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia dengan surat nomor: 3224/Dek/60DAS/FIAI/X/2017 tanggal 17 Oktober 2017 atas tugas kami sebagai pembimbing skripsi saudara:

Nama	: Sigit Setiyo Nugroho
Nomor/Pokok NIMKO	: 13423077
Mahasiswa Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia	
Program Studi/Konsentrasi	: Ekonomi Islam/Keuangan dan Perbankan Syari'ah
Tahun Akademik	: 2019/2020
Judul Skripsi	: ***Pengaruh Pengetahuan Produk Perbankan Syariah Terhadap Minat Menabung Dosen Fiai Kopertais Di Bank Syariah***

Setelah kami teliti dan kami adakan perbaikan seperlunya, akhirnya kami berketetapan bahwa skripsi saudara tersebut di atas memenuhi syarat untuk diajukan ke sidang munaqasah Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia.

Demikian, semoga dalam waktu dekat bisa dimunaqasahkan, dan bersama ini kami kirimkan 3 (tiga) eksemplar skripsi dimaksud.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Dosen Pembimbing

Dr. Anton Priyo Nugroho, SE, MM

LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini,

Nama	:	Sigit Setiyo Nugroho
NIM	:	13423077
Program Studi	:	Ekonomi Islam
Fakultas	:	Ilmu Agama Islam
Judul Skripsi	:	***Pengaruh Pengetahuan Produk Perbankan SyariahTerhadap Minat Menabung Dosen Fiai Kopertais Di Bank Syariah***

Dengan ini menyatakan bahwa hasil penulisan Skripsi ini merupakan hasil karya sendiri dan benar keasliannya. Apabila ternyata di kemudian hari penulisan Skripsi ini merupakan hasil plagiat atau penjiplakan terhadap karya orang lain, maka saya bersedia mempertanggungjawabkan sekaligus bersedia menerima sanksi berdasarkan aturan tata tertib yang berlaku di Universitas Islam Indonesia.

Demikian, pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya dan tidak dipaksakan.

Yogyakarta, 17 April 2020



Sigit Setiyo Nugroho

REKOMENDASI PEMBIMBING

Yang bertanda tangan di bawah ini, Dosen Pembimbing Skripsi:

Nama Mahasiswa	: Sigit Setiyo Nugroho
NIM	: 13423077
Judul Skripsi	: *Pengaruh Pengetahuan Produk Perbankan Syariah Terhadap Minat Menabung Dosen FIAI Kopertais di Bank Syariah*

menyatakan bahwa, berdasarkan proses dan hasil bimbingan selama ini, serta dilakukan perbaikan, maka yang bersangkutan dapat mendaftarkan diri untuk mengikuti munaqasah skripsi pada Program Studi Ekonomi Islam Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia Yogyakarta.

Yogyakarta, 17 April 2020

Dr. Anton Priyo Nugroho, SE, MM

HALAMAN PERSEMBAHAN

Puji syukur saya persembahkan kepadaMu ya Allah, Tuhan Yang Maha Agung dan Maha Tinggi. Atas takdirmu saya bisa menjadi pribadi yang berpikir, berilmu, beriman dan bersabar. Semoga keberhasilan ini menjadi satu langkah awal untuk masa depan saya, dalam meraih cita-cita saya, agar saya bisa menjadi pribadi yang lebih baik.

Kupersembahkan karya ini untuk kepada kedua orang tuaku, Kepada ayahanda Sugeng seorang kepala keluarga yang sangat bijak, tegas dan pantang menyerah dalam mendidik kedua anaknya, serta orang yang sangat bekerja keras dan pantang menyerah dalam mencari nafkah untuk keluarganya.

Kepada ibunda Badriyah, seorang ibu yang sangat menuntun anak-anaknya kejalan yang baik dan benar, seorang ibu yang tidak pernah lelah mendidik kedua anaknya, seorang ibu yang mempunyai kesabaran yang tidak terbatas dalam mengasuh anaknya, seorang ibu yang tidak pernah lelah menasihati dan memberi kekuatan semangat yang tidak terbatas kepada anaknya, seorang ibu yang selalu memberikan masukan yang positif kepada anaknya.

Kepada Adik saya tercinta Katon Dwi Nugroho yang selalu mendukung dikala saya mengalami patah semangat, selalu memberikan masukan positif kepada kakaknya. Tetap semangat menjalani kehidupan, karena Allah akan memberikan keberkahan bagi orang yang menjalani kehidupan dengan Bahagia dan Ikhlas.

Kepada bapak Anton Priyo Nugroho, Dr., SE., MM selaku dosen pembimbing saya yang paling baik dan bijaksana, terima kasih karena sudah menjadi orang tua kedua saya. Terima kasih atas bantuannya, nasehatnya, dan ilmunya yang selama ini dilimpahkan pada saya dengan rasa tulus dan ikhlas.

Kepada teman-teman terdekat saya yang telah mendampingi, menemani, mendukung, menasehati, penyemangat saya baik suka maupun duka.

Teman-teman seperjuangan tempat berbagi kisah yang telah dilalui, tetap semangat jangan mudah menyerah dalam menjalani hidup.

Untuk semua pihak yang saya sebutkan maupun yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu, terima kasih atas semuanya. Semoga Tuhan senantiasa membalas setiap kebaikan kita. Serta kehidupan kita semua juga dimudahkan dan diberkahi selalu oleh Allah SWT.

Saya menyadari bahwa hasil karya skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, tetapi saya harap isinya tetap memberi manfaat sebagai ilmu dan pengetahuan bagi para pembacanya.

HALAMAN MOTTO

" dan Janganlah Kamu Menghambur – hamburkan (Hartamu) Secara Boros. Sesungguhnya Pemboros – Pemboros Itu adalah Saudara – Saudara Syaitan dan Syaitan itu Adalah Sangat Ingkar Kepada Rabbnya."

(QS. Al-Isra':26-27)

ABSTRAK

PENGARUH PENGETAHUAN PRODUK PERBANKAN SYARIAH TERHADAP MINAT MENABUNG DOSEN FIAI KOPERTAIS III D.I. YOGYAKARTA DI BANK SYARIAH

SIGIT SETIYO NUGROHO
13423077

Dengan berkembangnya berbagai lembaga keuangan, kini lembaga keuangan syariah sudah bisa kita temukan diberbagai tempat di Indonesia, tidak hanya bank konvensional, lembaga keuangan syariah atau bank syariah banyak didirikan untuk mensejahterakan keuangan masyarakat yang berlandaskan prinsip-prinsip islam dengan menawarkan berbagai produk jasa yang beragam.
Penelitian ini menggunakan metode pendekatan kuantitatif. Teknik analisis data yang digunakan adalah regresi linier sederhana. Data yang digunakan adalah data primer yang diperoleh melalui kuosioner dengan jumlah responden sebanyak 60. Populasi dalam penilitian ini yaitu semua Dosen KOPERTAIS, dan sampel yang digunakan adalah Dosen FIAI UII, FIAI UCY dan FIAI UMY. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan penelitian lapangan (koesioner dan studi kepustakaan).

Hasil dari penelitian ini adalah adanya pengaruh yang signifikan antara pengetahuan produk perbankan syariah terhadap minat menabung dosen fiai kopertais di bank syariah.dan hasil nilai t sebesar 2,026 dengan nilai signifikan sebesar 0,047. Hasil ini membuktikan bahwa variabel pengetahuan produk perbankan syariah memiliki pengaruh terhadap minat menabung dosen fiai kopertais di bank syariah. Hasil ini membuktikan bahwa variabel pengetahuan produk perbankan syariah memiliki pengaruh terhadap minat menabung. Dan hasil analisis regresi linear sederhana sebesar 0,066 yang berarti kontribusi varian yang diberikan oleh Pengetahuan produk terhadap minat dosen fiai kopertais menabung dibank syariah sebesar 0,66% sedangkan sisanya sebesar 99,3% yang dipengaruhi oleh varian lain diluar model.

Dengan demikian maka perbankan syariah perlu menambah konsep sosialisasi dengan cakupan yang luas dan mendetail terkait produk yang ada di bank syariah, sehingga dapat menambah pengetahuan produk di bank syariah bagi masyarakat dosen fiai kopertais.

Kata Kunci : Bank Syariah, Pengetahuan Produk, Minat

ABSTRACT

THE INFLUENCE OF KNOWLEDGE OF ISLAMIC BANKING PRODUCTS ON THE INTEREST OF SAVING FIAI KOPERTAIS III D.I. YOGYAKARTA IECTURERS AT ISLAMIC BANKS

SIGIT SETIO NUGROHO
13423077

the development of various financial institutions, now we can find Islamic financial institutions in various places in Indonesia, not only conventional banks, Islamic financial institutions or Islamic banks have been established to prosper the financial community based on Islamic principles by offering a variety of diverse service products.

This research uses a quantitative approach. The data analysis technique used is normal linear regression. The data used are primary data obtained through questionnaires with a total of 60 respondents. The population in this study were all KOPERTAIS Lecturers, and the samples used were Lecturers of FIAI UII, FIAI UCY and FIAI UMY. Data collection techniques carried out by field research (questionnaire and literature study).

The results of this study are that there is a significant influence between knowledge of Islamic banking products to the interest of saving Kopiais lecturers in Islamic banks. And the results of the t value of 2.026 with a significant value of 0.047. These results prove that the variable knowledge of Islamic banking products has an influence on the interest of saving Kopiais lecturers in Islamic banks. This result proves that the variable knowledge of Islamic banking products has an influence on saving interest. And the results of the linear regression analysis of 0.066, which means the contribution of the variants given by product knowledge to the interest of Kopertais Fiai lecturers saving on Islamic banks is 0.66% while the remaining 99.3% is influenced by other variants outside the model.

Thus the Islamic banking needs to add the concept of socialization with a broad and detailed coverage related to existing products in silamic bank, so as to increase product knowledge in Islamic banks for the lecturer fiai copertais community.

***Keywords**: Islamic Banks, Product Knowledge, Interest*

March 31, 2020

TRANSLATOR STATEMENT
The information appearing herein has been translated
by a Center for International Language and Cultural Studies of
Islamic University of Indonesia
CILACS UII Jl. DEMANGAN BARU NO 24
YOGYAKARTA, INDONESIA.
Phone/Fax: 0274 540 255

KEPUTUSAN BERSAMA
MENTERI AGAMA DAN MENTERI PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN
REPUBLIK INDONESIA
Nomor: 158 th. 1987
Nomor: 0543b/u/1987
TRANSLITERASI ARAB-LATIN

Pendahuluan

Penelitian transliterasi arab-latin merupakan salah satu program penelitian puslitbang lektur agama, badan litbang agama, yang pelaksanaannya dimulai tahun anggaran 1983/ 1984. Untuk mencapai hasil rumusan yang lebih baik, hasil penelitian itu dibahas dalam pertemuan terbatas guna menampung pandangan dan pikiran para ahli agar dapat dijadikan bahan telaah yang berharga bagi forum seminar yang sifatnya lebih luas dan nasional.

Transliterasi arab-latin memang dihajatkan oleh bangsa indonesia karena huruf arab dipergunakan untuk menuliskan kitab agama islam berikut penjelasannya (al-qur'an dan hadis), sementara bangsa indonesia mempergunakan huruf latin untuk menuliskan bahasanya. Karena ketiadaan pedoman yang baku, yang dapat dipergunakan oleh umat islam di indonesia yang merupakan mayoritas bangsa indonesia, transliterasi arab-latin yang terpakai dalam masyarakat banyak ragamnya. Dalam menuju kearah pembakuan itulah puslitbang lektur agama melalui penelitian dan seminar berusaha menyusun pedoman yang diharapkan dapat berlaku secara nasional.

Dalam seminar yang diadakan tahun anggaran 1985/1986 telah dibahas beberapa makalah yang disajikan oleh para ahli, yang kesemuanya memberikan sumbangan yang besar bagi usaha ke arah itu. Seminar itu juga membentuk tim yang bertugas merumuskan hasil seminar dan selanjutnmya hasil tersebut dibahas lagi dalam seminar yang lebih luas, seminar nasional pembakuan transliterasi arab-latin tahun 1985/1986. Tim tersebut terdiri dari 1) H.Sawabi Ihsan Ma, 2) Ali Audah, 3) Prof. Gazali Dunia, 4) Prof. Dr. H.B. Jassin, dan 5) Drs. Sudarno M.Ed. Dalam pidato pengarahan tangal 10 maret 1986 pada seminar tersebut, kepala litbang agama menjelaskan bahwa pertemuan itu mempunyai arti penting dan strategis karena:

1. Pertemuan ilmiah ini menyangkut perkembangan ilmu pengetahuan, khususnya ilmu pengetahuan ke-islaman, sesuai dengan gerak majunya pembangunan yang semakin cepat.
2. Pertemuan ini merupakan tanggapan langsung terhadap ke bijaksanaan menteri agama kabinet pembangunan iv, tentang perlunya peningkatan

pemahaman, penghayatan, dan pengamalan agama bagi setiap umat beragama, secara ilmiah dan rasional. Pedoman transliterasi arab-latin yang baku telah lama didambakan karena amat membantu dalam pemahaman terhadap ajaran dan perkembangan islam di Indonesia. Umat islam di Indonesia tidak semuanya mengenal dan menguasai huruf arab. Oleh karena itu, pertemuan ilmiah yang diadakan kali ini pada dasamya juga merupakan upaya untuk pembinaan dan peningkatan kehidupan beragama, khususnya umat islam di Indonesia.

Badan litbang agama, dalam hal ini puslitbang lektur agama, dan instansi lain yang ada hubungannya dengan kelekturan, amat memerlukan pedoman yang baku tentang transliterasi arab-latin yang dapat dijadikan acuan dalam penelitian dan pengalih-hurufan, dari arab ke latin dan sebaliknya.

Dari hasil penelitian dan penyajian pendapat para ahli di ketahui bahwa selama ini masyarakat masih mempergunakan transliterasi yang berbeda-beda. Usaha penyeragamnya sudah pernah dicoba, baik oleh instansi maupun perorangan, namun hasilnya belum ada yang bersifat menyeluruh, dipakai oleh seluruh umat islam Indonesia. Oleh karena itu, dalam usaha mencapai keseragaman, seminar menyepakati adanya pedoman transliterasi arab-latin baku yang dikuatkan dengan suatu surat keputusan menteri agama dan menteri pendidikan dan kebudayaan untuk digunakan secara nasional.

Pengertian transliterasi

Transliterasi dimaksudkan sebagai pengalih hurufan dari abjad yang satu ke abjad yang lain. transliterasi arab-latin di sini ialah penyalinan huruf-huruf arab dengan huruf-huruf latin beserta perangkatnya.

Prinsip pembakuan

Pembakuan pedoman transliterasi arab-latin ini disusun dengan prinsip sebagai berikut:

1. Sejalan dengan ejaan yang disempurnakan.
2. Huruf arab yang belum ada padanannya dalam huruf latin dicarikan padanan dengan cara memberi tambahan tanda diakritik, dengan dasar “satu fonem satu lambang”.

3. Pedoman transliterasi ini diperuntukkan bagi masyarakat umum.

Rumusan pedoman transliterasi arab-latin

Hal-hal yang dirumuskan secara kongkrit dalam pedoman transliterasi arab-latin ini meliputi:

1. Konsonan
2. Vokal (tunggal dan rangkap)
3. Maddah
4. Ta'marbutah
5. Syaddah
6. Kata sandang (di depan huruf syamsiah dan qamariah)
7. Hamzah
8. Penulisan kata
9. Huruf kapital
10. Tajwid

1. Konsonan

Fonem konsonan bahasa arab yang dalam sistem tulisan arab dilambangkan dengan huruf, dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan huruf dan sebagian dilambangkan dengan tanda, dan sebagian lagi dengan huruf dan tanda sekaligus. Di bawah ini daftar huruf arab itu dan transliterasinya dengan huruf latin:

Huruf arab	Nama	Huruf latin	Nama
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	Ṡa	Ṡ	Es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	Ḥa	Ḥ	Ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	Ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	Żal	Ż	Zet (dengan titik di atas)

ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	Es dan ye
ص	Ṣad	Ṣ	Es (dengan titik di bawah)
ض	Ḍad	Ḍ	De (dengan titik di bawah)
ط	Ṭa	Ṭ	Te (dengan titik di bawah)
ظ	Ẓa	Ẓ	Zet (dengan titik di bawah)
ع	‘ain	‘	Koma terbalik (di atas)
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Ki
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Wau	W	We
هـ	Ha	H	Ha
ء	Hamzah	'	Apostrof
ى	Ya	Y	Ye

2. Vokal

Vokal bahasa arab, seperti vokal bahasa indonesia, terdiri dari vokal tunggal atau monoftong dan vokal rangkap atau diftong.

a. Vokal tunggal

vokal tunggal bahasa arab yang lambangnya berupa tanda atau harkat, transliterasinya sebagai berikut:

Tanda	Nama	Huruf latin	Nama
◌َ ـــ	Fathah	A	A
◌ِ	Kasrah	I	I
◌ُ	Dhammah	U	U

b. Vokal rangkap

Vokal rangkap bahasa arab yang lambangnya berupa gabungan antara harkat dan. Huruf, transliterasinya berupa gabungan huruf, yaitu :

Tanda	Nama	Huruf latin	Nama
...ْ يَ	Fathah dan ya	Ai	A dan i
...ْ وَ	Fathah dan wau	Au	A dan u

Contoh:

كَتَبَ - kataba

فَعَلَ - fa'ala

3. Maddah

Maddah atau vokal panjang yang lambangnya berupa harakat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda, yaitu:

Harkat dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda	Nama
...ا...ى َ	Fathah dan alif atau ya	A	A dan garis di atas
...ى	Kasrah dan ya	I	I dan garis di atas
...و ُ	Hammah dan wau	U	U dan garis di atas

Contoh:

قَالَ - qāla

قِيْلَ - qĭla

رَمَى - ramā

يَقُوْلُ- yaqūlu

4. Ta'marbutah

Transliterasi untuk ta marbutah ada dua:

a. Ta marbutah hidup

Ta marbu"ah yang hidup atau mendapat harakat fathah, kasrah dan dammah, transliterasinya adalah 't'.

b. Ta marbutah mati

Ta marbutah yang mati atau mendapat harakat sukun, transliterasinya adalah 'h'. Kalau pada kata yang terakhir dengan ta marbu"ah diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang *al* serta bacaan kedua kata itu terpisah maka ta marbutah itu ditransliterasikan dengan ha (h).

Contoh:

رَوْضَةُ الأَطْفَالُ	- raudah al-atfãl
	- raudatul atfãl
المَدِيْنَةُ المُنَوّرَةُ	- al-madĭnah al-munawwarah
	- al-madĭnatul-munawwarah
طَلْحَةْ	- talhah

5. Syaddah (tasydid)

Syaddah atau tasydid yang dalam tulisan arab dilambangkan dengan sebuah tanda, tanda syaddah atau tanda tasydid, dalam transliterasi ini tanda syaddah tersebut dilambangkan dengan huruf, yaitu huruf yang sama dengan huruf yang diberi tanda syaddah itu.

Contoh:

رَبَّنَا	- rabbanā
نَزَّلَ	- nazzala
البِرّ	- al-birr
الحَجّ	- al-hajj
نُعِّمَ	- nu''ima

6. Kata sandang

Kata sandang dalam tulisan arab dilambangkan dengan huruf, yaitu ال, namun dalam transliterasi ini kata sandang itu dibedakan atas kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiyah dan kata sandang yang diikuti huruf qamariyah.

a. Kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiyah.

   Kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiyah ditranslite-rasikan dengan bunyinya, yaitu huruf /1/ diganti dengan huruf yang sama dengan huruf yang langsung mengikuti kata sandang itu

b. Kata sandang yang diikuti oleh huruf qamariyah.

   Kata sandang yang diikuti oleh huruf qamariyah ditranslite-rasikan sesuai aturan yang digariskan di depan dan sesuai dengan bunyinya. Baik diikuti

huruf syamsiyah maupun huruf qamariyah, kata sandang ditulis terpisah dari kata yang mengikuti dan dihubungkan dengan tanda sempang.

Contoh:

الرَّجُلُ	- ar-rajulu
السَّيِّدُ	- as-sayyidu
الشَّمْسُ	- as-syamsu
القَلَمُ	- al-qalamu
البَدِيْعُ	- al-badĭ'u
الجَلاَلُ	- al-jalālu

7. Hamzah

Dinyatakan di depan bahwa ditransliterasikan dengan apostrof. Namun, itu hanya berlaku bagi hamzah yang terletak di tengah dan diakhir kata. Bila hamzah itu terletak diawal kata, isi dilambangkan, karena dalam tulisan arab berupa alif.

Contoh:

تَأْخُذُوْنَ	- ta'khużūna
النَّوْءُ	- an-nau'
شَيْئٌ	- syai'un
إِنَّ	- inna
أُمِرْتُ	- umirtu
أَكَلَ	- akala

8. Penulisan kata

Pada dasarnya setiap kata, baik fi'il, isim maupun harf ditulis terpisah. Hanya kata-kata tertentu yang penulisannya dengan huruf arab sudah lazim dirangkaikan dengan kata lain karena ada huruf atau harakat yang dihilangkan maka transliterasi ini, penulisan kata tersebut dirangkaikan juga dengan kata lain yang mengikutinya.

Contoh:

وَإِنَّ اللهَ لَهُوَ خَيْرُ الرَّازِقِيْنَ	Wa innallāha lahuwa khair ar-rāziqĭn
	Wa innallāha lahuwa khairrāziqĭn
وَأَوْفُوا الْكَيْلَ وَالْمِيْزَانَ	Wa auf al-kaila wa-almĭzān

	Wa auf al-kaila wal mĭzān
إِبْرَاهِيْمُ الْخَلِيْل	Ibrāhĭm al-khalĭl
	Ibrāhĭmul-khalĭl
بِسْمِ اللهِ مَجْرَاهاَ وَمُرْسَاهاَ	Bismillāhi majrehā wa mursahā
وَللهِ عَلىَ النَّاسِ حِجُّ الْبَيْتِ مَنِ اسْتَطَاعَ إِلَيْهِ سَبِيْلاً	Walillāhi ‘alan-nāsi hijju al-baiti manistatā’a ilaihi sabĭla
	Walillāhi ‘alan-nāsi hijjul-baiti manistatā’a ilaihi sabĭlā

9. Huruf kapital

Meskipun dalam sistem tulisan arab huruf kapital tidak dikenal, dalam transliterasi ini huruf tersebut digunakan juga. Penggunaan huruf kapital seperti apa yang berlaku dalam EYD, di antaranya: huruf kapital digunakan untuk menuliskan huruf awal nama diri dan permulaan kalimat. Bilamana nama diri itu didahului oleh kata sandang, maka yang ditulis dengan huruf kapital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya.

Contoh:

وَمَا مُحَمَّدٌ إِلاّ رَسُوْلٌ	Wa mā muhammadun illā rasl
إِنَّ أَوَّلَ بَيْتٍ وُضِعَ لِلنَّاسِ لَلَّذِى بِبَكَّةَ مُبَارَكاً	Inna awwala baitin wudi’a linnāsi lallażĭ bibakkata mubārakan
شَهْرُ رَمَضَانَ الَّذِى أَنْزِلَ فِيْهِ الْقُرْاٰنُ	Syahru ramadān al-lażĭ unzila fĭh al-qur’ānu
	Syahru ramadān al-lażĭ unzila fĭhil qur’ānu
وَلَقَدْ رَاٰهُ بِالأُفُقِ الْمُبِيْنِ	Wa laqad ra’āhu bil-ufuq al-mubĭn
	Wa laqad ra’āhu bil-ufuqil-mubĭn
الْحَمْدُ للهِ رَبِّ الْعَالَمِيْنِ	Alhamdu lillāhi rabbil al-‘ālamĭn
	Alhamdu lillāhi rabbilil ‘ālamĭn

Penggunaan huruf awal kapital hanya untuk allah bila dalam tulisan arabnya memang lengkap demikian dan kalau tulisan itu disatukan dengan kata lain sehingga ada huruf atau harakat yang dihilangkan, huruf kapital tidak digunakan.

Contoh:

نَصْرٌ مِّنَ اللهِ وَفَتْحٌ قَرِيْبٌ	Nasrun minallāhi wa fathun qarīb
للهِ الأَمْرُ جَمِيْعاً	Lillāhi al-amru jamĭ'an
	Lillāhil-amru jamĭ'an
وَاللهَ بِكُلِّ شَيْئٍ عَلِيْمٌ	Wallāha bikulli syai'in 'alĭm

KATA PENGANTAR

اَلسَّلاَمُ عَلَيْكُمْ وَرَحْمَةُ اللهِ وَبَرَكَاتُه

اَلْحَمْدُ للهِ الْمَلِكِ الْحَقِّ الْمُبِيْنِ، الَّذِي حَبَانَا بِالْإِيْمَانِ والْيقِينِ. اَللَّهُمَّ صَلِّ عَلَى سَيِّدِنَا مُحَمَّدٍ، خَاتَمِ الأَنْبِيَاءِ وَالْمُرْسَلِين، وَعَلَى آلِهِ الطَّيِّبِيِن، وَأَصْحَابِهِ الأَخْيَارِ أَجْمَعِين، وَمَنْ تَبِعَهُمْ بِإِحْسَانٍ إِلَى يَوْمِ الدِّيْنِ. أَمَّا بَعْدُ

Puji syukur penulis panjatkan atas kehadirat Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan hidayahnya kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini dengan sebaik-baiknya yang berjudul ***Pengaruh Pengetahuan Produk Perbankan Syariah Terhadap Minat Menabung Dosen Fiai Kopertais Di Bank Syariah*** Shalawat dan salam semoga tetap tercurah limpahkan kepada Nabi Muhammad SAW, kepada keluarganya, para sahabat serta para pengikutnya.

Skripsi ini diajukan guna untuk memenuhi tugas dan syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Strata Satu (S1) dalam Ilmu Ekonomi Islam di Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia.

Penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu baik secara langsung maupun tidak langsung dalam proses penyusunan skripsi ini. Ucapan terima kasih penulis sampaikan kepada:

1. Bapak Fathul Wahid, S.T.,M.Sc., Ph.D, selaku Rektor Universitas Islam Indonesia.
2. Bapak Dr. H. M. Tamyiz Mukharrom, MA selaku Dekan Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia.

3. Ibu Soya Sobaya, S.E.I.,M.M. selaku ketua Program Studi Ekonomi Islam Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia.
4. Bapak Dr. Anton Priyo Nugroho, S.E, M.M selaku dosen pembimbing yang selalu sabar dalam memberikan arahan sehingga skripsi saya terselesaikan dengan baik.
5. Seluruh Dosen Program Studi Ekonomi Islam Fakultas Ilmu Agama Islam yang telah memberikan sebuah ilmu yang berguna bagi penulis dalam proses penyusunan skripsi.
6. Ibunda Badriyah, seorang ibu yang sangat menuntun anak-anaknya kejalan yang baik dan benar, seorang ibu yang tidak pernah lelah mendidik kedua anaknya.
7. Kepada Adik saya tercinta Katon Dwi Nugroho yang selalu mendukung dikala saya mengalami patah semangat, selalu memberikan masukan positif kepada kakaknya. Tetap semangat menjalani kehidupan, karena Allah akan memberikan keberkahan bagi orang yang menjalani kehidupan dengan Bahagia dan Ikhlas.
8. Kepada teman-teman terdekat saya yang telah mendampingi, menemani, mendukung, menasehati, penyemangat saya baik suka maupun duka.

Yogyakarta, 17 April 2020



Sigit Setiyo Nugroho

DAFTAR ISI

LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN xxiii
HALAMAN PERSEMBAHAN xxv
HALAMAN MOTTO xxvii
ABSTRAK xxviii
ABSTRACT xxix
KEPUTUSAN BERSAMA xxx
TRANSLITERASI ARAB-LATIN xxx
KATA PENGANTAR xxxix
LAMAN PENEGESAHAN ..... **Error! Bookmark not defined.**
DAFTAR ISI xli
BAB I 1
PENDAHULUAN 1
A. Latar Belakang Masalah 1
B. Rumusan Masalah 4
C. Tujuan Penelitian 5
D. Manfaat Penelitian 5
E. Sistematika Penulisan 6
BAB II 7
LANDASAN TEORI 7
A. Telaah Pustaka 7
B. Bank Syariah 10
1. Pengertian Bank Syari'ah 10

2. Dasar Hukum Operasional Bank *Syari'ah* Di Indonesia 12
3. Fungsi dan Peranan Bank *Syari'ah* 14
4. Akad-Akad Perbankan *Syari'ah* 14
5. Prinsip perbankan syari'ah 15
6. Produk perbankan syari'ah 18
C. Keputusan konsumen 24
1. Teori-teori perilaku konsumen 24
2. Faktor perilaku konsumen 25
3. Riset Konsumen 28
4. Perilaku Konsumen 29
5. Perilaku konsumen muslim 29
D. Pengetahuan 32
1. pengertian pengetahuan 32
2. jenis-jenis pengetahuan 32
3. Hubungan Tingkat Pengetahuan terhadap Penggunaan Produk Bank Syariah 34
4. Pengetahuan sebagai ukuran niat berperilaku 35
5. Indikator Pengetahuan 35
E. Minat Menabung 36
1. Definisi Minat 36
2. Faktor-faktor yang mempengaruhi minat 36
1. Indikator yang mempengaruhi minat 37
F. Kerangka Pemikiran 37
G. Hipotesis 39
BAB III 40

METODOLOGI PENELITIAN 40
A. Metode penelitian 40
1) Jenis Penelitian 40
2) Lokasi Penelitian 40
3) Subjek Penelitian 40
4) Desain Penelitian 40
B. Populasi dan Sampel 41
1. Populasi 41
2. Sampel 41
C. Variabel Penelitian 41
D. Jenis Data 42
E. Metode Pengumpulan Data 42
1. Studi Pustaka 42
2. Kuesioner 43
F. Instrumen Penelitian 43
Variabel 43
Indikator 43
Pengetahuan 43
G. Skala Pengukuran Variabel 44
H. Uji Instrumen 44
1. Uji Validitas 45
2. Uji Reliabilitas 47
I. Tekhnik Analisis Data 48
1) Uji Asumsi Klasik 48
2) Analisis Regresi Linier Sederhana 49

3) Statistik Deskriptif 50
4) Pengujian Secara Parsial (Uji-T) 51
5) Uji Simultan Dengan *F-Test* 51
BAB IV 53
ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN 53
A. FIAI UII 53
1. Cikal Bakal FIAI 53
B. Analisis Karakteristik Profil Responden 62
1. Jenis kelamin 62
2. Agama 63
3.. Usia 63
4. Tingkat pendidikan terakhir 64
D. Analisis Statistik Deskripsi 65
1. Tanggapan Responden Terhadap Pengetahuan Produk 66
2. Tanggapan Responden Terhadap Minat Menabung 67
E. Uji Asumsi Klasik 68
a. Uji normalitas 68
b. Uji multikolinearitas 68
d. Uji heteroskedasitas 69
F. Analisis Regresi Linier sederhana 69
1. Konstanta (b_0) = 15,519 70
2. Koefisien regresi b_1 = 1,058 70
G. Uji hipotesis 70
1. Pengujian secara individu (uji t) 70
2. Pengujian secara simultan (uji f) 71

3. Koefisien determinasi (r square / r^2) 72

H. Pembahasan 72

BAB V 74

KESIMPULAN DAN SARAN 74

A. Kesimpulan 74

B. Saran 75

Daftar Pustaka 76

LAMPIRAN 78

BAB I
PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Dengan berkembangnya berbagai lembaga keuangan, kini lembaga keuangan syariah sudah bisa kita temukan diberbagai tempat di Indonesia, tidak hanya bank konvensional, lembaga keuangan syariah atau bank syariah banyak didirikan untuk mensejahterakan keuangan masyarakat yang berlandaskan prinsip-prinsip islam dengan menawarkan berbagai produk jasa yang beragam.

Bank syariah sendiri adalah bank yang beroperasi dengan prinsip syariah, yaitu aturan dengan perjanjian yang berdasarkan hukum Islam antara bank dan pihak lain dalam penyimpanan dana dan atau pembiayaan kegiatan usaha. Bank Syariah sudah beroperasi di Indonesia sejak tahun 1992, yang dimulai dengan beroperasinya Bank Muamalat Indonesia. Perbankan syariah berkembang dengan sangat pesat, sesuai dengan analisa Prof Khursid Ahmad dan laporan International Association of Islamic Bank, hingga akhir 1999 tercatat lebih dari 200 lembaga keuangan Islam yang beroperasi di seluruh dunia, baik di Negara-Negara berpenduduk muslim maupun di Eropa, Australia dan Amerika (Antonio, 2001).

Studi mengenai perilaku penggunaan bank syariah telah banyak dilakukan di banyak negara dengan berbagai macam setting termasuk juga dengan memasukan dimensi agama kedalamnya. Agama atau Addin menurut bahasa mempunyai banyak makna diantaranya taat, ibadah, pembalasan dan perhitungan. Agama menurut ilmuwan barat dianggap sebagai *psikologikal attactment,* yaitu sesuatu kekuatan emosional yang berhubungan dengan hal lain. Beberapa penelitian dengan dimensi agama, dengan setting perbankan dapat disebutkan yaitu, Omer dalam penelitianya menemukan fakta bahwa agama merupakan alasan utama yang mempengaruhi jumlah deposito dari

nasabah muslim inggris. Dia juga menemukan bahwa semakin tinggi komitmen religius dan semakin rendah pendidikan, maka akan semakin tinggi preferensi terhadap bank syariah dibandingkan dengan bank konvensional (Anton Priyo, 2015)

Perkembangan bank syari'ah di indonesia dapat tumbuh dengan cepat jika proses sosialisasi berjalan dengan baik, baik kepada masyarakat luas, maupun orang-orang yang berkompeten terhadap bisnis di dunia perbankan. Pada prinsipnya, untuk memasarkan suatu produk, khususnya produk perbankan, pihak perbankan harus melakukan sosialisasi kepada masyarakat karena pengetahuan tentang perbankan syari'ah sangat diperlukan oleh masyarakat sebagai bahan pertimbangan memilih perbankan syari'ah.

Salah satu yang menjadi faktor mendasar yang mempengaruhi minat calon nasabah bank syari'ah adalah pengetahuan, yaitu pengetahuan calon nasabah mengenai konsep perbankan syari'ah dan pengetahuan mengenai produk-produk bank syari'ah. Penelitian yang mengaju kepada hubungan antara pengaruh pengetahuan terhadap minat menabung di bank syariah adalah pengetahuan mengenai produk dan jasa bank syari'ah menempuh mekanisme bagi hasil sebagai pemenuhan kebutuhan pembiayaan, dari pemenuhan permodalan dan melalui mekanisme jual-beli sebagai pemenuhan kebutuhan pembiayaan, dari pemenuhan permodalan yang ditawarkan tersebut antara lain : pembiayaan mudharabah, murabahah, musyarakah, dan qardul hasan, dengan menggunakan sistem bagi hasil (Anonim 1998: 2)

Penelitian yang membuktikan adanya hubungan antara pengetahuan dan minat menabung di bank syari'ah juga dilakukan oleh Neng Kamami (2012) menunjukan bahwasanya preferensi yang terdiri dari agama, status pekerjaan, tingkat pendidikan, pengetahuan tentang keberadaan dan produk perbankan syariah menjadi faktor yang mempengaruhi minat menabung di bank syari'ah.

Pengetahuan konsumen merupakan informasi yang dimiliki konsumen mengenai berbagai produk dan jasa, serta pengetahuan lainya yang terkait

dengan produk dan jasa tersebut, dan informasi yang berhubungan dengan fungsinya sebagai konsumen (Sumarwan, 2011: 147)

Selain pengetahuan, religiusitas juga sangat berkaitain erat dengan minat menabung di bank syari'ah, karena dalam islam seseorang dituntut tidak hanya memikirkan sesuatu yang bersifat duniawi saja, melainkan juga harus memikirkan kehidupan di akhirat termasuk dalam bermuamalah. Islam meyakini bahwa apa yang kita lakukan saat ini juga akan menimbulkan konsekuensi kelak di akhirat. Oleh karena itu dalam ajaran islam mengatur secara lengkap mengenai bermuamalah yamg dalam hal ini berekonomi, yaitu supaya terhindar dari unsur riba, gharar, dan maysir. Sehingga dapat disimpulkan bahwa religiusitas memiliki peran yang besar terhadap minat masyarakat menjadi nasabah di bank syar'ah.

Dalam pengembangan Bank Syari'ah disini terdapat kendala yaitu dalam pemahaman atau pengetahuan masyarakat umumnya yang kurang mengetahui tentang apa itu syari'ah dan pengoperasionalannya. Karena pada umumnya masyarakat itu lebih mengetahui pelayanan perbankan dibidang perbankan konvensional yang memang pada dasarnya perbankan konvensional hadir lebih dulu, dibandingkan dengan perbankan syari'ah. Masyarakat juga belum mengetahui secara pasti produk-produk bagaimana yang berprinsip syari'ah. Pengetahuan yang kurang mengenai sistem perbankan syari'ah disini lah yang dapat mempengaruhi pengambilan keputusan dalam memilih suatu lembaga keuangan tersebut. Maka dari itu pengenalan produk perbankan syariah dan sistem perbankan juga memiliki pengaruh besar terhadap minat nasabah untuk mengambil keputusan menabung di bank syariah.

Persaingan ketat dalam dunia perbankan syariah dalam merangsang minat masyarakat untuk menabung di bank syariah dapat dilihat dari seberapa besar pengaruh religiusitas dan pengetahuan terhadap produk perbankan syariah yang memiliki kaitan untuk menumbuhkan minat calon nasabah untuk menggunakan jasa bank syariah. *Theory of Planned Behavior* (TPB) dari fishben dan ajzen merupakan teori yang mencoba melakukan prediksi minat dimana menurut fishben dan ajzen tindakan individu merupakan realisasi niat

individu yang bersangkutan. Minat dipengaruhi oleh beberapa faktor yaitu sikap pada tindakan dan norma subyektif bahwa minat menjadi nasabah bank syariah secara nyata dipengaruhi oleh variabel sikap, norma subyektif dan kontrol keperilakuan yang dirasakan oleh konsumen untuk menjadi nasabah di bank syariah. Minat akan diperkuat jika pengetahuan terhadap produk syariah dan tingkat inovasi dari konsumen cukup tinggi. Sebagaimana dikemukakan (Nukhet Harmancioglu ,2009) bahwa pengetahuan produk meningkatkan rangsangan terhadap minat beli dan perilaku beli.

Berdasarkan data di atas, keterlibatan variabel pengetahuan produk perbankan syariah sangat mempengaruhi untuk menumbuhkan minat menabung ataupun menggunakan jasa di bank syariah. Sehingga penelitian ini mencoba menganalisis faktor pengetahuan produk yang dianggap dapat mempengaruhi konsumen untuk menabung menggunakan jasa syariah. Berdasarkan pemaparan-pemaparan yang telah diuraikan di atas maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **"PENGARUH PENGETAHUAN PRODUK PERBANKAN SYARI'AH TERHADAP MINAT MENABUNG DOSEN FIAI KOPERTAIS DI BANK SYARI'AH"**

B. Rumusan Masalah

Penelitian ini coba menguji seberapa besar pengaruh dari pengetahuan produk perbankan pada minat nasabah yang mana objek dari penelitian ini adalah dosen FIAI KOPERTAIS. Dan apakah dengan adanya pengetahuan tentang produk syariah juga dapat mempengaruhi minat menabung di bank syariah.

Penelitian ini sangat diperlukan terhadap faktor-faktor seperti pengetahuan yang memiliki pengaruh positif terhadap keputusan menabung di bank syariah.

Berdasarkan latar belakang di atas, maka yang menjadi rumusan permasalahan dalam penelitian ini adalah:

Bagaimana pengaruh pengetahuan produk perbankan syariah berpengaruh besar terhadap minat dosen FIAI KOPERTAIS untuk menjadi nasabah di Bank Syari'ah ?

C. Tujuan Penelitian

Dari rumusan masalah diatas maka dapat disimpulkan bahwa untuk menumbuhkan minat menabung di bank syariah ada variabel-variabel yang mempengaruhinya. Oleh karena itu masalah yang di teliti dalam penelitian ini memiliki tujuan dan maksud untuk mengetahui pengaruh pengetahuan produk perbankan terhadap minat dosen FIAI KOPERTAIS menabung di Bank Syari'ah.

D. Manfaat Penelitian

Dalam penelitian ini, hasil yang akan dicapai diharapkan akan membawa manfaat yang banyak, antara lain adalah sebagai berikut:

a) Bagi penulis

Untuk mendapatkan nilai tambah dengan mengadakan studi perbandingan antara teori yang didapat dengan praktek lapangan, khususnya tentang pengaruh pengetahuan dalam menarik nasabah memilih menabung di Bank Syari'ah .

b) Bagi fakultas

Dapat digunakan sebagai bahan evaluasi yang selanjutnya dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan dalam memecahkan masalah dan mengambil keputusan dimasa yang akan datang.

c) Bagi Pihak Lain

Hasil penelitian diharapkan dapat digunakan sebagai bahan perbandingan untuk menambah pengetahuan khususnya bagi pihak-pihak yang tertarik pada masalah yang dibahas untuk diteliti lebih lanjut.

E. Sistematika Penulisan

Adapun sistematika penulisan penelitian ini adalah sebagai berikut:

Bab I : Berisi pendahuluan untuk mengantarkan permasalahan skripsi secara keseluruhan. Pendahuluan pada bab pertama ini didasarkan pada bahasan masih secara umum. Bab ini nantinya terdiri dari Latar Belakang Masalah, Latar belakang masalah, Tujuan Penelitian, Manfaat penelitian dan Sistematika penulisan.

Bab II :Akan dipaparkan mengenai Landasan Teori, Penelitian Terdahulu, Kerangka Pemikiran dan Hipotesis.

Bab III :Karena penelitian ini berupa penelitian lapangan, maka akan penulis paparkan mengenai metode penelitian yaitu Sumber dan Jenis Data, Populasi dan Sampel, Metode Pengumpulan data serta Teknik Analisis Data

Bab IV :Setelah pembahasan yang mendalam landasan teori dan data yang telah peneliti peroleh, kemudian peneliti mengolah data yang telah diperolehnya. Yang akan diuraikan pada bab ini meliputi gambaran umum perusahaan dan karakteristik responden, uji validitas dan reabilitas instrumen, analisis data, uji asumsi klasik dan pembahasan.

Bab V :Berisikan kesimpulan yang merupakan jawaban atas pokok permasalahan yang penyusun ajukan, keterbatasan penelitian dan juga saran yang akan berguna bagi penyusun pada khususnya dan pihak-pihak lain pada umumnya.

BAB II
LANDASAN TEORI

A. Telaah Pustaka

Telaah pustaka berisi uraian sistematis mengenai hasil-hasil penelitian yang telah dilaksanakan sebelumnya oleh penelitian terdahulu yang memiliki keterkaitan dengan penelitian yang akan dilakukan. Penulis melakukan kajian awal terhadap literatur pustaka atau karya yang mempunyai relevansi terhadap topik yang akan diteliti. Sejauh yang penulis ketahui, telah banyak pembahasan mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi minat menabung di bank syariah, namun belum ada penelitian khusus dan intensif mengenai masalah pengaruh religiusitas dan pengetahuan produk syariah terhadap minat menabung dibank syariah. Dalam review studi terdahulu, penulis mencari, membaca dan mendata beberapa penelitian dengan beberapa bahasan pokok yang mempunyai kaitan dengan judul ini.

Perbandingan penelitian yang terdahulu dengan yang saya lakukan adalah analisa faktor-faktor apa saja dari pengaruh positif yang signifikan pengetahuan produk atau jasa dari perbankan syari'ah terhadap minat calon nasabah yang mana subyek dari penelitian saya adalah dosen FIAI KOPERTAIS dengan menggunakan variabel pengetahuan dan variabel minat. Disini penulis menggunakan delapan telaah pustaka yang relevan dengan tema penulis dengan menggunakan metode kuantitatif, dan yang paling mirip dengan skripsi penulis adalah telaah pustaka urutan ke delapan yaitu dengan judul Pengaruh religiusitas, produk bank, kepercayaan, pengetahuan, dan pelayanan terhadap preferensi menabung pada bank syariah**.** Berikut adalah tinjauan umum atas penelitian terdahulu:

Pertama, Dalam jurnal penelitian yang ditulis oleh Ananggadipa Abhimantra (2013) dengan judul Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi nasabah (mahasiswa) dalam memilih menabung pada bank syariah. Hasil dari penelitian tersebut dapat diketahui bahwa hasil penelitian menunjukkan 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.

Kedua, Jurnal penelitian yang ditulis oleh Dita Pertiwi (2012) dengan judul Analisis minat menabung masyarakat pada bank muamalat di kota kisaran. Hasil dari penelitian tersebut dapat diketahui bahwa dilihat dari ketiga aktor yang diteliti mengenai pengaruh terhadap pengambilan keputusan menabung pada Bank Muamalat di Kota Kisaran faktor keyakinan dan sesuai syariah yang lebih dominan sebagai faktor pendorong masyarakat Kisaran menabung di Bank Muamlat dengan frekuensi pada keyakinan 51% dan sesuai syariah 51% dari total frekuensi yang ada.

Ketiga, Jurnal penelitian yang ditulis oleh Roni andespa dengan judul Faktor-faktor yang mempengaruhi minat nasabah dalam menabung di bank syariah. Hasil dari penelitian tersebut dapat diketahui bahwa variabel yang mempengaruhi nasabah dalam mengambil keputusan menabudi bank syariah adalah: usia dan siklus hidup, keyakinan dan sikap, motivasi, kepribadian dan konsep diri, gaya hidup, pembelajaran, persepsi, kelompok acuan, kelas sosial, peran dan status, produk, harga, promosi, distribusi, budaya dan keluarga. Sedangkan perbedaanya dengan penelitian saya adalah variabel yang mempengaruhi minat menabung lebih fokus pada pengaruh religiusitas dan pengetahuan produk perbankan syariah.

Keempat, Jurnal penelitian yang ditulis oleh Andri Nurtantiono (2012) dengan judul Peran moderasi pengetahuan produk dan keinovativan pelaku bisnis dalam pengaruh dimensi pertimbangan pada niat menjadi nasabah bank syariah., Studi Pada Pengusaha Kecil Dan Menengah Di Surakarta. Hasil dari penelitian tersebut dapat diketahui bahwa kesimpulan yang dapat diambil berkaitan dengan Peran Moderasi Pengetahuan Produk Dan Keinovativan Pelaku Bisnis Dalam Pengaruh Dimensi Pertimbangan Pada Niat Menjadi Nasabah Bank Syariah, Studi Pada Pengusaha Kecil Dan Menengah Di Surakarta adalah sikap, norma subyektif dan kontrol perilaku.

Kelima Jurnal penelitian yang ditulis oleh Bagja Sumantri (2014) dengan judul Pengaruh kualitas pelayanan dan produk pembiayaan terhadap minat dan

keputusan menjadi nasabah di bank syariah. Hasil dari penelitian tersebut dapat diketahui bahwa ada pengaruh positif kualitas pelayanan terhadap minat menjadi nasabah. Kualitas pelayanan juga berpengaruh positif terhadap keputusan menjadi nasabah.

Keenam, Jurnal penelitian yang ditulis oleh Zainal Abidin dengan judul Pengaruh pelayanan, keyakinan agama, dan lokasi terhadap minat menabung nasabah pada PT. Bank Mega Syariah di Makassar. Hasil dari penelitian tersebut dapat diketahui bahwa faktor pelayanan sarana maupun pelayanan bertransaksi, faktor keyakinan agama,dan faktor lokasi berpengaruh signifikan terhadap minat menabung nasabah pada Bank Mega Syariah di Makassar.

Ketujuh Jurnal penelitian yang ditulis oleh Wahyu Utami (2015) dengan judul Analisis pengaruh religiusitas, kelompok referensi dan motivasi terhadap keputusan menabung di bank syariah. Hasil dari penelitian tersebut dapat diketahui bahwa secara simultan terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara factor religiusitas, kelompok referensi, dan motivasi, terhadap keputusan nasabah dalam menabung di bank syariah.

Kedelapan, Jurnal penelitian yang ditulis oleh Alfi Mulikhah Lestari (2015) dengan judul Pengaruh religiusitas, produk bank, kepercayaan, pengetahuan, dan pelayanan terhadap preferensi menabung pada bank syariah. Hasil dari penelitian tersebut dapat diketahui bahwa pengaruh religiusitas terhadap preferensi utama menabung pada perbankan syariah adalah kepatuhan agama.Pengaruh produk bank terhadap preferensi utama menabung pada perbankan syariah adalah produk yang inovatif.Pengaruh kepercayaan terhadap preferensi utama menabung pada perbankan syariah adalah kemudahan bertransaksi.Pengaruh pengetahuan terhadap preferensi utama menabung pada perbankan syariah adalah pengetahuan ilmiah.Dan pengaruhm pelayanan terhadap preferensi utama menabung pada perbankan syariah adalah penggunaan fasilitas yang mudah.

Perbandingan penelitian yang terdahulu dengan yang saya lakukan adalah analisa faktor-faktor apa saja dari pengaruh positif yang signifikan pengetahuan produk atau jasa dari perbankan syari'ah terhadap minat calon

nasabah yang mana subyek dari penelitian saya adalah dosen FIAI KOPERTAIS dengan menggunakan variabel pengetahuan dan variabel minat.

B. Bank Syariah

1. Pengertian Bank Syari'ah

Menurut pasal 1 dalam UU No. 21 Tahun 2008 tentang perbankan syari'ah, dijelaskan bahwa bank adalah suatu badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkanya dalam bentuk kredit dan bentuk-bentuk lainya dalam rangka meningktkan taraf hidup rakyat banyak. Dalam undang-undang ini juga mengatur jenis bank berdasarkan prinsip atas instrument yang digunakan, yaitu:

a. Bank konvensional adalah bank yang dalam operasinya mengambil keuntungan dari selisih antara bunga pinjaman dan bunga simpanan dan mendasarkan segala aktivitasnya mengambil keuntungan dari bunga.

b. Berdasarkan prinsip syari'ah, hal ini juga dibedakan menjadi dua jenis:

1) Bank umum syari;ah, yang pada dasarnya sama dengan bank umum akan tetapi segala aktivitasnya didasarkan pada prinsip-prinsip syari'ah dimana adanya pelarangan pengambilan bunga yang dalam syariat islam termasuk salah satu jenis riba yang dilarang dalam islam.

2) Unit usaha syari'ah, yang juga pada prinsipnya sama dengan bank umum syari'ah namun keberadaanya merupakan cadangan dari bank konvensional yang secara pengelolaanya dipisahkan dari aktivitas bank konvensional (induknya). Dasar hukum perbankan unit syari'ah di bank konvensional adalah UU No. 21 Tahun 2008.

Indonesia merupakan negara dengan penduduk muslim terbesar di dunia, dengan populasi muslim mencapai 86,1% dari total popilasi, namun indonesia justru paling lambat menerapkan perbankan syariah

dibandingkan negara-negara Asean lainya. Menurut Diederik van schaik, banksyariah adalah suatu bentuk perbankan modern berdasarkan konsep-konsep hukum islam yang dikembangkan pada masa awal-awal islam. Dengan metode utama berbagai resiko, dengan mengesampingkan kredit dengan bunga yang ditetapkan di awal. Bank syariah ini berjalan dengan prinsip-prinsip hukum syariah yang sesuai dengan etika dan nilai-nilai islam. Hukum syariah ini berasal dari sumber *al-Qur'an* dan *as-Sunnah* dan sumber-sumber hukum islam yang lain yang reabel. (Anton Priyo,2015)

Bank syari'ah terdiri atas dua kata, yaitu *Bank dan syari'ah*. Kata *Bank* suatu lembaga keuangan yang berfungsi sebagai perantara keuangan dari dua pihak, yaitu pihak yang berkelebihan dana dan pihak yang kekurangan dana. Kata *Syari'ah* dalam versi *Bank Syari'ah* di Indonesia adalah aturan perjanjian berdasarkan yang dilakukan oleh pihak bank dan pihak lain untuk penyimpanan dana dan/atau pembiayaan kegiatan usaha dan kegiatan lainnya sesuai dengan hukum Islam.

Bank Syari'ah adalah *Bank* yang menjalankan kegiatan usahanya berdasarkan prinsip *Syari'ah*. Menurut jenisnya, terdiri atas *Bank* umum *Syari'ah*, unit usaha *Syari'ah* dan bank pembiayaan *Syari'ah*. Menurut UU No.21 Tahun 2008 tentang perbankan *Syari'ah* pada pasal 1 ayat 7 menyebutkan bahwa bank *syari'ah* adalah bank yang menjalankan kegiatan usahanya berdasarkan prinsip *syari'ah* dan menurut jenisnya terdiri atas Bank Umum *Syari'ah* dan Bank Pembiayaan *Syari'ah*. Muh. Zuhri (1996) ***Riba dalam Al Qur'an dan masalah perbankan*** mengutip bahwa Solihin Hasan (Seorang penjabat pada bank islam di Jeddah) mengemukakan bahwa kegiatan usaha perbankan Islam meliputi semua kegiatan perbankan konvensional, kecuali pinjaman dengan bunga. Ia menerima simpanan dan memberi pinjaman, tetapi tidak menerima bunga, Mengingat firman Allah tentang Riba yang sudah tercantum dengan jelas dalam surat Al-Baqarah ayat 275, yang berbunyi sebagai berikut:

ٱلَّذِينَ يَأْكُلُونَ ٱلرِّبَوٰاْ لَا يَقُومُونَ إِلَّا كَمَا يَقُومُ ٱلَّذِى يَتَخَبَّطُهُ ٱلشَّيْطَٰنُ مِنَ ٱلْمَسِّ ۚ ذَٰلِكَ بِأَنَّهُمْ قَالُوٓاْ إِنَّمَا ٱلْبَيْعُ مِثْلُ ٱلرِّبَوٰاْ ۗ وَأَحَلَّ ٱللَّهُ ٱلْبَيْعَ وَحَرَّمَ ٱلرِّبَوٰاْ ۚ فَمَن جَآءَهُۥ مَوْعِظَةٌ مِّن رَّبِّهِۦ فَٱنتَهَىٰ فَلَهُۥ مَا سَلَفَ وَأَمْرُهُۥٓ إِلَى ٱللَّهِ ۖ وَمَنْ عَادَ فَأُوْلَٰٓئِكَ أَصْحَٰبُ ٱلنَّارِ ۖ هُمْ فِيهَا خَٰلِدُونَ

Artinya:" dan Allah Telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba." (Al-Baqarah ayat 275)

Jadi dari uraian di atas Penulis menyimpulkan bahwa Bank *Syari'ah* adalah lembaga keuangan yang berusaha menghindari prinsip riba dengan jalan menerapkan akad-akad sesuai dengan prinsip *syari'ah*.

2. Dasar Hukum Operasional Bank *Syari'ah* Di Indonesia

Atas dasar kebutuhan masyarakat terhadap layanan jasa perbankan *syari'ah*, *Bank Syari'ah* pertama berdiri pada tahun 1992. Semenjak saat itu, pemerintah Indonesia mulai memperkenalkan *dual banking system*. Komitmen pemerintah dalam usaha pengembangan perbankan *syari'ah* baru mulai terasa sejak tahun 1998 yang memberikan kesempatan luas kepada perbankan *syari'ah* untuk berkembang. Tahun berikutnya, kepada Bank Indonesia diberi amanah untuk mengembangkan perbankan *syari'ah* di Indonesia. Perkembangan kehidupan perbankan *syari'ah* dari suatu negara sangat tergantung pada dukungan peraturan perundang-undangan yang mengatur perbankan *syari'ah* yang dapat menciptakan iklim yang kondusif bagi perkembangan perbankan *syari'ah* itu. Indonesia merupakan negara yang menganut sistem ekonomi kapitalis. Mulai tahun 1992, dengan dikeluarkannya Undang-Undang Perbankan No. 7 Tahun 1992, Indonesia mulai memperkenalkan sistem keuangan dan perbankan ganda karena bank boleh beroprasi dengan prinsip bagi hasil.

Bank *syari'ah* pertama berdiri pada tahun itu juga. Penerapan sistem keuangan dan perbankan ganda mulai lebih terarah semenjak dikeluarkannya Undang-Undang Perbankan baru No. 10 Tahun 1998. Semenjak itu, bermunculan lembaga-lembaga keuangan syari'ah yang beroprasi berdampingan dengan lembaga konvensional. Seperti halnya di Malaysia, lembaga keuangan *syar'ah* Indonesia tumbuh menjadi lembaga keuangan alternatif bagi masyarakat yang menginginkan pelayanan jasa keuangan *syari'ah* yang sesuai dengan prinsip *syari'ah*, sekaligus dengan pesaing langsung lembaga keuangan konvensional dalam produk dan jasa yang ditawarkan.

Undang-Undang Perbankan memberikan peluang yang nyata akan pendirian bank-bank berdasarkan prinsip *syari'ah* dan dilaksanakannya jenis-jenis transaksi *syari'ah* oleh bank-bank Islam. Berbeda dengan sikap undang-undang perbankan dari negara-negara nonmuslim yang tidak menganggap lembaga yang melakukan transaksi-transaksi keuangan atau pembiayaan berdasarkan prinsiip *syari'ah* sebagai bank, Undang-undang Perbankan Indonesia, yaitu undang-undang No.7 Tahun 1992 sebagaimana telah diubah dengan Undang-undang No. 10 Tahun 1998, dengan tegas memasukkan lembaga yang melakukan kegiatan usaha pengerahan dana dan pembiayaan berdasarkan prinsip *syari'ah* ke dalam pengertian bank umum dan bank perkreditan rakyat. Bank *syari'ah* dalam menjalankan kegiatan usahanya, juga ada batasan yang berupa larangan yang tidak boleh dilanggar oleh pihak Bank Syari'ah yang sudah tertera jelas dalam UU No. 21 Tahun 2008 pasal 22 yang menyatakan bahwa setiap pihak dilarang melakukan kegiatan penghimpunan dana dalam bentuk simpanan atau investasi berdasarkan prinsip *syari'ah* tanpa ijin dulu dari pihak Bank Indonesia, kecuali diatur dalam undang-undang lain.

3. Fungsi dan Peranan Bank *Syari'ah*

Fungsi dan peranan Bank *Syari'ah* yang diantaranya tercantum dalam pembukaan standar akuntansi yang dikeluarkan oleh AAOIFI (*Accounting and Auditing Organization for Islamic Financial Institusion*), sebagai berikut:

a) Manajer investasi, Bank *Syari'ah* dapat mengelola investasi dana nasabah ,
b) Investor, Bank *Syari'ah* dapat menginvestasikan dana yang dimilikinya maupun dana nasabah yang dipercayakan kepadanya
c) Penyediaan jasa keuangan dan lalu lintas pembayaran
d) Pelaksanaan kegiatan sosial, contoh: kewajiban mengeluarkan dan mengelola (menghimpun, mengadministrasikan, mendistribusikan) zakat serta dana sosial lainnya.
e) Dalam UU perbankan *Syari'ah* No.21 Tahun 2008 tentang perbankan *syari'ah* pasal 3 menyatakan bahwa perbankan *syari'ah* bertujuan menunjang pelaksanaan pembangunan nasional dalam rangka meningkatkan keadilan, kebersamaan dan pemerataan kesejahteraan rakyat.

4. Akad-Akad Perbankan *Syari'ah*

Akad atau perjanjian atau kesepakatan atau transaksi dapat diartikan sebagai komitmen yang terbingkai dengan nilai-nilai syariah. Dalam istilah fiqh, secara umum akad berarti sesuatu yang menjadi tekad seseorang untuk melaksanakan, baik yang muncul dari satu pihak, seperti wakaf, talak, dan sumpah, maupun yang muncul dari kedua belah pihak, seperti jual beli, sewa wakalah, dan gadai. Secara khusus akad berarti keterkaitan antar ijab dan qabul dalam lingkup yang disyariatkan dan berpengaruh terhadap sesuatu.

Allah telah menghalalkan perniagaan (Al-ba'i) dan mengharamkan riba (QS 2:275). Inilah dasar utama operasi bank syariah yang meninggalkan penggunaan sistem bunga dan menerapkan penggunaan sebagian akad-akad perniagaan dalam produk-produk bank syariah, ditambah akad-akad lain diluar perniagaan, seperti *qardhul hasan* (pinjaman kebajikan).

Perlu diingat bahwa dalam melihat produk-produk bank syariah, selain bentuk atau nama produknya, yang perlu diperhatikan adalah prinsip syariah yang digunakan oleh produk yang bersangkutan dalam akadnya (perjanjian), dan bukan hanya nama produknya sebagaimana produk-produk bank konvensional. Hal ini terkait dengan bagaimana hubungan antar bank dan nasabah yang menentukan hak dan kewajiban masing-masing pihak. Selain itu, suatu produk bank syariah dapat menggunakan prinsip syariah yang berbeda. Demikian juga, satu prinsip syariah dapat diterapkan pada beberapa produk yang berbeda.

Akad atau transaksi yang berhubungan dengan kegiatan usaha bank syariah dapat digolongkan kedalam transaksi untuk mencari keuntungan (*tijarah*) dan transaksi tidak untuk mencari keuntungan (*tabarru'*). Transaksi untuk mencari keuntungan dapat dibagi lagi menjadi dua, yaitu transaksi yang mengandung kepastian *(natural certainly contracts/NCC)* yaitu kontrak dengan prinsip nonbagi hasil (jual beli dan sewa), dan transaksi yang mengandung ketidakpastian (*natural uncertainty contracts /NUC)* yaitu kontrak dengan prinsip bagi hasil. Transaksi NCC berlandaskan pada teori prtukaran, sedangkan NUC brlandaskan pada teori percampuran. Semua transaksi untuk mencari keuntungan tercakup dalam pembiayaan dan pendanaan, sedangkan transaksi tidak untuk mencari keuntungan tercakup dalam pendanaan, jasa pelayanan atau (*fee based income*), dan kegiatan sosial.

5. Prinsip perbankan syari'ah

Prinsip-prinsip Bank Syariah Prinsip dasar perbankan syariah berdasarkan pada alQuran dan sunnah. Setelah dikaji lebih dalam

Falsafah dasar beroperasinya bank syariah yang menjiwai seluruh hubungan transaksinya berprinsip pada tiga hal yaitu efisiensi, keadilan, dan kebersamaan. Efisiensi mengacu pada prinsip saling membantu secara sinergis untuk memperoleh keuntungan/margin sebesar mungkin. Keadilan mengacu pada hubungan yang tidak dicurangi, ikhlas, dengan persetujuan yang matang atas proporsi masukan dan keluarannya. Kebersamaan mengacu pada prinsip saling menawarkan bantuan dan nasihat untuk saling meningkatkan produktivitas.

Dalam mewujudkan arah kebijakan suatu perbankan yang sehat, kuat dan efisien, sejauh ini telah didukung oleh enam pilar dalam Arsitektur Perbankan Indonesia (API) yaitu, struktur perbankan yang sehat, sistem pengaturan yang efektif, system pengawasan yang independen dan efektif, industri perbankan yang kuat, infrastruktur pendukung yang mencukupi, dan perlindungan konsumen.

Daya tahan perbankan syariah dari waktu ke waktu tidak pernah mengalami negative spread seperti bank konvensional pada masa krisis moneter dan konsistensi dalam menjalankan fungsi intermediasi karena keunggulan penerapan prinsip dasar kegiatan operasional yang melarang bunga (riba), tidak transparan (gharar), dan (maisir) spekulatif.

Prinsip operasional syari'ah yang diterapkan dalam penghimpunan dana masyarakat adalah prinsip *wadi'ah* dan *mudharabah*.

ii. Prinsip simpanan murni (*al wadi'ah*)

Prinsip simpanan murni merupakan fasilitas yang diberikan oleh bank islam untuk memberikan kesempatan kepada pihak yang kelebihan dana untuk menyimpan dananya dalam bentuk *wadi'ah*. W*adi'ah* biasa diberikan untuk tujuan investasi guna mendapatkan keuntungan seperti halnya tabungan dan deposito. Dalam dunia perbankan konvensional *al wadi'ah* identik dengan giro.

Landasan akad wadi'ah tertuang dalam Al-qur'an surat An-Nisa ayat 58, yang berbunyi:

إِنَّ اللهَ يَأْمُرُكُمْ أَن تُؤَدُّواْ الْأَمَٰنَٰتِ إِلَىٰٓ أَهْلِهَا وَإِذَا حَكَمْتُم بَيْنَ النَّاسِ أَن تَحْكُمُواْ بِالْعَدْلِ ۚ إِنَّ اللهَ نِعِمَّا يَعِظُكُم بِهِۦٓ ۗ إِنَّ اللهَ كَانَ سَمِيعًۢا بَصِيرًا

Artinya: " Sesungguhnya Allah menyuruh kamu menyampaikan amanat kepada yang berhak menerimanya, dan (menyuruh kamu) apabila menetapkan hukum di antara manusia supaya kamu menetapkan dengan adil. Sesungguhnya Allah memberi pengajaran yang sebaik-baiknya kepadamu. Sesungguhnya Allah adalah Maha Mendengar lagi Maha Melihat". (QS. An nisa: 58)

iii. Prinsip bagi hasil (*syirkah*)

Sistem ini adalah suatu sistem yang meliputi tata cara pembagian hasil usaha penyedia dana dengan pengelola dana. Pembagian hasil usaha ini dapat terjadi antara bank dengan penyimpan dana, maupun antara bank dengan nasabah penerima dana. Bentuk produk yang berdasarkan prinsip ini adalah *mudharabah* dan musyarakah. Lebih jauh prinsip *mudharabah* dapat dipergunakan sebagai dasar baik untuk pproduk pendanaan (tabungan dan deposito) maupun pembiayaan, sedangkan musyarakah lebih banyak untuk pembiayaan.

iv. Prinsip jual beli (*at- tijarah*)

Prinsip ini merupakan suatu sistem yang menerapkan tata cara jual beli, dimana bank akan membeli terlebih dahulu barang yang dibutuhkan atau mengangkat nasabah sebagai agen bank melakukan pembelian barang atas nama bank, kemudian bank menjual barang tersebut kepada nasabah dengan harga sejumlah harga beli ditambah keuntungan (margin).

v. Prinsip sewa (*al ijarah*)

Prinsip ini secara garis besar terbagi kepada dua jenis: 1) *Ijarah* sewa murni seperti halnya penyewaan tractor dan alat-alat produk lainnya (*operating lease*). Dalam teknis perbankan, bank dapat membeli dahulu equipment yang dibutuhkan nasabah kemudian

menyewakan dalam waktu dan hanya yang telah disepakati kepada nasabah. 2) *Bai al takjiri* atau *ijarah al muntahiya bit tamlik* merupakan penggabungan sewa dan beli, dimana si penyewa mempunyai hak untuk memiliki barang pada akhir masa sewa.

vi. Prinsip fee

Prinsip ini meliputi seluruh layanan non pembiayaan yang diberikan bank. Bentuk produk yang berdasarkan prinsip ini antara lain bank garansi, kliring, inkaso, jasa transfer. Secara prinsip *syari'ah* prinsip ini didasarkan pada konsep *al ajr wal umulah*.

6. Produk perbankan syari'ah

Secara garis besar, produk yang ditawarkan oleh perbankan syariah terbagi menjadi tiga bagian besar, yaitu produk penghimpunan dana (funding), produk penyaluran dana (financing), dan produk jasa (service) Produk Penghimpunan Dana *(funding)*

a. Tabungan

Menurut undang-undang perbankan syari'ah nomor 21 tahun 2008, tabungan adalah simpanan berdasarkan akad *wadi'ah* atau investasi dana berdasarkan *mudharabah* atau akad lain yang tidak bertentangan dengan prinsip syari'ah yang penarikanya dapat dilakukan menurut syarat dan ketentuan tertentu yang disepakati, tetapi tidak dapat ditarik dengan cek, bilyet giro, dan/atau alat lainya yang dipersamakan dengan itu.

Dalam fatwa Dewan Syari'ah Nasional No. 02/DSN-MUI/IV/2000, tabungan terdiri atas dua jenis, yaitu:

1) Tabungan yang tidak dibenarkan secara prinsip syari'ah yang berupa tabungan berdasarkan perhitungan bunga.
2) Tabungan yang dibenarkan secara prinsip syari'ah, yaitu tabungan yang berdasarkan prinsip *mudharabah* dan *wadi'ah*.

Tabungan adalah bentuk simpanan nasabah yang bersifat likuid. Artinya, produk ini dapat diambil sewaktu-waktu apabila nsabah membutuhkan, tetapi

bagi hasil yang ditawarkan kepada nasabah penabung kecil. Sekalipun demikian, jenis penghimpunan dana tabungan merupakan produk penghimpunan yang lebih minimal biaya bagi pihak bank. Biasanya, jumlah nasabah yang menggunakan tabungan lebih banyak daripada produk penghimpunan yang lain.

Pada era sekarang sudah ada produk tabungan yang secara karakteristik merupakan gabungan antara tabungan dan deposito, yaitu produk tabungan berencana. Karakteristiknya adalah jumlah minimal tertentu yang hamper sama dengan tabungan biasa, tetapi nasabah wajb menyetorkan dananya secara rutin sesuai dengan kemampuan membayarnya, serta tidak boleh mengambilnya dalam jangka waktu tertentu. Bagi hasil dari tabungan berencana ini biasanya lebih besar daripada tabungan biasa, tetapi lenih kecil daripada deposito.

Tabungan berencana digunakan bagi nasabah yang kesulitan untuk mengatur uangnya, tetapi mereka memiliki keinginan atas sesuatu, Mereka mengambil tabungan berencana ini sebagai bagian dari strategi pengaturan keuangan keluarga. Atau dapat pula sebagai tebungan perencana pendidikan untuk buah hatinya, biasanya pada tabungan berencana ini dilekatkan pula asuransi jiwa.

b. Deposito

Deposito menurut Undang-Undang Perbankan Syari'ah No. 21 tahun 2008 adalah investasi dana berdasarkan akad mudharabah atau akad lain yang tidak bertentangan dengan prinsip syari'ah, yang penarikanya hanya dapat dilakukan pada waktu tertentu berdasarkan akad antara nasabah penyimpan dan bank syari'ah dan/ atau Unit Usaha Syariah (UUS).

Dalam fatwa Dewan Syari'ah Nasional No. 03/DSN-MUI/IV/2000, deposito terdiri atas dua jenis, *Pertama* deposito yang tidak dibenarkan secara prinsip syari'ah, yaitu deposito yang berdasarkan perhitungan bunga. *Kedua*, deposito yang dibenarkan secara syari'ah, yaitu deposito yang berdasarkan prinsip *mudharabah.*

Deposito adalah bentuk simpanan nasabah yang mempunyai jumlah minimal tertentu, jangka waktu tertentu, dan bagi hasilnya lebih tinggi daripada tabungan. Nasabah membuka deposito dengan jumlah minimal tertentu dengan jangka waktu yang telah disepakati. Sehingga nasabah tidak dapat mencairkan dananya sebelum jatuh tempo yang telah disepakati, tetapi bagi hasil yang ditawarkan jauh lebih tinggi daripada tabungan biasa dan tabungan berencana. Produk penghimpunan dana ini biasanya dipilih oleh nasabah yang memiliki kelebihan dana sehingga selain bertujuan menyimpan dananya, bertujuan pula untuk saran berinvestasi.

c. Giro

Giro menurut Undang-Undang Perbankan Syari'ah Nomor 21 tahun 2008 adalah simpanan berdasarkan akad wadi'ah atau akad lain yang tidak bertentangan dengan prinsip syari'ah yang penarikanya dapat dilakukan setiap saat dengan menggunakan cek, bilyet giro, saran perintah pembayaran lainya, atau dengan perintah pemindah bukuan.

Dalam Fatwa Dewan Syari'ah Nasional No. 01/DSN-MUI/IV/2000 disebutkan bahwa giro adalah simpanan dana yang penarikanya dapat dilakukan setiap saat dengan menggunakan cek, bilyet giro, sarana perintah pembayaran lainya, atau dengan pemindah bukuan. Giro ada dua jenis. *Pertama*, giro yang tidak dibenarkan secara secara syar'ah, yaitu giro yang berdasarkan perhitungan bunga. *Kedua*, giro yang dibenarkan secara syari'ah, yaitu giro yang berdasarkan prinsip *mudharabah* dan *wadi'ah*.

Giro adalah bentuk simpanan nasabah yang tidak diberikan bagi hasil, dan pengambilan dana menggunakan cek, biasanya digunakan oleh perusahaan atau yayasan dana tau bentuk badan hokum lainya dalam proses keuangan mereka. Dalam giro meskipun tidak memberikan bagi hasil, pihak bank berhak memberikan bonus kepada nasabah yang besaranya tidak ditentukan di awal, bergantung pada kebaikan pihak bank.

d. Produk Penyaluran Dana/ Pembiayaan *(financing)*

Pembiayaan atau financing adalah pendanaan yang diberikan oleh suatu pihak kepada pihak lain untuk mendukung investasi yang telah direncanakan, baik dilakukan sendiri maupun lembaga. Dengan kata lain, pembiayaan adalah pendanaan yang dikeluarkan untuk mendukung investasi yang telah direncanakan.

Secara garis besar, produk pembiayaan kepada nasabah yaitu sebagai berikut :

1) Pembiayaan dengan prinsip jual beli. Seperti bai‟ murabahah, bai‟ as salam dan bai‟ al istishna.
2) Pembiayaan dengan prinsip sewa. Meliputi ijarah dan ijarah muntahiya bit tamlik.
3) Pembiayaan dengan prinsip bagi hasil. Meliputi musyarakah, mudharabah, muzara‟ah, dan musaqah.

e. Produk Jasa (Service)

Selain menjalankan fungsinya sebagai intermediaries (penghubung) antara pihak yang kelebihan dana dan pihak yang kekurangan dana, bank syariah dapat pula melakukan berbagai pelayanan jasa perbankan kepada nasabah dengan mendapat imbalan berupa sewa atau keuntungan. Jasa perbankan tersebut antara lain sebagai berikut :

1) *Sharf* (jual beli valuta asing)

   Pada prinsipnya, jual beli valuta asing sejalan dengan prinsip sharf. Jual beli mata uang yang tidak sejenis ini harus dilakukan pada waktu yang sama (spot). Bank mengambil keuntungan dari jual beli valuta asing. Prinsip ini dipraktikkan pada bank syariah devisa yang memiliki izin untuk melakukan jual beli valuta asing.

2) *Wadi'ah* (titipan)

   Pada dasarnya, dalam akad *wadi'ah yad dhamanah* penerima simpanan hanya dapat menyimpan titipan, tanpa berhak untuk menggunakannya. Dia tidak bertanggungjawab atas kehilangan atau kerusakan yang terjadi pada asset titipan selama hal ini bukan akibat

dari kelalaian atau kecerobohan yang bersangkutan dalam memelihara barang titipan (karena faktor-faktor di luar batas kemampuan)

b. Kopertais

Kopertais merupakan kepanjangan dari Direktorat Jenderal Pendidikan Islam Kementerian Agama Republik Indonesia. Karena Kopertais merupakan kepanjangan dari Dirjen Pendis maka visi, misi, dan tujuannya mengacu ke peraturan yang ada di Dirjen Pendis kemenag RI dengan menyesuaikan lingkup Daerah Istimewa Yogyakarta. Keputusan Direktur Jenderal Pendidikan Islam No: 7341 Tahun 2019 Tentang Tugas, dan Fungsi Koordinatorat Perguruan Tinggi Keagamaan Islam Swasta, menetapkan tugas dan fungsi Koordinatorat Perguruan Tinggi Keagamaan Islam Swasta (Koordinatorat PTKIS) untuk membantu Direktur Jenderal Pendidikan Islam dalam melaksanakan teknis pengawasan, peningkatan mutu, pembinaan, dan pemberdayaan Perguruan Tinggi Keagamaan Islam dalam bidang kelembagaan, akademik, ketenagaan, sarana dan prasarana.

1. Dalam hal pengawasan, Kordinatorat PTKIS bertugas :

a. Melakukan pengawasan penyelenggaraan Tri Dharma Perguruan Tinggi pada PTKIS sesuai Standar Nasional Pendidikan Tinggi Keagamaan, indikator kinerja tambahan, dan peraturan perundangan-undangan yang berlaku
b. Melakukan pengawasan transaksi akademik pada Pangkalan Data Perguruan Tinggi
c. Melakukan pengawasan terhadap keberlangsungan penelitian dan publikasi ilmiah
d. Memberi peringatan kepada PTKIS yang melakukan pelanggaran dan melaporkan kepada Direktur Jenderal Pendidikan Islam
e. Memberi rekomendasi atau pertimbangan tindak lanjut dan/ atau sanksi terhadap PTKIS yang dinilai menyimpang kepada Direktur Jenderal Pendidikan Islam

2. Dalam Hal Pningkatan Mutu, Koordinatorat PTKIS Bertugas :

a. Memberi rekomendasi pendirian, perubahan bentuk, perubahan pengelolaan, perubahan domisili, perubahan nama, dan pencabutan izin PTKIS
b. Memberi rekomendasi pembukaan dan penutupan program studi pada PTKIS
c. Memberi rekomendasi pengajuan bantuan
d. Menghentikan sementara tunjangan profesi bagi dosen PTKIS yang sedang menerima beasiswa multiyears dan atau pegawai penuh waktu di instansi lain
e. Menerima dan melakukan penilaian laporan Beban Kerja Dosen PTKIS setiap semester, dan melaporkan kepada Direktur Jenderal Pendidikan Islam
f. Melakukan penilaian angka kredit jabatan fungsional dosen PTKIS dan melakukan inpassing dosen
g. Melakukan pendampingan terhadap PTKIS untuk meningkatkan peringkat akreditasi perguruan tinggi dan program studi
h. Melakukan pendampingan dalam pengembangan kurikulum program studi di PTKIS

3. Dalam Hal Pembinaanm, Koordinatorat PTKIS Bertugas :

a. Menganalisis kelemahan PTKIS dalam rangka penyelenggaraan pendidikan yang bermutu
b. Mendorong tumbuhnya sikap moderat seluruh civitas akademika PTKIS
c. Melakukan penguatan manajemen kelembagaan PTKIS
d. Memastikan rasio dosen berdasarkan nisbah/rasio program studi dan mahasiswa
e. Mendorong percepatan submit borang akreditasi PTKIS 6 (enam) bulan sebelum masa berlakunya habis
f. Meningkatkan mutu sumber daya manusia, sarana dan prasarana, sesuai platform hasil analisis kelemahan PTKIS dimaksud

g. Melaporkan kepada Direktur Jenderal Pendidikan Islam tentang program pembinaan PTKIS
h. Memberikan pertimbangan tindak lanjut tentang usaha pembinaan PTKIS

4. Dalam Hal Pemberdayaan

a. Melakukan sosialisasi tentang program peningkatan kompetensi dosen PTKIS
b. Menyiapkan layanan PTKIS berbasis aplikasi/paperless
c. Melakukan validasi data calon penerima tunjangan sertifikasi dosen
d. Memastikan hak dan kewajiban dosen di masing-masing PTKIS
e. Menerima dan melakukan validasi data calon mahasiswa penerima beasiswa di PTKIS
f. Menyarankan PTKIS menyiapkan dana penelitian dosen PTKIS
g. Melaporkan kepada Direktur Jenderal Pendidikan Islam tentang PTKIS yang tidak melakukan pemberdayaan kepada seluruh sivitas akademika PTKIS
h. Memberikan pertimbangan tindak lanjut dan sanksi terhadap PTKIS yang dinilai tidak memberdayakan sivitas akademika PTKIS kepada Direktur Jenderal Pendidikan Islam

C. Keputusan konsumen

1. Teori-teori perilaku konsumen

Teori-teori yang berkaitan dengan perilaku konsumen dapat dibedakan menjadi empat bagian, menurut Basu Swastha dan T. Hani Handoko dalam Sunyoto, D (2015: 9), yaitu:

a. Teori Ekonomi Mikro

Menurut teori tersebut keputusan untuk membeli merupakan hasil perhitungan ekonomis rasional yang sadar. Pembeli individual berusaha menggunakan barang-barang yang akan memberikan kegunaan paling banyak, sesuai dengan selera dan harga-harga relatif.

b. Teori Psikologis

Teori psikologis ini mendasarkan diri pada faktor-faktor psikologis individu yang selalu dipengaruhi oleh kekuatan-kekuatan lingkungan.

c. Teori Belajar

Teori belajar biasanya lebih menekankan pada tindakan penafsiran dan peramalan terhadap proses belajar konsumen merupakan kunci untuk mengetahui tingkah laku pembelinya.

2. Faktor perilaku konsumen

Didalam perilaku konsumen ada faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen sebagai berikut (Simamora, 2004):

a. Faktor Kebudayaan

Faktor kebudayaan mempunyai pengaruh yang paling luas dan paling dalam terhadap perilaku konsumen. Pemasar harus memahami peran yang dimainkan oleh kultur, sub-kultur, dan kelas sosial pembeli.

b. Kultur

faktor penentu paling pokok dari keiinginan dan perilaku seseorang. Manusia mempelajari perilakunya biasanya dari lingkungan sekitar. Sehingga nilai, persepsi, preferensi dan perilaku antara seseorang yang tinggal pada daerah tertentu dapat berbeda dengan orang lain yang berada di lingkungan yang lain pula. Sehingga pemasar sangat berkepentingan untuk melihat pergeseran kultur tersebut agar dapat menyediakan produk-produk baru yang diinginkan konsumen.

c. Subkultur

kelompok orang dengan sistem nilai yang sama berdasarkan pengalaman dan situasi hidup yang sama. Banyaknya subkultur ini merupakan segmen pasar yang penting, dan pemasar sering menemukan manfaat dengan merancang produk yang disesuaiakan dengan kebutuhan subkultur tersebut.

d. Kelas social

susunan yang relatif permanen dan teratur dalam suatu masyarakat yang anggotanya mempunyai nilai, minat dan perilaku yang sama.

e. Faktor Sosial

Perilaku konsumen juga akan dipengaruhi oleh faktor sosial seperti kelompok kecil, keluarga, dan status sosial. Faktor-faktor ini sangat mempengaruhi tanggapan konsumen. Oleh karena itu pemasar harus benar-benar memperhitungkannya untuk menyusun strategi pemasaran.

f. Kelompok

perilaku seseorang dipengaruhi oleh banyak kelompok kecil, kelompok keanggotaan, kelompok primer, kelompok sekunder dan kelompok rujukan.

g. Keluarga

anggota keluarga pembeli dapat memberikan pengaruh yang kuat terhadap perilaku pembeli. Peran keluarga sangat terasa walaupun pembeli sudah tidak berhubungan lagi dengan orang tua. Sehingga dengan memahami dinamika pengambilan keputusan pemasar dapat dibantu dalam menetapkan strategi pemasaran yang terbaik baik keluarga yang tepat.

h. Faktor Pribadi

Keputusan seorang pembeli juga dipengaruhi oleh karakteristik pribadi seperti umur dan tahap daur-hidup pembeli, jabatan, keadaan ekonomi, gaya hidup, kepribadian dan konsep diri pembeli yang bersangkutan.

i. Usia dan tahap daur hidup

Orang akan mengubah barang dan jasa yang mereka beli sepanjang kehidupan mereka. Kebutuhan dan selera seseorang akan berubah sesuai dengan usia. Sehingga pemasar hendaknya memperhatikan perubahan minat pembelian yang terjadi yang berhubungan dengan daur hidup manusia.

j. Pekerjaan

Pekerjaan seseorang mempengaruhi barang dan jasa yang dibelinya. Dengan demikian pemasar dapat mengidentifikasi kelompok yang

berhubungan dengan jabatan yang mempunyai minat diatas rata-rata terhadap produk mereka.

k. Keadaan ekonomi

Keadaan ekonomi sangat mempengaruhi pilihan produk. pemasar yan produknya peka terhadap pendapatan dan dapat dengan saksama memperhatikan kecenderungan dalam pendapatan pribadi, tabungan, dan tingkat bunga.

l. Gaya hidup

Orang yang berasal dari subkultur, kelas sosial dan pekerjaan yang sama dapat mempunyai gaya hidup yang berbeda. Gaya hidup seseorang menunjukkan pola kehidupan orang yang bersangkutan yang tercemin dalam kegiatan, minat, dan pendapatnya.

m. Kepribadian dan konsep diri

Tiap orang mempunyai kepribadian yang khas dan ini akan mempengaruhi perilaku pembeliannya. Kepribadian mengacu pada karakteristik psikologis yang uni yang menimbulkan tanggapan relatif konstan terhadap lingkungannya sendiri.

n. Faktor psikologis

Pada suatu tertentu seseorang mempunyai banyak kebutuhan baik yang bersifat biogenik maupun biologis. Kebutuhan ini timbul dari suatu keadaan fisiologis tertentu seperti rasa lapar, hausm dan sebagainya. Sedangkan kebutuhan yang bersifat psikologis adalah kebutuhan yang timbul dari keadaan fisiologis seperti kebutuhan untuk diakui, harga diri, atau kebutuhan untuk diterima dilingkungannya. Pilihan pembelian seseorang juga dipengaruhi oleh faktor psikologis yang utama seperti, motivasi, persepsi, proses belajar, serta kepercayaan dan sikap.

o. Motivasi

Kebutuhan-kebutuhan yang ada tidak cukup kuat untuk memotivasi seseorang untuk bertindak pada suatu saat tertentu. Suatu kebutuhan

akan berubah menjadi motif apabila kebutuhan itu telah mencapai tingkat tertentu.

p. Persepsi

Seseorang yang termotivasi akan siap bereaksi. Bagaimana orang itu bertindak dipengaruhi oleh persepsi mengenai situasi. Dua orang yang dalam kondisi motivasi dan tujuan situasi yang sama mungkin bertindak secara berbeda karena perbedaan persepsi mereka terhadap situasi tertentu.

q. Proses belajar

Proses belajar menjelaskan perubahan dalam perilaku seseorang yang timbul dari pengalaman dan kebanyakan perilaku adalah hasil belajar. Para pemasar dapat membangun permintaan akan produk dengan menghubungkannya dengan dorongan yang kuat, maka dapat memberikan penguatan yang positif.

r. Kepercayaan dan sikap

Melalui tindakan dan proses belajar, orang akan mendapatkan kepercayaan dan sikap yang kemudian mempengaruhi sikap perilaku pembeli. Kepercayaan dan sikap yang positif akan menciptakan citra produk yang positif, sedangkan apabila kurang mendapatkan kepercayaan dan sikap maka akan menciptakan citra produk yang negatif.

3. Riset Konsumen

Dalam sebuah riset diperlukan metode-metode dan teknik, dimana metode menunjukan suatu cara yang bersifat teoritis, dan teknik yang menunjukan suatu cara yang bersifat praktis. Sedangkan penelitian konsumen didefinisikan sebagai pengumpulan, pencatatan, dan penganalisaan data secara sistematis tentang konsumen.

Riset konsumen berkaitan dengan perilakunya yaitu pengambilan keputusan oleh konsumen untuk membeli sebuah produk, perlu mempertimbangkan variabel produk seperti harga, kualitas, warna, desain, kemanfaatan pasca beli, harga produk pesaing, juga daya beli yang

dimiliki, pertimbangan keluarga, dan lain sebagainya. Semua variabel produk tersebut bisa jadi merupakan faktor pendorong dan penghambat seorang konsumen untuk membeli suatu produk (Sunyoto, 2013: 65).

4. Perilaku Konsumen

Perilaku konsumen dapat didefinisikan sebagai kegiatan-kegiatan individu yang secara langsung terlibat dalam mendapatkan dan mempergunakan barang-barang atau jasa termasuk di dalamnya proses pengambilan keputusan pada persiapan dan penentuan kegiatan-kegiatan tersebut. Terdapat dua elemen penting dari perilaku konsumen yaitu proses pengambilan keputusan dan kegiatan fisik, yang semua ini melibatkan individu dan menilai, mendapatkan, dan mempergunakan barang dan jasa secara ekonomis.

Dalam perkembangan konsep pemasaran mutakhir, konsumen ditempatkan sebagai sentral perhatian. Setidaknya terdapat dua alasan mengapa perilaku konsumen perlu dipelajari. Pertama, konsumen sebagai titik sentral perhatian pemasaran. Kedua, perkembangan perdagangan pada saat ini menunjukan bahwa lebih banyak produk yang ditawarkan daripada permintaan. Kelebihan penawaran bisa disebabkan oleh faktor seperti kualitas barang tidak layak, tidak memenuhi keinginan dan kebutuhan konsumen, atau mungkin juga karena konsumen tidak mengetahui keberadaan faktor tersebut (Sutisna, 2002).

5. Perilaku konsumen muslim

Dalam Islam mengajarkan segenap perilaku manusia dalam memenuhi kebutuhan hidupnya. Demikian pula dalam masalah konsumsi, Islam mengatur bagaimana manusia dapat melakukan kegiatan-kegiatan konsumsi yang membawa manusia berguna bagi ke-*maslahat*-an hidupnya (Muhammad, 2004). Konsumsi adalah suatu bentuk perilaku ekonomi yang asasi dalam kehidupan manusia. Setiap makhluk hidup pasti melakukan aktivitas konsumsi termasuk manusia (Yuliadi, 2001).

Dalam perspektif ekonomi islam perilaku konsumsi seorang muslim didasarkan pada sebagai berikut (Yuliadi, 2001):

a. Islam merupakan suatu agama yang diterapkan di tengah masyarakat
b. Zakat hukumnya wajib
c. Tidak ada riba dalam masyarakat
d. Prinsip mudharabah diterapkan dalam aktivitas bisnis
e. Konsumen berperilaku rasional yaitu berusaha mengoptimalkan kepuasan.

Dalam pandangan Islam perilaku konsumsi tidak hanya sekedar memenuhi kebutuhan jasmani tetapi juga sekaligus memenuhi kebutuhan rohani. Dalam artian bahwa, perilaku konsumsi bagi seorang muslim juga sekaligus merupakan bagian dari ibadah sehingga perilaku konsumsi hendaklah mengikuti aturan Islam (Yuliadi, 2001).

Islam tidak mengajarkan pemenuhan keiinginan yang tak terbatas. Norma Islam adalah memenuhi kebutuhan manusia meliputi; keperluan, kesenangan dan kemewahannya. Dalam pemenuhan kebutuhan manusia, Islam menyarankan agar manusia dapat bertindak ditengah-tengah (*moderity*) dan sederhana (*simplicity*) (Muhammad, 2004).

Norma-norma Islam dalam perilaku konsumen mempunyai dua etika, yaitu:

a. Etika konsumsi

Islam adalah agama yang sarat etika. Sistem etika secara Islam secara garis besar etika dibagi menjadi empat pokok yaitu:

1. Tauhid (*utility*/kesatuan)
2. Adil (*Equilibrium*/keadilan)
3. *Free Will* (Kehendak Bebas)
4. Amanah (*Responsibility*/Pertanggungjawaban)
5. Halal
6. Sederhana

b. Prioritas Konsumsi

Islam mengajarkan bahwa manusia selama hidupnya akan mengalami tahapan-tahapan kehidupan. Hal ini berlaku pada saat seseorang melakukan konsumsi harus memiliki nilai dunia dan akhirat.

Sebagai makhluk pribadi dan sosial, maka manusia memiliki prioritas konsumsi. Prioritas konsumsi senagai berikut:

1. Konsumsi untuk diri sendiri dan keluarga
2. Tabungan
3. Investasi
4. Konsumsi untuk sebagai tanggung jawab sosial
5. Zakat dan konsumsi

Seorang muslim memperhatikan teknis menyelenggarakan konsumsi yang berpedoman pada nilai-nilai Islam. Oleh karena itu, seorang muslim dilarang semata-mata menggunakan hawa nafsunya dalam berkonsumsi. Perilaku konsumsi seorang muslim didasari oleh kesadaran bahwa ia dalam memenuhi kebutuhannya tidak bisa dilakukan sendiri. pertemuan yang berwujud transaksi merupakan keniscayaan bagi siapa saja yang mau hidup wajar. Kesadaran akan perlunya peran orang lain dalam memenuhi kehidupannya mendorong seorang muslim bersifat tawadhu (Sudarsono, 2002).

Perilaku konsumsi dalam Islam akan didasarkan pada nilai-nilai Al-Qur'an dan Al-Hadist akan berdampak kepada seorang muslim dalam beberapa hal: (Sudarsono, 2002)

a. Konsumsi seorang muslim akan mengkonsumsi pada tingkat wajar dan tidak berlebihan. Tingkat kepuasan seorang muslim diinterpretasikan sebagai kebutuhan, bukan sebagai keiinginan.
b. Tingkat kepuasan tidak didasarkan atas banyaknya jumlah dari dua atau satu pilihan barang yang dipilih, tetapi didasarkan atas pertimbangan bahwa pilihan ini berguna bagi kemaslahatan. Oleh karena itu, seorang muslim tidak sekedar memperhitungkan besarnya jumlah barang yang diperoleh dari pemanfaatan secara maksimal pengeluaran total, tetapi juga memperhitungkan skala prioritas dari berbagai barang yang akan diperoleh dari memanfaatan pengeluaran total tersebut.

c. Seorang muslim tidak akan mengkonsumsi barang-barang haram atau barang yang diperoleh dengan cara haram.
d. Seorang muslim tidak akan memaksa untuk berbelanja barang yang diluar jangkauan penghasilannya.

D. Pengetahuan

1. pengertian pengetahuan

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) pengetahuan adalah segala sesuatu yang diketahui. Menurut Kotler (2000: 401), pengetahuan adalah suatu perubahan dalam perilaku suatu individu yang berasal dari pengalaman. Pengetahuan adalah informasi yang telah dikombinasikan dengan pemahaman dari potensi untuk menindaki yang lantas melekat dibenak seseorang.

Menurut Sumarwan (2014: 140), pengetahuan sebagai semua informasi yang dimiliki konsumen mengenai berbagai macam produk serta informasi lain yang berhubungan dengan fungsinya sebagai konsumen.

Pengetahuan adalah informasi yang dimiliki konsumen mengenai berbagai macam produk jasa, serta pengetahuan lainya yang terkait dengan produk dan jasa tersebut serta informasi yang berhubungan dengan fungsinya sebagai konsumen (Sunyoto, 2015)

2. jenis-jenis pengetahuan

Menurut Peter dan Olson (1999), secara luas terdapat dua jenis pengetahuan yaitu:

a) Pengetahuan umum *(General Knowledge)*

Membahas interpretasi konsumen atas informasi relevan dalam lingkungan. Misalnya konsumen menciptakan pengetahuan umum mengenai kategori produk, toko atau bank, perilaku tertentu, orang lain, atau merekan sendiri.

b) Pengetahuan Prosedural *(Procedural Knowledge)*

Pengetahuan prosedural adalah pengetahuan tentang cara melakukan sesuatu. Pengetahuan prosedural juga tersimpan dalam

memori sebagai jenis hubungan "jika..., maka…" antara konsep peristiwa dan perilaku bersesuaian.

Menurut Engel, Blackwell, dan Miniard (1995: 3) membagi pengetahuan konsumen dalam tiga macam, yaitu:

a) Pengetahuan produk

Pengetahuan produk yaitu kumpulan berbagai informasi mengenai produk. Pengetahuan ini meliputi kategori produk, merek, terminology produk, atribut atau fitur produk, harga produk, dan kepercayaan mengenai produk.

b) Pengetahuan pembelian

Berbagai informasi yang diproses oleh konsumen untuk memperoleh suatu produk. Pengetahuan pembelian terdiri atas pengetahuan tentang dimana membeli produk dan kapan membeli produk. Ketika konsumen memutuskan akan membeli suatu produk, maka ia akan menentukan dimana ia membeli produk tersebut dan kapan akan membelinya. Keputusan konsumen mengenai tempat pembelian produk akan sangat ditentukan oleh pengetahuanya. Implikasi penting bagi strategi pemasaran adalah memberikan informasi kepada konsumen dimana konsumen bisa membeli produk tersebut.

c) Pengetahuan pemakaian

Suatu produk akan bermanfaat kepada konsumen jika produk tersebut telah digunakan atau dikonsumsi oleh konsumen. Agar produk tersebut bisa memberikan manfaat yang maksimal dan kepuasan yang tinggi kepada konsumen, maka konsumen harus bisa menggunakan atau mengkonsumsi produk tersebut dengan benar. Kesalahan yang dilakukan konsumen dalam menggunakan suatu produk, akan menyebabkan produk tidak berfungsi dengan baik. Ini akan menyebabkan konsumen kecewa, padahal kesalahan terletak pada diri konsumen. Produsen tidak ingin konsumen menghadapi hal

ini.langsung dari penggunaan produk, seperti penggunaan yang mudah.

3. Hubungan Tingkat Pengetahuan terhadap Penggunaan Produk Bank Syariah

Bank Dalam pengetahuan produk konsumen ada yang disebut rantai akhir, yaitu suatu struktur pengetahuan yang menghubungkan pengetahuan konsumen mengenai ciri tentang produk dengan pengetahuan tentang konsekuensi dan nilai (Peter dan Olson, 1999). Nilai ini terdiri dari Nilai Terminal, yaitu status akhir yang diinginkan, Nilai Instrumental, yaitu model perilaku yang diinginkan, Konsekuensi Psikologikal, biasanya terdiri dari konsekuensi psikologi dan sosial dari penggunaan produk, seperti dipandang berbeda oleh orang lain, dan Konsekuensi Fungsional, yaitu konsekuensi nyata dan

syari'ah atau bank islam haruslah didasarkan pada prinsip-prinsip ekonomi islam yang sesuai dengan hukum islam. Pengetahuan masyarakat dapat dibagi menjadi tiga hal jenis pengetahuan yaitu pengetahuan produk, pengetahuan pembelian, dan pengetahuan pemakaian menjelaskan bahwa tingkat pemahaman masyarakat terhadap perbankan syari'ah masih tergolong rendah (Rabbani, 2012). Persepsi masyarakat terhadap kesyari'ahan bank syar'ah, riba, bunga, dan bagi hasil masih beragam, kebanyakan dari mereka masih belum paham dan belum tahu istilah hal-hal tersebut.

Berdasarkan uraian diatas dengan adanya pengetahuan akan suatu produk perbankan syari'ah berpengaruh terhdap keputusan nasabah dalam menggunakan atau tidak menggunakan produk perbankan syari'ah. Secara umum pengetahuan merupakan segala sesuatu yang diketahui berkenaan dengan suatu hal. Pengetahuan mengenai bank syari'ah sangat mempengaruhi sikap masyarakat tersebut terhadap produk-produk yang ditawarkan sehingga semakin baik pengetahuan masyarakat mengenai perbankan syari'ah maka akan memacu minat menjadi nasabah. Sebaliknya, jika pengetahuan masyarakat terbatas terhadap perbankan

syari'ah mengakibatkan persepsi yang kurang baik terhadap perbankan tersebut bahkan perbankan syari'ah harus lebih agresif memasarkan atau mengenalkan produknya (Ahmad, 2000).

4. Pengetahuan sebagai ukuran niat berperilaku

Ajzen dan Fishbein mendefinisikan niat atau intensi sebagai dimensi probabilitas subyektif individu dalam kaitan antara diri sendiri dan perilaku. Sehingga intensi merupakan komponen yang ada dalam individu yang mengacu kepada keinginan untuk melakukan perilaku tertentu. Niat merupakan suatu fungsi dari dua penentu dasar, penentu pertama berhubungan dengan faktor pribadi adalah sikap terhadap perilaku dan penentu yang kedua dari niat yang berhubungan dengan pengaruh sosial adalah norma subyektif. TPB *(Theory of Planned Behavior)* menjelaskan bahwa seseorang dapat bertindak berdasarkan intensi atau niatnya jika ia memiliki kontrol terhadap perilakunya.

Pengetahuan produk dalam riset pemasaran menjadi salah satu yang penting dalam mempengaruhi perilaku konsumen terhadap produk. Karena dengan memiliki pengetahuan produk seseorang memiliki kemampuan dalam membedakan produk mana yang baik dan mana yang buruk sehingga akan membentuk sikap positif atau negatif terhadap produk.

Pengetahuan seseorang tentang bank syari'ah akan memperngaruhi minat seseorang untuk menjadi nasabah di bank syari'ah. Ketika seseorang memiliki pengetahuan yang banyak tentang bank syari'ah, maka ia akan berminat menjadi nasabah di bank syari'ah.

5. Indikator Pengetahuan

Indikator Pengetahuan Bank syariah Menurut Sitio (2001:1-30), indikator pengetahuan adalah :

a) Mengetahui landasan dan asas perbankan syariah
b) Mengetahui prinsip perbankan syariah
c) Mengetahui fungsi dan peran perbankan syariah
d) Mengetahui keanggotaan perbankan syariah
e) Mengetahui produk tabungan perbanakan syariah

f) Mengetahui manfaat produk tabungan perbankan syariah

E. Minat Menabung

1. Definisi Minat

Minat adalah rasa lebih suka dan rasa ketertarikan pada suatu hal atau aktivitas tanpa ada yang menyuruh. Djaali (2013) Minat menurut Slameto (2010) adalah suatu rasa lebih suka dan rasa ketertarikan pada suatu hal atau aktifitas, tanpa ada yang menyuruh. Pendapat Djaali (2004) Minat adalah perasaan yang ingin tahu, mempelajari, mengagumi atau memiliki sesuatu

Menurut Witheringten (1982) mengelompokkan minat menjadi 2 macam, yaitu :

a) Minat primitif yaitu minat yang timbul dari kebutuhan dari jaringan yang berkisar pada soal-soal makanan, kebahagiaan hidup atau berkebebasan beraktivitas. Minat ini dapat diartikan sebagai minat pokok dari manusia.
b) Minat cultural yaitu minat yang berasal dari perbuatan belajar yang lebih tinggi tarafnya yang merupakan dari pendidikan. Dan minat ini dikatakan sebagai minat pelengkap.

Terdapat banyak hal yang dapat mempengaruhi timbulnya minat, baik yang berasal dari individu itu sendiri, ataupun dari lingkungan masyarakat.

2. Faktor-faktor yang mempengaruhi minat

Menurut Nugroho J. Setiadi (2003) faktor-faktor yang mempengaruhi minat adalah :

ii. Motivasi

Merupakan dorongan, keinginan atau hasrat ingin memiliki dari dalam diri.

iii. Persepsi

Merupakan proses dimana seseorang memilih, mengorganisasikan, mengartikan masukan informasi untuk menciptakan suatu gambaran yang berarti dari dunia. Seseorang yang termotivasi adalah siap untuk

bertindak. Bagaimana seseorang benar-benar bertindak, dipengaruhi oleh persepsi dia mengenai situasi tertentu.

1. Indikator yang mempengaruhi minat

Minat beli dapat diidentifikasikan melalui indikator-indikator sebagai berikut (Ferdinand 2002:192)::

a) Minat transaksional

Minat transaksional yaitu kecenderungan seseorang untuk membeli produk.

b) Minat refrensional

Minat refrensional yaitu menggambarkan perilaku seseorang yang cenderung merefrensikan produk yang sudah dibelinya, agar juga dibeli oleh orang lain dengan refrensi pengalaman konsumennya.

c) Minat prefrensi

Minat prefrensi yaitu minat yang menggambarkan perilaku seseorang yang memiliki prefrensi utama pada produk tersebut. Prefrensi ini hanya dapat diganti jika terjadi sesuatu dengan produk prefrensinya.

d) Minat eksploratif

e) Minat ini menggambarkan perilaku seseorang yang selalu mencari informasi mengenai produk yang diminatinya dan mencari informasi untuk mendukung sifat-sifat positif dari produk tersebut.

F. Kerangka Pemikiran

Dalam meningkatkan kesadaran konsumen terhadap suatu produk yang berguna mendapatkan kesan di konsumen sehingga konsumen akan terus mengingat produk yang dikonsumsi, bahkan secara otomatis ketika penjual mengeluarkan produk baru maka konsumen senantiasa akan memakai produk yang ditawarkan akan meningkatkan kekuatan produk tersebut. selain kesadaran konsumen yang dicipatakn penjual atau penyedia jasa, penjual atau penyedia jasa perlu memperhatikan ikatan pelanggan yang dibentuk terhadap konsumen. Ketika ikatan pelanggan konsumen dengan penjual atau penyedia jasa kuat maka konsumen senantiasa akan loyal terhadap produk yang

ditawarkan oleh penjual atau penyedia jasa tersebut. Sama hal nya dengan bagaimana menciptakan minat terhadap dosen fiai kopertais untuk menabung di bank syariah. Apabila pengaruh religiusitas dan pengetahuan produk perbankan terutama produk tabungan mampu mempengaruhi pola pikir para dosen fiai untuk menabung di bank syariah, maka dua variabel ini dinyatakan berpengaruh terhadap minat untuk menabung di bank syariah.

Dalam memecahkan suatu masalah perlu dibutuhkan kerangka pemikiran agar mempunyai pandangan yang jelas dan terarah dalam memecahkan suatu masalah. Skema kerangka pemikiran dari "*Pengaruh pengetahuan produk perbankan syariah terhadap minat menabung dosen fiai kopertais di bank syariah adalah*



Berdasarkan kerangka berpikir tersebut dapat dijelaskan bahwa minat menabung di bank syariah dipengaruhi oleh pengaruh pengetahuan produk.

Variabel independen dalam penelitian ini adalah pengaruh pengetahuan produk, sedangkan variabel dependen dalam penelitian ini adalah minat menabung di bank syariah.

Variabel pengetahuan produk memiliki pengaruh terhadap minat menabung di bank syariah. Pengetahuan produk merupakan gabungan dari banyak jenis informasi yang berbeda. Pengetahuan produk meliputi : Kesadaran akan kategori dan merk produk didalam kategori produk. Terminologi produk, Atribut atau ciri produk, dan Kepercayaan tentang kategori produk secara umum dan mengenai merk spesifik. Jadi secara umum pemasaran paling berminat akan pengetahuan konsumen mengenai merk mereka dan sajian yang kompetitif sehingga pengetahuan produk memiliki hubungan yang kuat untuk menarik minat nasabah menabung di bank syariah.

G. Hipotesis

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian yang bertujuan mengarahkan dan memberikan pedoman dalam pokok permasalahan serta tujuan penelitian. Maka dari itu uraian masalah yang ada, dapat dimunculkan suatu hipotesis penelitian sebagai berikut:

Ha: Terdapat Pengaruh Pengetahuan Produk perbankan Syariah Terhadap MinatMenabung Dosen Fiai Kopertais di Bank Syariah

BAB III
METODOLOGI PENELITIAN

A. Metode penelitian

Metode penelitan pada dasarnya merupakan cara ilmiah mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Cara ilmiah berarti kegiatan penelitian itu didasarkan pada ciri-ciri keilmuan, yaitu rasional, empiris dan sistemtasi. Data yang diperoleh melalui penelitian itu adalah data empiris (teramati) yang mempunyai kriteria tertentu yaitu valid. Valid menunjukkan derajat ketepatan antara data yang sesungguhnya terjadi pada objek data yang dikumpulkan oleh peneliti.

Dalam penelitian ini menggunakan beberapa metode untuk menspesifikasikan agar tidak terlalu luas dalam pembahasannya, metode yang digunakan antara lain :

1) Jenis Penelitian

   Dalam penelitian ini menggunakan jenis penelitian lapangan (*field research*) yang dapat disebut dengan penelitian empiris, yaitu penelitian yang data dan informasinya diperoleh dari kegiatan di kancah (lapangan) kerja penelitian.

2) Lokasi Penelitian

   Lokasi penelitian ini dilakukan di Kopertais yang bertempat di Jl. Marsda Adisucipto Demangan, Yogyakarta. 55281

3) Subjek Penelitian

   Subjek penelitian ini adalah Dosen FIAI KOPERTAIS yang berlokasi di Jl. Marsda Adisucipto Demangan, Yogyakarta. 55281

4) Desain Penelitian

   Penelitian ini menggunakan bentuk penelitian deskriptif kuantitatif. Metode deskriptif yaitu didasarkan pada analisis dengan mendeskripsikan

faktor-faktor yang berhubungan dengan masalah yang dimaksudkan sebagai pendukung untuk analisis metode kuantitatif. Sedangkan metode kuantitatif adalah penelitian yang dilakukan untuk mencari berbagai variable yang menjadi objek penelitian. (M. Burhan Bungin, 2005)

B. Populasi dan Sampel

Dalam menentukan metode penentuan sampel dibutuhkan teknik-teknik penentuan sampel dalam penelitian. Penelitian ini menggunakan teknik *non-probability sampling* dikarenakan semua anggota memiliki kesempatan yang sama untuk terpilih sebagai sampel (Prasetyo & Jannah, 2010, hal. 134). Dalam penentuan sampel ada dua

1. Populasi

Populasi adalah suatu kumpulan menyeluruh dari suatu obyek yang merupakan perhatian peneliti (Ronny, 2007). Menurut (Cooper & Emory, 1995) populasi adalah seluruh kumpulan elemen yang dapat kita gunakan untuk membuat beberapa kesimpulan. Dalam penelitian ini populasi yang diambil adalah Dosen FIAI KOPERTAIS

2. Sampel

Sampel adalah bagian dari populasi (Ronny, 2007). Dalam menentukan sampel penelitian ini menggunakan teknik penarikan *purposive sampling.* Menurut (Sugiyono, 2008) *purposive sampling* adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu. Maka dari itu sampel yang dimaksud adalah Dosen FIAI UII, FIAI UMY, FIAI UCY yang mengajar dan terdaftar di KOPERTAIS

C. Variabel Penelitian

Menurut Sugiyono (2009: 60), variabel adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya. Selanjutnya menurut Suharsimi Arikunto (1998: 99), variabel penelitian

adalah objek penelitian atau apa yang menjadi perhatian suatu titik perhatian suatu penelitian. Bertolak dari pendapat para ahli di atas maka dapat disimpulkan bahwa variabel penelitian adalah suatu atribut dan sifat atau nilai orang, faktor, perlakuan terhadap obyek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Pengertian dan Jenis-Jenis Variabel dalam Penelitian dan Evaluasi, 2015). Dalam penelitian ini, variabel yang digunakan adalah :

1. Variabel Tetap/ Terikat (Dependen)

   Dalam operasional ini, variabel yang digunakan adalah *Perilaku Menabung di Ban Syariah.*

2. Variabel Bebas (Independen)

   Dalam operasionalisasi variabel ini yang digunakan *adalah Pengetahuan Produk Perbankan Syariah.*

D. Jenis Data

Dalam melakukan penelitian ini peneliti menggunakan jenis data, yaitu :

1. Data Primer, yaitu merupakan sumber data yang langsung diperoleh dari sumber asli atau tidak melalui peralatan dan yang langsung diperoleh dari sumber asli dan secara khusus menjawab pertanyaan penelitian. Data primer dalam penelitian ini adalah jawaban responden yang didapat dari sumber pertama yaitu individu atau perorangan dengan hasil pengisian kuesioner yang dilakukan oleh penelitian. (Umar, 2011)
2. Data sekunder, data yang diperoleh dari literatur yang meliputi buku, makalah, jurnal dan hasil penelitian sebelumnya yang berhubungan dengan masalah yang diteliti.

E. Metode Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan metode kuantitatif. Maka penulis akan menggunakan teknik pengumpulan data sebagai berikut :

1. Studi Pustaka

   Riset ini adalah salah satu jenis riset yang dilakukan untuk memperoleh literature-literatur yang berhubungan dengan objek

penelitian dengan bantuan data dari website, buku-buku, dokumen-dokumen dan bahan-bahan dari perpustakaan perkuliahan yang merupakan dasar teori yang dapat membantu dalam penyusunan skripsi.

2. Kuesioner

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang efisien bila peneliti tahu dengan pasti variabel yang akan diukur dan tahu apa yang bisa diharapkan dari responden (Sugiyono, 1999, p.135).

F. Instrumen Penelitian

Menurut Sugiyono (2009), Instrument Penelitian yaitu suatu alat yang digunakan untuk mengukur fenomena alam maupun sosial yang diamati. Secara spesifik semua fenomena alam ini disebut sebagai variabel penelitian.

Tabel 3.1
Kisi-Kisi Instrumen Penelitian

No	Variabel	Indikator	Item
1	Pengetahuan X1	Mengetahui landasan dan asas Bank syariah	1
		Mengetahui prinsip Bank syariah	2
		Mengetahui fungsi dan peran Bank syariah	3
		Mengetahui keanggotaan Bank syariah	4
		Mengetahui produk tabungan Bank syariah	5
		Mengetahui manfaat produk Bank syariah	6
2	Minat Y	Minat Transaksional	7
		Minat Refrensional	8
		Minat Prefrensi	9
		Minat Eksploratif	10

G. Skala Pengukuran Variabel

Pengukuran adalah suatu proses mapping dari sebuah aspek ke dalam aspek yang lain berdasar aturan tertentu. Proses mapping tersebut selalu derdampingan dengan proses koding atau pemberian tanda pada jawaban yang diberikan oleh responden. Salah satu dari tipe jawaban responden tersebut yaitu jawaban yang tertutup atau pilihan. Pertanyaan-pertanyaan dengan jawaban tertutup tersebut, jenis jawabannya dapat digolongkan kedalam bentuk skala.

Continous rating scale adalah skala kuantitatif dan termasuk skala rasio (angka). Karena termasuk pada skala rasio (angka), penelitian ini menggunakan jawaban yang bertipe *continous rating scale*. Skala jenis ini adalah skala dengan dua alternatif jawaban yang saling bertolak belakang atau bipolar, misalnya tidak setuju dengan sangat setuju, tidak yakin dengan sangat yakin, senang dengan sedih dsb. Skala bipolar adalah skala yang tepat untuk digunakan pada penelitian sikap dan perilaku. Skala *continuous rating* merupakan skala dengan nilai angka 1 sampai dengan 10, sebagian peneliti menggunakan skala dari angka 10 sampai dengan 100. Responden diminta untuk mencoret atau memberikan tanda pada angka/nilai yang dianggap mewakili dirinya. (Nugroho, 2015) Contoh:

Tabel 3.2
Contoh Pengukuran Kuesioner

No	Item	Jawaban
1.	Saya berusaha dengan serius untuk menyelesaikan pekerjaan sampai dengan tuntas.	1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 Tidak setuju sangat setuju

Sumber : data primer 2017

H. Uji Instrumen

Sebuah penelitian, data mempunyai kedudukan yang paling tinggi, karena data merupakan penggambaran variabel yang diteliti dan berfungsi sebagai alat pembuktian hipotesis. Kualitas sebuah penelitian ditentukan oleh data yang diperolehnya. Maka dari itu, data Instrumen dalam penelitian ini akan

diuji menggunakan metode uji validitas dan reliabilitas. Untuk menguji validitas danreliabilitas, penulis akan menggunakan program spss.

1. Uji Validitas

Validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat-tingkat kevalidan atau kesahihan suatu instrumen. Sebuah instrumen dikatakan valid apabila mampu mengukur apa yang diinginkan. Sebuah instrumen dikatakan valid apabila dapat mengungkap data dari variabel yang diteliti secara tepat. Tinggi rendahnya validitas instrumen menunjukkan sejauh mana data yang terkumpul tidak menyimpang dari gambaran tentang validitas yang dimaksud. Untuk menguji tingkat validitas empiris instrumen, peneliti harus mencobakan instrumen tersebut pada sasaran dalam penelitian. Langkah ini bisa disebut dengan kegiatan uji coba (try-out) instrumen. Apabila data yang didapat dari uji coba ini sudah sesuai dengan yang seharusnya, maka berarti instrumennya sudah baik, sudah valid. Untuk mengetahui ketepataan data ini diperlukan teknik uji validitas. Cara yang dapat dilakukan adalah dengan menggunakan rumus korelasi yang dikemukakan oleh pearson, yang dikenal dengan rumus korelasi *product moment dengan angka kasar"* sebagai berikut:

$$r_{xy} = \frac{N\Sigma xy_{-(\sum x)}(\sum y)}{\sqrt{(N\Sigma x^2 - (\sum x)^2(N\Sigma y^2 - (\Sigma y)^2)}}$$

Keterangan:

r_{xy} = Koefisien korelasi antara variabel X dan variabel Y

Σxy = Jumlah perkalian antara variabel x dan Y

$\sum x^2$ = Jumlah dari kuadrat nilai X

$\sum y^2$ = Jumlah dari kuadrat nilai Y

$(\sum x)^2$ = Jumlah nilai X kemudian dikuadratkan

$(\sum y)^2$ = Jumlah nilai Y kemudian dikuadratkan

Setelah perhitungan dilakukan kemudian nilai r (koefisien korelasi) tersebut dibandingkan dengan nilai r tabel sesuai dengan taraf kesalahan yang telah ditetapkan (α = 5%) dalam pengujian validitas, jika r hitung lebih besar dari r

tabel maka Ho ditolak dan Ha diterima, maka data dikatakan valid apabila r hitung > r tabel. Dalam menguji validitas peneliti menggunakan bantuan apikasi software SPSS versi 21.

Tabel 3.2

Hasil Uji Validitas Variabel Pengetahuan Produk

Pernyataan	R hitung	R tabel	Keterangan
Pernyataan 1	0,354	0,25	Valid
Pernyataan 2	0,416	0,25	Valid
Pernyataan 3	0,506	0,25	Valid
Pernyataan 4	0,270	0,25	Valid
Pernyataan 5	0,504	0,25	Valid
Pernyataan 6	0,564	0,25	Valid
Pernyataan 7	0,377	0,25	Valid
Pernyataan 8	0,377	0,25	Valid

Tabel 3.2 diatas merupakan hasil dari uji validitas pada variabel Pengetahuanm Produk menggunakan aplikasi SPSS versi 21 terhadap 60 responden yang diambil secara acak, dari hasil uji validitas tersebut data yang diperoleh dapat diambil kesimpulan bahwa semua item pernyataan pada variabel motivasi kerja islam dinyatakan valid. Sebab r hitung dari uji validitas pada variabel penegetahuan produk semuanya menunjukkan bahwa r hitung lebih besar dari r tabel.

Tabel 3.3

Hasil Uji Validitas Variabel Minat Menabung

Pernyataan	R hitung	R tabel	Keterangan
Pernyataan 1	0,783	0,25	Valid
Pernyataan 2	0,739	0,25	Valid
Pernyataan 3	0,814	0,25	Valid
Pernyataan 4	0,744	0,25	Valid

Tabel 3.3 diatas merupakan hasil dari uji validitas pada variabel Minat Menabung menggunakan aplikasi SPSS versi 21 terhadap 60 responden yang diambil secara acak, dari hasil uji validitas tersebut data yang diperoleh dapat

diambil kesimpulan bahwa semua item pernyataan pada variabel Minat Menabung dinyatakan valid. Sebab r hitung dari uji validitas pada variabel lingkungan kerja semuanya menunjukkan bahwa r hitung lebih besar dari r tabel.

2. Uji Reliabilitas

Realibilitas adalah yang berkenaan dengan derajat konsistensi dan stasbilitas data atau temuan. Untuk mengetahui apakah alat ukur *reliable* atau tidak, diuji dengan menggunakan spearman (r_{xy}) selanjutnya dianalisis dengan menggunakan rumus sebagai berikut :

$$r11 = \frac{(2)\ (\ r1/2\ ½)}{1 + 1/2\ ½}$$

Dimana:

r11 = reliable seluruh instrument

r ½ ½ = r_{xy} yang disebut sebagai indeks korelasi produk momen antara belahan pertama dan kedua.

Pengujian reliabilitas menunjukkan pada tingkat kemantapan atau konsistensi suatu alat ukur (kuesioner). Hasil penelitian reliabel apabila terdapat kesamaan data dalam waktu yang berbeda. Instrumen yang reliabel adalah instrument yang bila digunakan beberapa kali untuk mengukur obyek yang sama akan menghasilkan data yang sama. Artinya kuisioner dikatakan reliabel jika kuesioner tersebut memberikan hasil yang konsisten jika digunakan secara berulang kali dengan asumsi kondisi disaat pengukuran tidak berubah.Kriteria yang digunakan untuk mengetahui tingkat reliabilitas adalah besarnya nilai (cronbach alpha). Uji realibilitas dapat dilakukan secara bersama-sama terhadap seluruh butir pertanyaan. Jika nilai Alpha > dari 0,60 maka butir pertanyaan tersebut valid.

Tabel 3.5

Hasil Uji Reabilitas

Variabel	Nilai *cronbach alpha*	Ketentuan nilai *cronbach alpha*	Status
Pengetahuan Produk	0,724	0,60	Reliabel
Minat Menabung	0,896	0,60	Reliabel

I. Tekhnik Analisis Data

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif analisis dengan pendekatan kuantitatif, metode analisis ditunjukan untuk menggambarkan bagaimana pengaruh Pengetahuan Produk perbankan syariah terhadap minat dosen fiai menabung di bank syariah. Responden yang digunakan dalam penelitian ini adalah para Dosen FIAI KOPERTAIS. pengujian ini dibantu dengan program *Statistical Product and Service Solutions* (SPSS) versi 21.

1) Uji Asumsi Klasik

Untuk meyakinkan bahwa persamaan garis regresi yang diperoleh adalah linear dan dapat dipergunakan (valid) untuk mencari peramalan, maka akan dilakukan pengujian uji normalitas, uji multikolineritas dan uji heteroskedastistas.

a. Uji Normalitas

Menurut Priyanto (2006) menjelaskan bahwa uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah populasi data berdistribusi *normal* atau tidak. Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi variabel terikat dan variabel bebas keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak. Uji normalitas dapat dilakukan dengan uji histogram, uji normal p-plot, skewness dan kurtosis atau uji kolomogorov-smirnov. Pada uji normal p-plot jika data menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal maka model regresi memenuhi asumsi normalitas. Jika data menyebar jauh dari diagonal dan tidak mengikuti arah garis diagonal, maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas. Pada uji kolomogorov-smirnov dilihat dari nilai residual.

Dikatakan normal bila nilai residual yang dihasilkan diatas nilai signifkansi yang ditetapkan. (Kurniawan, 2014).

b. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya penyimpangan asumsi klasik multikolinieritas, yaitu adanya hubungan linear antar variabel independent dalam model regresi (Priyanto, 2006). Suatu kuesioner dikatakan reliable atau handal jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Untuk megukur reliabilitas menggunakan uji statistik *cronbach alpha*. Suatu variabel dikatakan reliabel jika nilai *cronbach alpha* lebih besar dari 0,060.

c. Uji heteroskedastisitas

Menurut Nisfianoor (2009) menjelaskan bahwa uji heteroskedastisitas bertujuan untuk mengetahui apakah sebuah data mempunyai variansi yang sama diantara data tersebut. Data yang diharapkan adalah yang memiliki variansi yang sama dan disebut homoskedastisitas. Sedangkan jika tidak sama disebut heteroskedastisitas.

2) Analisis Regresi Linier Sederhana

Metode yang digunakan penulis dalam penelitian ini adalah regresi sederhana. Persamaan regresi ini bertujuan untuk memprediksi besar variabel terikat dengan variabel bebas yang telah diketahui besarnya. Metode ini digunakan untuk menganalisis kontribusi.

Adapun regresi linier sederhana dapat dirumuskan sebagai berikut :

Y= a + bx

Dengan :

X : E- Service Quality

Y: Minat pembelian

A: Konstanta

B: Angka arah koefisien regresi

Uji koefisien determinan (r square / r^2)

Koefisien determinasi adalah suatu nilai yang menggambarkan seberapa besar perubahan atau variabel dari variabel terikat bisa dijelaskan oleh perubahan atau variasi dari variabel bebas. Dengan mengetahui nilai koefisien determinasi, peneliti dapat menjelaskan kebaikan dari model regresi dalam memprediksi variabel terikat. Semakin besar nilai r *square* maka semakin baik model tersebut. Nilai r *square* dikatakan baik jika diatas 0,5 karena nilai r *square* berkisar antara 0 sampai 1. Jika nilai r mendekati 1, maka pengaruh variabel X terhadap variabel Y sangat besar. Sebaliknya jika nilai r menjauhi angka 1 maka pengaruh variabel X terhadap variabel Y sangat kecil (Kadir, 2010)

3) Statistik Deskriptif

Menurut Sugiyono, (2013) analisis statistik deskriptif bertujuan untuk menjelaskan tentang gambaran yang diteliti melalui data sampel tanpa melakukan analisis dan membuat kesimpulan yang berlaku umum. Analisis statistik deskriptif meliputi rata-rata (*mean*), standar deviasi, nilai maksimum, nilai minimum. Untuk mengintepretasikan hasil penelitian maka data skor yang diperoleh dikonversikan kedalam kategori *Continous Rating Scale* (CRS) dengan menggunakan pedoman konversi skor sebagai berikut:

Tabel 3.6

Pedoman Konversi Skor

Skor	**Rumus Konversi**	**Kategori**
1	X > mi + 1 (sdi)	Tinggi
2	Mi - 1 sdi ≤ X ≤ mi + 1 (sdi)	Sedang
3	X < mi - 1 (sdi)	Rendah

Keterangan:

X = jumlah skor

Sdi = standar deviasi ideal

= 1/6 (skor maksimal ideal - skor minimal ideal)

Mi = mean ideal

= ½ (skor maksimal ideal + skor minimal ideal)

4) Pengujian Secara Parsial (Uji-T)

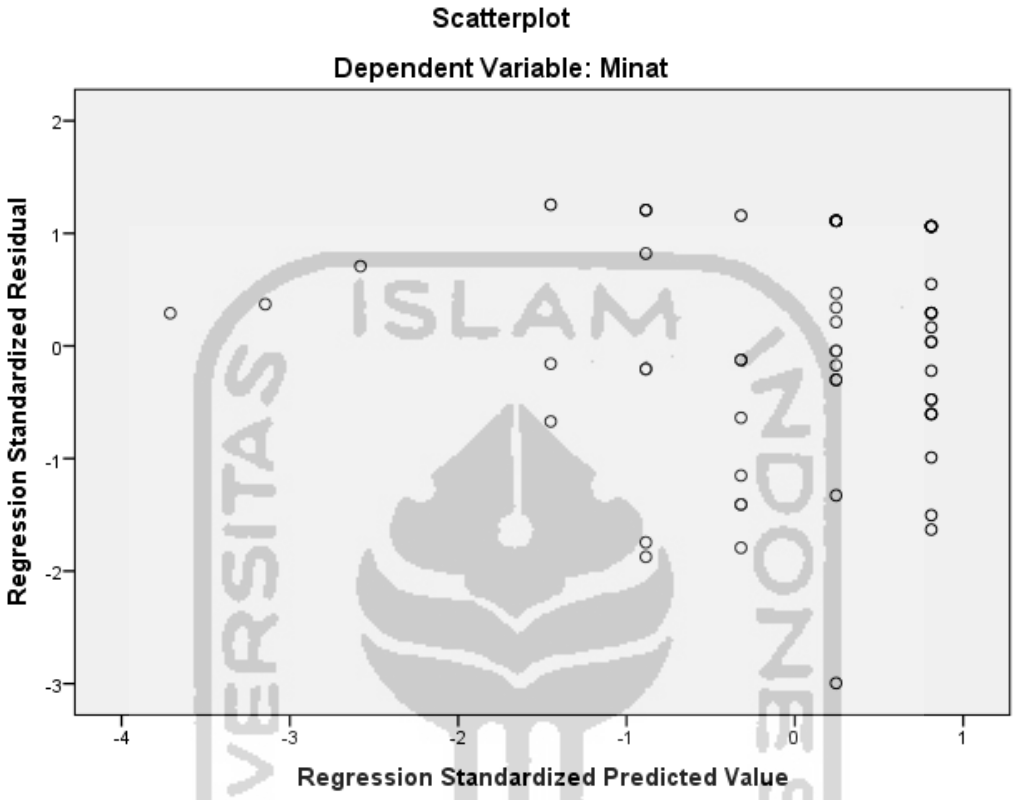
Uji stastistik t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel *independen* secara individual dalam menerangkan variabel *dependen*. Pengujian dilakukan dengan menggunakan *significance level* 0,05 dan 0,10 (α=5%, α=10%). Penerimaan atau penolakan hipotesis dilakukan dengan kriteria sebagai berikut:

a. Merumuskan hipotesis operasional yaitu Ho dan Ha
   Ho : tidak ada pengaruh positif variabel bebas (X) secara parsial terhadap variabel terikat (Y)
   Ha : ada pengaruh positif variabel bebas (X) secara parsial terhadap variabel terikat (Y)
b. Menetapkan taraf signifikansi (α) yaitu α = 5%
   Jika p ≥ α : Ho diterima dan Ha ditolak
   Jika p < α : Ho ditolak dan Ha diterima
c. Jika nilai signifikan > 0,05 atau > 0,10 maka hipotesis ditolak (koefisien regresi tidak signifikan). Hal ini berarti bahwa secara parsial variabel *independen* tersebut tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel *dependen*. (Ayu Septi Anggraeni, 2011)
d. Jika nilai signifikan ≤ 0,05 atau ≤ 0,10 maka hipotesis diterima (koefisien regresi signifikan). Hal ini berarti secara parsial variabel *independen* tersebut mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel *dependen.*

5) Uji Simultan Dengan *F-Test*

Uji *f-test* bertujuan untuk mengetahui pengaruh bersama-sama (simultan) variabel independen terhadap variabel dependen. Hasil *f-test* ini pada output SPSS dapat dilihat pada tabel anova. Hasil *f-test* menunjukkan variabel independen secara bersama-sama berpengaruh terhadap variabel dependen jika p-*value* (pada kolom sig) lebih kecil dari *level of significant* yang ditentukan, atau f hitung (pada kolom f) lebih besar dari f tabel. F tabel

dihitung dengan cara df1= k-1 dan df2 = n-k, adalah jumlah variabel dependen dan independen. (Kadir, 2010).



BAB IV
ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

A. FIAI UII

1. Cikal Bakal FIAI

Fakultas Ilmu Agama Islam (FIAI) Universitas Islam Indonesia merupakan gabungan dari 2 (dua) fakultas, yaitu Fakultas Syari'ah dan Tarbiyah. Kedua fakultas tersebut merupakan embrio Fakultas Agama yang dibuka pada periode transisi. Yaitu ketika terjadi perubahan nama dari Sekolah Tinggi Islam (STI) yang didirikan pada tanggal 8 Juli 1945 menjadi Universitas Islam Indonesia (UII). Perubahan nama terjadi pada tanggal 27 Rajab 1367 H atau tanggal 10 Maret 1948 M.

Saat itu Universitas Islam Indonesia telah memiliki 4 (empat) fakultas, yaitu:

- Fakultas Agama
- Fakultas Hukum
- Fakultas Pendidikan
- Fakultas Ekonomi

a) Pengambilalihan Fakultas oleh Pemerintah

Pada tahun 1950 Pemerintah RI memberikan penghargaan kepada golongan nasionalis. Sehingga didirikanlah Universitas Gajah Mada dengan mengambil alih dari Fakultas Pendidikan Universitas Islam Indonesia. Dimana dalam perkembangan selanjutnya menjadi Institut Keguruan Ilmu Pendidikan (IKIP) Negeri Yogyakarta (sekarang Universitas Negeri Yogyakarta). Pemerintah juga memberikan penghargaan kepada umat Islam, sehingga didirikan Perguruan Tinggi Agama Islam Negeri (PTAIN). PTAIN itu sendiri embrionya diambil dari Fakultas Agama Universitas Islam Indonesia berdasarkan Peraturan Pemerintah No. 34 Tahun 1950 pada tahun 1961 UII membuka kembali

.

fakultas agama, yaitu Fakultas Syari'ah dan Fakultas Tarbiyah. Kedua fakultas tersebut kemudian memperoleh status diakui pada program Sarjana Muda berdasarkan SK Menteri Agama RI Nomor: 16 Tahun 1963. Sedangkan status disamakan untuk program Sarjana baru diperoleh pada tahun 1990. Hal tersebut sekaligus pemberian status tertinggi pertama bagi Perguruan Tinggi Agama Islam Swasta di Indonesia. Status disamakan untuk program Sarjana berdasarkan SK Menteri Agama RI Nomor: 84 Tahun 1990, tanggal 26 Mei 1990.

b) Lahirnya FIAI

Perkembangan berikutnya, kedua Fakultas Tarbiyah dan Syari'ah digabung menjadi satu fakultas yaitu Fakultas Ilmu Agama Islam. Terjemahan dalam bahasa Arab adalah Kulliyah al-Dirasat al-Islamiyah. Sedangkan dalam bahasa Inggris adalah Faculty of Islamic Studies. Penggabungan berdasarkan Ketetapan Dewan Pengurus Badan Wakaf Ull Nomor VI TAP/DP/1997. Dan diberlakukan 1 April 1998, mulai kepengurusan fakultas priode 1998-2001. Penggabungan ini dimaksudkan agar pengelolaan studi-studi keislaman (kurikuler) serta penentuan kualifikasi dosennya di lingkungan UII menjadi tugas dan tanggungjawab FIAI.

Sejalan dengan tuntutan mutu pengelolaan perguruan tinggi, maka kedua program studi FIAI; program studi Pendidikan Agama Islam dan Syariah/Ahwal Al-Syakhshiyyah/Hukum Islam pada tahun 2015 telah memperoleh perpanjangan akreditasi. Perpanjangan Akreditasi dengan nilai A (Baik Sekali) dari Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi berdasarkan SK BAN PT No. 112/SK/BAN-PT/Akred/S/III/2015 dan No. 502/SK/BAN-PT/Akred/S/V/2015.

c) Pembukaan Program Studi Ekonomi Islam (EKIS)

Untuk merespon tuntutan masyarakat (pasar kerja), pada tahun akademik 2003/2004 telah dibuka program studi Ekonomi Islam (Ekis). Pembukaan prodi Ekis dengan legalitas SK Direktorat Jenderal Kelembagaan Agama

Islam Departemen Agama RI No. DJ/178/03. Kemudian pada tahun 2008 diperpanjang dengan mendapat legalitas No. Dj/Dt.I.IV/HK.00.5/49/2008 tanggal 24 Juni 2008. Pada tahun 2009 telah mendapatkan status akreditasi B dengan nilai 346 berdasarkan SK BAN-PT No. 001/BAN-PT/Ak-VII/S1/III/2009 tanggal 14 Maret 2009 dan diperpanjang dengan SK No. 372/SK/BAN-PT/Akred/S/IX/2014. Kemudian pada tahun 2019, Program Studi Ekonomi Islam memperoleh status akreditasi A berdasarkan SK BAN-PT No. 2685/SK/BAN-PT/Akred/S/VII/2019 dan berlaku mulai 30 Juli 2019 hingga 30 Juli 2024.

Dengan demikian sejak tahun akademik 2003/2004 FIAI UII memiliki 3 (tiga) program studi. Ketiga program studi tersebut yaitu:

- Ekonomi Islam
- Syariah / Ahwal Al-Syakhshiyyah / Hukum Islam
- Pendidikan Agama Islam.

2. Prodi Ekonomi Islam

Prodi ini memberikan kompetensi dan gagasan sebagai disiplin ilmu Ekonomi Islam yang mampu menerapkan dalam kegiatan perekonomian, mewujudkan usahawan yang handal (Amanah, Profesional, Istiqomah dan Komunikatif [APIK]) dan memberikan kontribusi dalam bentuk pendidikan, sosialisasi, konsultasi, implementasi serta menjadi SDM yang berguna dan profesional di bidangnya.

a) Visi dan Misi

Visi: "Menjadi Program Studi Unggulan di Bidang Ekonomi, Keuangan

dan Bisnis Islam di Level Asia Pada Tahun 2025"

Misi:

- Meningkatkan Pendidikan Berkualitas di Bidang Keuangan dan Perbankan Islam, Keuangan Publik Islam, dan Bisnis Islam.
- Mengembangkan Penelitian di Bidang Ekonomi, Keuangan dan Bisnis Islam yang Berbasis Ilmu Pengetahuan, Teknologi, dan Seni (IPTEKS).

- Meningkatkan kualitas program pengabdian masyarakat di bidang Ekonomi, Keuangan dan Bisnis Islam dalam mensejahterakan dan memberdayakan Ummat.
- Menyebarluaskan Da'wah Islamiyah Khususnya di Bidang Ekonomi, Keuangan dan Bisnis Islam.

b) Keunggulan

- Program Studi Ekonomi Islam yang mendapat izin operasional pertama kali, dijadikan model dalam blue print Studi Ekonomi Islam di Indonesia
- Benchmark pada kurikulum Al-Azhar University Cairo, IIUM dan IIU Islamabad Pakistan dan University of Malaya
- Lulusan berpeluang menjadi manajer Lembaga Keuangan Syariah (LKS), Akademisi, Praktisi Ekonomi, Keuangan dan Perbankan Syariah, dan Wirausaha

3. Prodi Syariah / Ahwal Al-Syakhshiyyah / Hukum Islam

Berdiri tahun 1961 berdasarkan Surat Keterangan No. 114/A.I/PH/88 pada tanggal 27 Agustus 1988. SK Pendirian No. 16 Tahun 1963 tertanggal 12 Januari 1963. SK Penyelenggaraan No. Dj.I/139/2010 tertanggal 15 Maret 2010. Prodi ini memiliki konsep dan pengalaman yang matang untuk dapat melahirkan lulusan yang berkarakter. Dengan miliu belajar-mengajar yang penuh semangat dan potensi dalam mengembangkan inovasi, kami berkomitmen dalam mendidik mahasiswa untuk dapat menjadi pemimpin bangsa berkarakter rahmatan lil `alamin.

a) Visi dan Misi

Visi: "Unggul dan kompetitif dalam bidang hukum islam yang berkarakter rahmatan lil'alamin di Asia Tenggara pada Tahun 2030

"Misi :

- Menyelenggarakan pendidikan yang unggul dan kompetitif dalam bidang ilmu syari`ah atau hukum keluarga dan mengembangkan keterampilan serta profesi dalam bidang hukum keluarga.

- Menyelenggarakan penelitian berkelanjutan dalam bidang ilmu syari`ah atau hukum keluarga secara khusus baik berupa pemikiran, kajian normatif, dan yang dipraktikkan di masyarakat.
- Menyelenggarakan pengabdian kepada masyarakat berdasarkan hasil pembelajaran dan penelitian dalam bidang ilmu syari`ah atau hukum keluarga secara umum untuk meningkatkan pemahaman dan kesadaran di masyarakat yang penuh kelembutan, kasih sayang, dan kedamaian.
- Menyelenggarakan program Dakwah Islamiyah dalam bidang hukum keluarga untuk meningkatkan kualitas hidup berbangsa dan bernegara yang penuh kelembutan, kasih sayang, dan kedamaian.
- Pengembangan kerja sama di tingkat Asia Tenggara dan internasional dalam bidang hukum keluarga untuk meningkatkan mutu pendidikan, penelitian, pengabdian dan Dakwah Islamiyah.

b) Tujuan

- Menghasilkan lulusan yang memiliki keahlian teoretis dan praktis dalam bidang hukum keluarga terutama di lembaga peradilan di Indonesia, baik sebagai hakim, panitera, atau juru sita.
- Menghasilkan lulusan yang memiliki keahlian teoretis dan praktis dalam bidang hukum keluarga sebagai pelaksana teknis di lingkungan Kementerian Agama Republik Indonesia, khususnya sebagai Penghulu, Pegawai Pencatat Nikah (PPN), Pejabat Pembuat Akta Ikrar Wakaf (PPAIW), dan bidang Urusan Agama Islam serta Pembinaan Syari`ah yang meliputi hisab rukyat, zakat, infaq, shadaqah, wakaf, dan baitul mal.
- Menghasilkan lulusan yang memiliki keahlian dan ketrampilan yang kompetitif dalam bidang Hukum Keluarga terutama pada profesi sebagai konsultan hukum dan ekonomi syari`ah, advokat dan mediator yang kompetitif secara nasional dan internasional.
- Menghasilkan lulusan yang memiliki wawasan dan pengetahuan dalam bidang hukum keluarga yang mengedepankan nilai-nilai

kelembutan, kasih sayang, dan kedamaian secara global di Asia Tenggara dan internasional.

4. Prodi Pendidikan Agama Islam

Komponen dari tujuan pendirian Sekolah Tinggi Islam (STI) yang berdiri pada tanggal 8 Juli 1945, yaitu mengadakan perguruan tinggi yang memberikan pelajaran. Pendidikan tinggi tentang ilmu-ilmu agama Islam. Ilmu-ilmu masyarakat agar menjadi pusat penyiaran agama dan memberikan pengaruh Islam di Indonesia;Menjadi bagian dari Fakultas Agama STI yang berubah nama menjadi Universitas Islam Indonesia (UII) sejak tanggal 27 Rajab 1367 H atau tanggal 10 Maret 1948. Menjadi Fakultas sendiri di bawah UII sejak tahun 1961 sampai dengan 1998. Menjadi Program Studi Pendidikan Agama Islam di bawah FIAI.

Program Studi PAI juga selalu melakukan pengembangan kurikulum, terakhir dilakukan dengan merujuk pada Peraturan Presiden (Perpres) Republik Indonesia Nomor 8 tahun 2012 tentang Kerangka Kualifikasi Nasional Indonesia (KKNI) dan Peraturan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan (Permendikbud) RI Nomor 73 tahun 2013 tentang Penerapan Kerangka Kualifikasi Nasional Indonesia Bidang Pendidikan Tinggi.

a) Visi dan Misi

Visi: "Menjadi inspirator pengembangan pendidikan dan keguruan agama Islam yang berkualitas, profesional dan kompetitif di Asia Tenggara pada tahun 2026"

Misi:

- Menyiapkan pendidik dan konsultan profesional dalam bidang pendidikan agama Islam yang memiliki integritas dan komitmen terhadap keunggulan kompetensi, kompetitif dan inovatif.
- Menyiapkan lulusan yang berkompeten dalam pendidikan dan keguruan pendidikan agama Islam dengan kekhasan Credible, Capable, Confidence, Communicative dan Uswah.

- Mengembangkan ilmu pendidikan Islam melalui pengajaran, penelitian, pengabdian pada masyarakat dan dakwah Islamiyah sebagai perwujudan Catur Dharma.

b) Tujuan

PAI FIAI UII yang ingin diwujudkan adalah menghasilkan lulusan yang memiliki kriteria sebagai berikut:

- Credible, yang berarti lulusan dapat dipercaya, memiliki tanggung jawab dan berkompeten di bidang pendidikan agama Islam.
- Capable, yang berarti lulusan memiliki kecakapan dan keterampilan keguruan yang profesional.
- Confidence, yang berarti lulusan memiliki rasa percaya diri dan mampu mengaktualkan potensinya.
- Communicative, yang berarti lulusan mampu berkomunikasi secara efektif, persuasif dan responsif.

B. Kopertais

Kopertais merupakan kepanjangan dari Direktorat Jenderal Pendidikan Islam Kementerian Agama Republik Indonesia. Karena Kopertais merupakan kepanjangan dari Dirjen Pendis maka visi, misi, dan tujuannya mengacu ke peraturan yang ada di Dirjen Pendis kemenag RI dengan menyesuaikan lingkup Daerah Istimewa Yogyakarta. Keputusan Direktur Jenderal Pendidikan Islam No: 7341 Tahun 2019 Tentang Tugas, dan Fungsi Koordinatorat Perguruan Tinggi Keagamaan Islam Swasta, menetapkan tugas dan fungsi Koordinatorat Perguruan Tinggi Keagamaan Islam Swasta (Koordinatorat PTKIS) untuk membantu Direktur Jenderal Pendidikan Islam dalam melaksanakan teknis pengawasan, peningkatan mutu, pembinaan, dan pemberdayaan Perguruan Tinggi Keagamaan Islam dalam bidang kelembagaan, akademik, ketenagaan, sarana dan prasarana.

1. Dalam hal pengawasan, Kordinatorat PTKIS bertugas :

1. Melakukan pengawasan penyelenggaraan Tri Dharma Perguruan Tinggi pada PTKIS sesuai Standar Nasional Pendidikan Tinggi

Keagamaan, indikator kinerja tambahan, dan peraturan perundangan-undangan yang berlaku

2. Melakukan pengawasan transaksi akademik pada Pangkalan Data Perguruan Tinggi
3. Melakukan pengawasan terhadap keberlangsungan penelitian dan publikasi ilmiah
4. Memberi peringatan kepada PTKIS yang melakukan pelanggaran dan melaporkan kepada Direktur Jenderal Pendidikan Islam
5. Memberi rekomendasi atau pertimbangan tindak lanjut dan/ atau sanksi terhadap PTKIS yang dinilai menyimpang kepada Direktur Jenderal Pendidikan Islam

2. Dalam Hal Pningkatan Mutu, Koordinatorat PTKIS Bertugas :

1. Memberi rekomendasi pendirian, perubahan bentuk, perubahan pengelolaan, perubahan domisili, perubahan nama, dan pencabutan izin PTKIS
2. Memberi rekomendasi pembukaan dan penutupan program studi pada PTKIS
3. Memberi rekomendasi pengajuan bantuan
4. Menghentikan sementara tunjangan profesi bagi dosen PTKIS yang sedang menerima beasiswa multiyears dan atau pegawai penuh waktu di instansi lain
5. Menerima dan melakukan penilaian laporan Beban Kerja Dosen PTKIS setiap semester, dan melaporkan kepada Direktur Jenderal Pendidikan Islam
6. Melakukan penilaian angka kredit jabatan fungsional dosen PTKIS dan melakukan inpassing dosen
7. Melakukan pendampingan terhadap PTKIS untuk meningkatkan peringkat akreditasi perguruan tinggi dan program studi
8. Melakukan pendampingan dalam pengembangan kurikulum program studi di PTKIS

3. Dalam Hal Pembinaanm, Koordinatorat PTKIS Bertugas :

1. Menganalisis kelemahan PTKIS dalam rangka penyelenggaraan pendidikan yang bermutu
2. Mendorong tumbuhnya sikap moderat seluruh civitas akademika PTKIS
3. Melakukan penguatan manajemen kelembagaan PTKIS
4. Memastikan rasio dosen berdasarkan nisbah/rasio program studi dan mahasiswa
5. Mendorong percepatan submit borang akreditasi PTKIS 6 (enam) bulan sebelum masa berlakunya habis
6. Meningkatkan mutu sumber daya manusia, sarana dan prasarana, sesuai platform hasil analisis kelemahan PTKIS dimaksud
7. Melaporkan kepada Direktur Jenderal Pendidikan Islam tentang program pembinaan PTKIS
8. Memberikan pertimbangan tindak lanjut tentang usaha pembinaan PTKIS

4. Dalam Hal Pemberdayaan

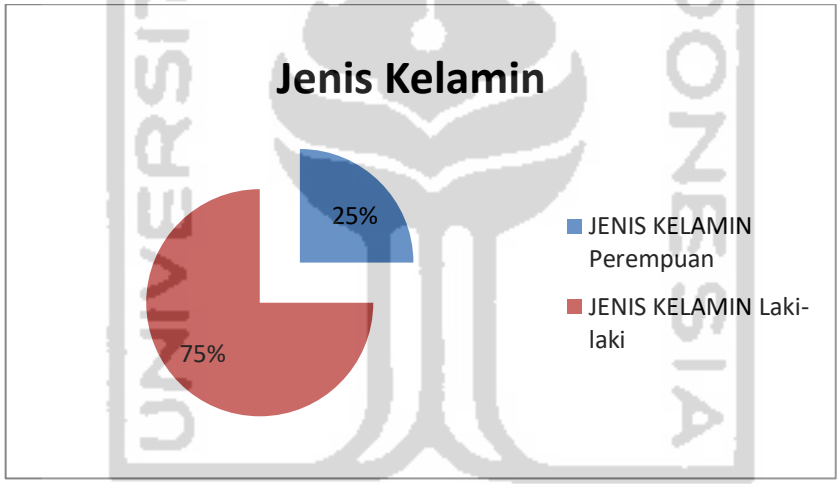
1. Melakukan sosialisasi tentang program peningkatan kompetensi dosen PTKIS
2. Menyiapkan layanan PTKIS berbasis aplikasi/paperless
3. Melakukan validasi data calon penerima tunjangan sertifikasi dosen
4. Memastikan hak dan kewajiban dosen di masing-masing PTKIS
5. Menerima dan melakukan validasi data calon mahasiswa penerima beasiswa di PTKIS
6. Menyarankan PTKIS menyiapkan dana penelitian dosen PTKIS
7. Melaporkan kepada Direktur Jenderal Pendidikan Islam tentang PTKIS yang tidak melakukan pemberdayaan kepada seluruh sivitas akademika PTKIS
8. Memberikan pertimbangan tindak lanjut dan sanksi terhadap PTKIS yang dinilai tidak memberdayakan sivitas akademika PTKIS kepada Direktur Jenderal Pendidikan Islam

C. Analisis Karakteristik Profil Responden

Berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh, ada beberapa gambaran mengenai karakteristik dari Dosen FIAI KOPERTAIS yang dijadikan sebagai responden dalam penggalian data dengan menggunakan koesioner atau angket. Dalam penelitian ini, peneliti menggambarkan karakteristik responden tersebut berdasarkan jenis kelamin, agama, usia, tingkat dan pendidikan terakhir.

1. Jenis kelamin

Berdasarkan hasil distribusi frekuensi karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin yang dijadikan sebuah sampel dalam penelitian ini, dimana karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin dijelaskan dalam gambar sebagai berikut:

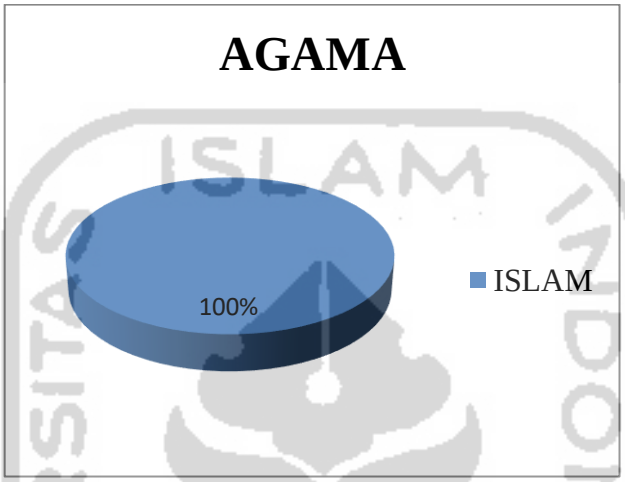


Gambar 4.4
Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Berdasarkan gambar 4.4 diatas, dapat disimpulkan bahwa karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin dari Dosen Fiai Kopertais yaitu yang berjenis kelamin laki-laki ada sebanyak 45 orang atau sebanyak 75% dari jumlah responden, sedangkan yang berjenis kelamin perempuan ada sebanyak 15 orang atau sebanyak 25% dari jumlah responden. Dengan hasil tersebut maka karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin yang paling dominan nyaitu jenis kelamin laki-laki yang dibuktikan dengan nilai persentasi responden yang paling tinggi.

2. Agama

Berdasarkan hasil distribusi frekuensi karakteristik responden berdasarkan agama yang dijadikan sebuah sampel dalam penelitian ini, dimana karakteristik responden berdasarkan agama dijelaskan dalam gambar sebagai Berikut:



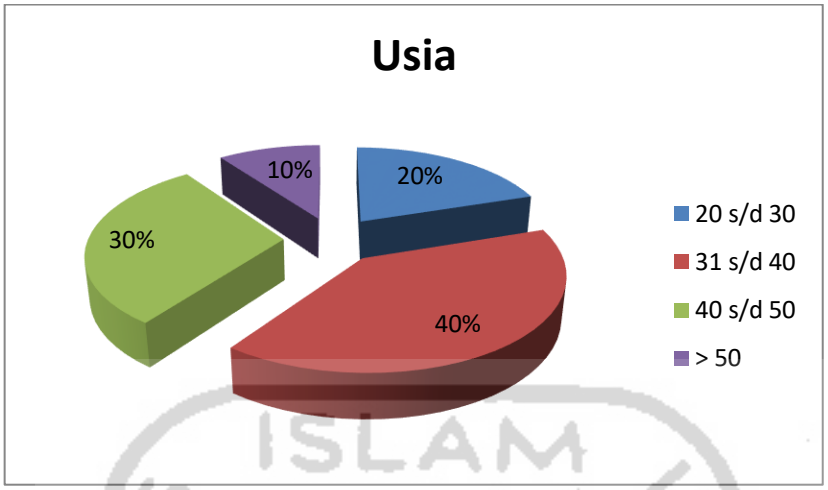
Gambar 4.5

Karakteristik Responden Berdasarkan Agama

Berdasarkan gambar 4.5 diatas, dapat disimpulkan bahwa karakteristik responden berdasarkan agama dari Dosen FIAI KOPERTAIS yaitu semua responden yang dijadikan sampel dalam penelitian ini beragama islam yang dibuktikan oleh jumlah persentasinya sebesar 100%.

1. Usia

Berdasarkan hasil distribusi frekuensi karakteristik responden berdasarkan usia yang dijadikan sampel dalam penelitian ini, dimana karakteristik responden berdasarkan usia dijelaskan dalam gambar sebagai berikut:



Gambar 4.6

Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Berdasarkan gambar 4.6 diatas, dapat disimpulkan bahwa karakteristik responden berdasarkan usia dari Dosen FIAI KOPERTAIS yaitu responden yang berusia 20-30 tahun sebanya 12 orang atau 20% dari jumlah responden, responden yang berusia 31-40 tahun sebanyak 24 orang atau 40% dari jumlah responden, responden yang berusia 40-50 tahun sebanyak 18 orang atau 30% dari jumlah responden. responden yang berusia >50 tahun sebanyak 6 orang atau 10% dari jumlah responden Dengan hasil tersebut maka karakteristik responden berdasarkan usia yang paling dominan yaitu Dosen yang berusia 31-40 tahun yang dibuktikan dengan nilai persentasi responden yang lebih tinggi.

2. Tingkat pendidikan terakhir

Berdasarkan hasil distribusi frekuensi karakteristik responden berdasarkan tingkat pendidikan terakhir yang dijadikan sebuah sampel dalam penelitian ini, dimana karakteristik responden berdasarkan tingkat pendidikan terakhir dijelaskan dalam gambar sebagai berikut:



Gambar 4.7

Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

Berdasarkan gambar 4.7 diatas, maka dapat diketahui bahwa karakteristik responden berdasarkan tingkat pendidikan terakhir dari Dosen FIAI KOPERTAIS adalah responden yang memiliki tingkat pendidikan S2 adalah 48 orang atau 80% dari jumlah responden, responden yang memiliki tingkat pendidikan S3 adalah 12 orang atau 20% dari jumlah responden, dari jumlah responden. Dengan hasil tersebut maka karakteristik responden berdasarkan pendidikan terakhir yang paling dominan yaitu tingat S2 yang dibuktikan dengan nilai persentasi responden yang lebih tinggi.

D. Analisis Statistik Deskripsi

Analisis deskripsi ini merupakan analisis terhadap variabel dependen dan variabel independen. Berdasarkan hasil penyebaran kuesioner diperoleh data mengenai tanggapan responden terhadap variabel yang digunakan dalam penelitian ini. Dalam penelitian analisis terhadap variabel dependen dan independen dibagi menjadi tiga klasifikasi yaitu tinggi, sedang, rendah.

Tabel 4.1

Deskriptif variabel

Variabel	N	Minimum	Maksimum	Mean	Std. Deviasi
Pengetahuan Produk (X1)	60	8	16	14,65	1,645
Minat Menabung (Y)	60	4	40	31.66	7,504

Berdasarkan hasil penyebaran kuesioner diperoleh juga data mengenai tanggapan responden. Adapun data selengkapnya adalah sebagai berikut :

1. Tanggapan Responden Terhadap Pengetahuan Produk

Setelah dilakukan analisis statistik deskriptif dengan SPSS 21 diperoleh sebuah hasil yang menjelaskan tanggapan responden terhadap deskriptif sebagai berikut:

Skor minimum : 8

Skor maksimum : 16

Mean : 14,65

Nilai sdi : 1,645

Dengan persamaan

Tinggi = X > mi + 1 (sdi)

= X ≥ (14,65) + 1(1,645)

= X ≥ 16,295

Sedang = mi - 1 sdi ≤ X ≤ mi + 1 (sdi)

= (14,65) – 1 (1,645) ≤ X < (14,65) + 1(1,645) atau

= 13.005 ≤ X < 16,295

Rendah = X < mi - 1 (sdi)

= X ≤ (14,65) – 1 (1,645) atau

= X ≤ 13,005

Tabel 4.2

Tanggapan Responden Terhadap Pengetahuan Produk

Tanggapan responden	Jumlah	Persentasi(%)
Sangat baik	23	38
Cukup baik	24	40
Kurang baik	13	22
Jumlah	60	100

Berdasarkan tabel 4.2 di atas dapat diketahui bahwa tanggapan responden terhadap Pengetahuan Produk dalam ketegori sangat baik, ada sebanyak 23 orang atau sebesar 38% dari jumlah total responden yang ada, kemudian diikuti oleh kategori cukup baik, ada sebanyak 24 orang atau 40% dari jumlah total responden yang ada, dan yang terakhir dalam kategori kurang baik, ada sebanyak 13 orang atau 22% dari jumlah responden yang ada. Berdasarkan

dari hasil perolehan tersebut, dapat disimpulkan bahwa tanggapan dari responden terhadap pengetahuan produk yang mendominasi atau yang paling tinggi perolehannya yaitu dalam kategori *cukup baik*, dimana nilai yang diperoleh sebesar 24 orang yang memilih kategori cukup baik tersebut.

2. Tanggapan Responden Terhadap Minat Menabung

Setelah dilakukan analisis statistik deskriptif dengan SPPS 21 diperoleh hasil yang menjelaskan tanggapan responden terhadap Minat Menabung.

Skor minimum : 4

Skor maksimum : 40

Mean : 31,66

Nilai sdi : 7,504

Dengan persamaan

Tinggi = X > mi + 1 (sdi)

= X ≥ (31,66) + 1(7,504) atau

= X ≥ 39,164

Sedang = mi - 1 sdi ≤ X ≤ mi + 1 (sdi)

= (31,66) – 1 (7,504) ≤ X < (31,66) + 1(7,504) atau

= 24.156 ≤ X < 39,164

Rendah = X < mi - 1 (sdi)

= X ≤ (31,66) – 1 (7,504) atau

= X ≤ 24,156

Tabel 4.3

Tanggapan Responden Terhadap Minat Menabung

Tanggapan responden	Jumlah	Persentasi(%)
Sangat baik	17	28
Cukup baik	32	53
Kurang baik	11	19
Jumlah	60	100

Berdasarkan tabel 4.3 di atas dapat diketahui bahwa tanggapan responden terhadap Minat Menabung dalam ketegori sangat baik, ada

sebanyak 17 orang atau sebesar 28% dari jumlah total responden yang ada, kemudian diikuti oleh kategori cukup baik, ada sebanyak 32 orang atau 53% dari jumlah total responden yang ada, dan yang terakhir dalam kategori kurang baik, ada sebanyak 11 orang atau 19% dari jumlah responden yang ada. Berdasarkan dari hasil perolehan tersebut, dapat disimpulkan bahwa tanggapan dari responden terhadap Minat Menabung yang mendominasi atau yang paling tinggi perolehannya yaitu dalam kategori *cukup baik*, dimana nilai yang diperoleh sebesar 32 orang memilih kategori cukup baik tersebut.

E. Uji Asumsi Klasik

a. Uji normalitas

Tabel 4.5
Uji normalitas

	Unstandardized residual
Asymp. Sig. (2-tailed)	0,181

Berdasarkan hasil output SPSS 21 diatas menunjukkan bahwa nilai signifikansi sebesar 0,181 lebih besar dari 0,05. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa data yang diuji berdistribusi normal.

b. Uji multikolinearitas

Tabel 4.6
Uji multikolinearitas

Model	Collinearity statistics	
	Tolerance	VIF
Pengetahuan Produk	1.000	1.000

Berdasarkan hasil uji multikolinearitas diatas, dapat disimpulkan bahwa nilai tolerance pada variabel Pengetahuan Produk bank syariah lebih besar dari 0,1 dan nilai VIF variabel Pengetahuan Produk kurang dari 10,0 dengan demikian tidak terjadi multikolinearitas terhadap data yang diuji.

c. Uji autokorelasi

Tabel 4.7
Uji autokorelasi
Model Summary[b]

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,579[a]	,335	,324	6,172	1,622

a. Predictors: (Constant), pengetahuan produk
b. Dependent Variable: minat menabung

Berdasarkan hasil dari uji autokorelasi nilai durbin watson hitung adalah sebesar 1,622. Dimana nilai tersebut kurang dari nilai DL pada K=1 dan T=60. Nilai DL pada K=1 dan T=60 berdasarkan tabel durbin watson adalah sebesar 1,.549 sedangkan DU sebesar 1.618 sehingga terdapat autokorelasi positif.

d. Uji heteroskedasitas

Tabel 4.8

Uji heteroskedasitas

Model	Sig
Pengetahuan Produk	0,077

Berdasarkan hasil uji heteroskedasitas diatas, dapat disimpulkan bahwa nilai signifikan pada variabel Pengetahuan Produk lebih besar dari 0,05 yang artinya data yang di uji tidak terjadi heteroskedasitas

F. Analisis Regresi Linier sederhana

Untuk menguji pengaruh pengetahuan produk perbankan syariah terhadap minat deosen fiai kopertais menabung di bank syariah digunakan analisis regresi linear sederhana. Dalam model analisis regresi linier sederhana akan diuji secara simultan (uji f) maupun secara parsial (uji t). Ketentuan uji signifikansi uji f dan uji t adalah sebagai berikut:

Menerima Ha: jika probabilitas (p) ≤ 0,05 artinya motivasi kerja islam dan lingkungan kerja secara simultan maupun parsial memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kinerja karyawan.

Tabel 4.8

Hasil analisis regresi linier berganda

Variabel	B	T hitung	Sig t
(constant)	15,519		
Pengetahuan Produk	1,058	2,026	0,047
F hitung	4,105		
Sig f	0,047		

R square	0,066		

Berdasarkan hasil perhitungan analisis weighted least squares maka secara matematis dapat ditulis ke dalam persamaan sebagai berikut :

$$Y= 15,519+ 2,026X_1 + e$$

Dimana :

Y = minat menabung

X1 = pengetahuan produk

Pada persamaan di atas ditunjukkan pengaruh variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y). Adapun arti dari koefisien regresi tersebut adalah sebagai berikut :

1. **Konstanta (b_0) = 15,519**
   Artinya jika nilai variabel motivasi kerja islam dan lingkungan kerja nol maka kinerja karyawan memiliki nilai sebesar **15,519.**

2. **Koefisien regresi b_1 = 1,058**
   Artinya jika nilai variabel pengetahuan produk naik satu poin maka minat menabung akan naik sebesar 1.058. Koefisien regresi b_1 bernilai positif yang artinya variabel pengetahuan produk (X_1) searah dengan variabel minat menabung (Y). Jika nilai pengetahuan produk semakin naik maka minat menabung semakin naik juga.

G. Uji hipotesis

1. Pengujian secara individu (uji t)

Menurut Ghozali, (2002) uji t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen. hipotesis yang digunakan :

Ho : tidak terdapat pengaruh antara pengethauna produk (X_1), terhadap Minat menabung dosen fiai kopertais di bank syariah

Ha : terdapat pengaruh antara pengetahuan produk (X_1), terhadap Minat menabung dosen fiai kopertais di bank syariah

Kriteria pengujian :

Jika p-value > 0,05 maka Ho diterima dan ha ditolak

Jika p-value < 0,05 maka Ho ditolak atau ha diterima

Diketahui nilai sig pada variabel pengetahuan produk bank syariah sebesar 0,047. Dimana nilai sig lebih kecil dari nilai probilitas 0,05 atau bisa ditulis 0,000<0,05, maka Ha diterima dan Ho ditolak. Jadi dapat disimpulkan bahwa pengetahuan produk perbankan memiliki pengaruh signifikan terhadap minat menabung dosen fiai kopertais di bank syariah..

2. Pengujian secara simultan (uji f)

Untuk menguji pengaruh secara simultan digunakan uji f. Uji *f-test* bertujuan untuk mengetahui pengaruh bersama-sama (simultan) variabel independen terhadap variabel dependen.

Ho : tidak terdapat pengaruh antara pengetahuan produk (X_1) terhadap minat

dosen fiai kopertais menabung di bank syariah

Ha : terdapat pengaruh secara bersamaan antara pengetahuan produk (X_1) terhadap minat dosen fiai kopertais menabung dibank syariah

Kriteria pengujian :

Jika p-value > 0,05 maka Ho diterima dan ha ditolak

Jika p-value < 0,05 maka Ho ditolak atau ha diterima

Diketahui nilai sig f 0,047. Nilai sig f lebih kecil dari nilai probilitas 0,05 atau nilai 0,047<0,05, maka Ha diterima dan H0 ditolak. Jadi dapat disimpulkan bahwa pengetahuan produk perbankan syariah memiliki pengaruh signifikan terhadap minat dosen fiai kopertais menabung di bank syariah.

3. Koefisien determinasi (r square / r^2)

Koefisien determinasi (r square/r^2) digunakan sebagai alat analisis untuk menunjukkan besarnya kontribusi dari variabel independen terhadap variabel dependen. Dari hasil pengujian diperoleh nilai koefisien determinasi (r square / r^2) sebesar 0,066 yang berarti kontribusi varian yang diberikan oleh Pengetahuan produk terhadap minat dosen fiai uii menabung dibank syariah sebesar 0,66% sedangkan sisanya sebesar 99,3% yang dipengaruhi oleh varian lain diluar model.

H. Pembahasan

1. Pengaruh Pengetahuan Produk Perbankan Syariah Terhadap Minat Menabung Dosen Fiai KOPERTAIS di Bank Syariah

Dari hasil yang diperoleh dalam pengujian secara parsial dalam tabel 4.8 antara variabel Pengetahuan Produk Perbankan Syariah (X_1) terhadap Minat Menabung Dosen Fiai KOPERTAIS di Bank Syariah (Y) diketahui bahwa nilai t sebesar 2,026 dengan nilai signifikan sebesar 0,047. Hasil ini membuktikan bahwa variabel Pengetahuan Produk Perbankan Syariah memiliki pengaruh terhadap Minat Menabung (Ha diterima dan Ho ditolak).

Jika dilihat dari hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa Pengetahuan Produk Perbankan Syariah mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap Minat Menabung Dosen Fiai KOPERTAIS di Bank Syariah. Hal ini mendukung dengan hasil penelitian Kristiyadi Sri Hartiyah (2016)

Dengan hal ini jika Pengetahuan Produk Perbankan Syariah semakin baik, maka Minat Menabung Dosen Fiai Kopertais di Bank Syariah akan semakin baik. Jika sebaliknya, Pengetahuan Produk Perbankan Syariah buruk atau Kurang maka Minat Menabung akan kurang juga. Pengetahuan adalah semua informasi yang dimiliki masyararakat mengenai berbagai macam produk dan jasa, serta pengetahuan lainnya yang terkait dengan

produk dan jasa koperasi syariah tersebut, dan informasi yang berhubungan dengan fungsinya sebagai Anggota (Sumarwan, 2011: 147).

Hal ini berhubungan dengan Minat menabung rasa lebih suka dan rasa ketertarikan pada suatu hal atau aktivitas tanpa ada yang menyuruh. Djaali (2013) Minat menurut Slameto (2010) adalah suatu rasa lebih suka dan rasa ketertarikan pada suatu hal atau aktifitas, tanpa ada yang menyuruh. Pendapat Djaali (2004) Minat adalah perasaan yang ingin tahu, mempelajari, mengagumi atau memiliki sesuatu.

BAB V
KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan dari analisis data dan pembahasan pada bab sebelumnya, dapat diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Dari hasil pengujian variabel secara parsial antara variable pengetahuan Produk perbankan syariah terhadap minat menabung dosen fiai kopertais di bank syariah dengan hasil nilai t sebesar 2,026 dengan nilai signifikan sebesar 0,047. Hasil ini membuktikan bahwa variabel pengetahuan produk perbankan syariah memiliki pengaruh terhadap minat menabung dosen fiai kopertais di bank syariah, dapat disimpulkan bahwa pengetahauan produk perbankan syariah mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap minat menabung dosen fiai kopertais dibank syariah. Dan tanggapan responden terhadap Pengetahuan produk perbankan syariah dalam ketegori sangat baik, ada sebanyak 23 orang atau sebesar 38% dari jumlah total responden yang ada, kemudian diikuti oleh kategori cukup baik, ada sebanyak 24 orang atau 40% dari jumlah total responden yang ada, dan yang terakhir dalam kategori kurang baik, ada sebanyak 13 orang atau 22% dari jumlah responden yang ada. Sedangak untuk tanggapan responden terhadan MInat menabung, dalam ketegori sangat baik, ada sebanyak 17 orang atau sebesar 28% dari jumlah total responden yang ada, kemudian diikuti oleh kategori cukup baik, ada sebanyak 32 orang atau 53% dari jumlah total responden yang ada, dan yang terakhir dalam kategori kurang baik, ada sebanyak 11 orang atau 19% dari jumlah responden yang ada. Berdasarkan dari hasil perolehan tersebut, dapat disimpulkan bahwa tanggapan dari responden terhadap Minat Menabung yang mendominasi atau yang paling tinggi perolehannya yaitu dalam kategori *cukup baik*, dimana nilai yang diperoleh sebesar 32 orang.

B. Saran

Dari hasil pembahasan sebelumnya, penulis ingin memberikan saran dari hasil penelitian ini, yaitu sebagai berikut :

Untuk meningkatkan minat masyarakat dan dosen fiai kopertais menabung dibank syariah maka pihak instansi atau bank syariah lebih meluaskan market dengan sosialisasi yg diselipkan edukasi-edukasi tentang produk perbankan syariah sehingga masyarakat yang awam akan lebih mengetahui tentang Produk perbankan syariah sehingga dapat menarik minat masyarakat untuk menabung dibank syariah.

Dengan demikian untuk penulis seterusnya dapat mengembangkan dengan bagaimana strategi sosialisasi di era teknologi untuk dapat mencapai jangkauan luas terkait detil pengetahuan produk perbankan syariah.

Daftar Pustaka

Christian, M., & Nuari, V. (2k;016). Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Konsumen Studi kasus : Belanja online Bhinneka.com. *Siasat Bisnis Vol 20*.

Fikri, S., Wiyani, W., & Swandargu, A. (2016). Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan dan Loyalitas Mahasiswa (Studi pada Strata I Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Merdeka Malang. *Jurnal Bisnis dan Manajemen Vol.3 No.1*.

Firnanda. (2018). *Pengaruh Pengetahuan Perbankan Syariah Dan Promosi Kalangan Siswa Jurusan Perbankan Syariah SMK Muhammadiyah 4 Sragen Terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah.* Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri Surakarta, Surakarta.

Hidayat, A. T., Elita, F. M., & Setiaman, A. (2012). Hubungan Antara Atribut Produk dengan Minat Beli Konsumen. *Jurnal Mahasiswa Universitas Padjadjaran Vol.1 No.1*.

Jenis dan Tipe Desain Penelitian. (2014). Retrieved from Tutorial Penelitian: http://tu.laporanpenelitian.com/2014/12/37.html

Jatun, R., & Magnadi, R H. (2015). Analasis Faktor-Faktor Yang Berpengaruh Terhadap Keputusan Nasabah Untuk Mengambil Pembiayaan Pada KOSPIN Jasa Pelayanan Syari'ah Pekalongan. *Diponegoro Journal Of Management,* 4 (2), 1-10.

Jonathan, H. (2013). Analisis Pengaruh E- Service Quality terhadap Customer Satisfaction yang Berdampak pada Customer Loyality PT. Bayu Buana Travel TBK. *Journal The WINNERS, Vol. 14 No. 2*.

Kimora, A. T. (2013). Pengaruh E- Service Quality Terhadap dan E- Recovery Terhadap E-Satisfaction Serta Implikasinya Pada E- Loyality Pelanggan

Maskapai Penerbangan Air Asia. *Jurnal Ekonomi, Bisnis & Entrepreneurship Vol. 7, No. 2*.

Kualitas layanan. (n.d.). Retrieved from Wikipedia: https://id.wikipedia.org/wiki/Kualitas_layanan#Kualitas_layanan_elektronik:_batas_berikutnya

Lidyawatie. (2008). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa.* Bandung: Alfabeta.

Marwati, R.D (2018). *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Menabung Mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta*. Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Yogyakarta, Yogyakarta.

Maulana, R., & Kurniawati, K. (2014). Pengaruh Kualitas E-Service Terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Kasus Website Koren Denim). *Jurnal Manajemen, Vol.13, No. 2*.

Nst, M. S. (2015). Faktor- Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli Konsumen pada CV. Master Pasir Pengaraian Kabupaten Rokan Hulu. *Artikel Ilmiah Prodi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Pasir Pengaraian*.

Pengertian dan Jenis-Jenis Variabel dalam Penelitian dan Evaluasi. (2015). Retrieved from Eureka Pendidikan: http://www.eurekapendidikan.com/2015/09/pengertian-dan-jenis-jenis-variabel-penelitian-evaluasi.html

Rosyid., M., & Saidiah., H. (2016). *Pengetahuan Perbankan Syariah Dan Pengaruhnya Terhadap Minat Menabung Santri Dan Guru.* Jurnal Islaminomic, 7 (2) 37-45.

Rusdianto, H., & Ibrahim, C. (2016). *Pengaruh Produk Bank Syari'ah Terhadap Minat Menabung Dengan Persepsi Masyarakat Sebagai Variabel Moderating Di Pati*. Jurnal Ekonomi Syaria'ah, 4 (1), 43-61.

Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D.* Bandung: Alfabeta.

LAMPIRAN
ANGKET PENELITIAN

Pengaruh Pengetahuan Produk Perbankan Syari'ah Terhadap Minat Menabung Dosen Fiai Kopertais Di Bank Syari'ah

1. Profil responden

Nama :…….

Jabatan :…….

No. telpon/email :…….

Jenis kelamin : a. Pria b. Wanita

Agama : a. Islam b. Lainnya

Sudah menabung di Bank Syariah :

a. Sudah b. Belum

Penghasilan :

a. Kurang dari 2 jt b. 2 jt s/d 4 jt

c. 4 jt s/d 6 jt d. Lebih dari 6 jt

Usia Anda :

a. Kurang dari 20 tahun
b. 20 s/d 30 tahun
c. 31 s/d 40 tahun
d. 41 s/d 50 tahun
e. Lebih dari 50 tahun

Pendidikan Terakhir :

a. SLTA kebawah
b. SLTA
c. Diploma
d. Sarjana
e. Lainnya

Masa Kerja :

a. 1-5 tahun
b. 6-10 tahun
c. 11-15 tahun

d. 16-20 tahun

e. Lebih dari 20 tahun

2. Petunjuk pengisian angket

A. Bagian A Varibel Pengetahuan Produk

1) Nyatakan jawaban anda pada setiap pertanyaan berikut dengan memberi tanda ceklis (√) pada salah satu pilihan yang tersedia.
   a. Benar
   b. Salah

B. Bagian B Variabel Minat

1) Mohon angket diisi oleh Bapak/Ibu/Sdr untuk menjawab seluruh pernyataan yang telah disediakan.
2) Berilah tanda bulat atau lingkaran (o) pada angka dijawaban angket yang tersedia dan pilih sesuai keadaan yang sebenarnya.
3) Dalam menjawab pernyataan-pernyataan ini, tidak ada jawaban yang salah. Maka sebab itu, usahakan agar jawaban tidak ada yang kosong.
4) Saya selaku peneliti mengucapkan banyak terima kasih kepada Bapak/Ibu/Sdr atas partisipasi guna mensukseskan penelitian ini. .

3. Daftar pernyataan mengenai penelitian saya :

A. Variabel Pengetahuan Produk Bank Syariah

No	Pernyataan	Benar	Salah
1	pembiayaan usaha jangka menengah di bank syariah menggunakan akad mudharabah.		
2	Negosiasi wesel ekspor menggunakan akad Murabahah		
3	Jasa Agen layanan keuangan (Laku Pandai) di Bank Syariah tidak menggunakan akad Mudharabah Muqayadah		
4	Giro di Bank syariah tidak menggunakan akad Qord		
5	Tabungan di Bank Syariah menggunakan akad wadiah		
6	*Investasi Sukuk di Bank Syariah tidak menggunakan akad Ijaroh*		
7	Jasa Pengirimian Uang di Bank Syariah menggunakan akad Wakalah		

8	*Jasa non Keuangan pola Titipan di Bank Syariah menggunakan akad Wadiah Yad Amanah*		

B. Variabel Minat

No	Pernyataan	Jawaban
9	Saya tertarik untuk menabung di Bank Syariah	1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 Tidak setuju sangat setuju
10	Saya bersedia merekomendasikan Orang Lain untuk Menabung di Bank Syariah	1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 Tidak setuju sangat setuju
11	Saya memilih menabung di bank syariah untuk masa depan	1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 Tidak setuju sangat setuju
12	Saya mmempelajari semua Produk Bank Syariah pada orang yang sudah menabung di Bank Syariah.	1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 Tidak setuju sangat setuju

LAMPIRAN

HASIL DARI ANGKET

A. Variabel Pengetahuan Produk

SUBYEK		1	2	3	4	5	6	7	8	
NO	NAMA									TOTAL
1	Ibu Afif Khilmiyah	2	2	2	2	2	2	2	2	16
2	Bpk Purnama Bahtiar	2	2	2	2	2	2	2	2	16
3	Bpk Fathurahman Kamal	2	2	2	2	2	2	2	2	16
4	Bpk Ghofar Ismail	2	2	2	1	2	2	2	2	15
5	Ibu Dwi Pratamasari	2	2	2	2	2	2	2	2	16
6	Bpk Alfian Darmawan	2	2	2	2	1	1	1	2	13
7	Ibu Fitri Zahrah	2	2	2	1	2	2	2	2	15
8	Bpk Hilman Latif	2	2	2	2	2	1	2	2	15
9	Bpk Humaidi Hamid	2	2	1	2	2	2	2	2	15
10	Ibu Miftahul Hasanah	2	2	1	2	2	2	2	2	15
11	Bpk M Nurul Yamin	2	2	2	2	2	2	2	2	16
12	Ibu Anita Aisah	2	2	2	2	1	2	2	2	15
13	Ibu Siti Bahiroh	2	2	1	1	2	2	2	2	14
14	Bpk Muhsin Haryanto	2	2	1	1	2	1	2	2	13
15	Bpk M Azhar	2	2	1	1	1	1	2	2	12
16	Bpk Mahri Zainudin	2	2	2	2	2	2	2	2	16
17	Ibu Nurwanti	2	2	2	2	2	2	2	2	16
18	Bpk Marsudi	2	2	2	2	2	2	2	2	16
19	Ibu Zakiyah	2	2	2	2	2	2	2	2	16
20	Bpk Samsudin	2	2	2	2	2	2	2	2	16
21	Bpk Nurohman	2	2	2	2	2	2	2	2	16
22	Ibu Istifianah	2	2	2	2	2	2	2	2	16
23	Ibu Nuryati	2	2	2	2	2	2	2	2	16
24	Bpk Budi Utomo	2	2	2	2	2	2	2	2	16
25	Bpk Arifin	1	1	1	1	1	1	1	1	8
26	Bpk Fajar Purwoko	1	2	1	2	2	2	1	2	13
27	Bpk Budianto	2	2	2	2	2	2	2	1	15
28	Bpk Rosiarmin	2	2	1	2	2	2	2	2	15
29	Bpk Indra Suharyanto	2	1	2	2	2	2	2	2	15
30	Bpk Taufik Nugroho	2	2	1	2	2	2	1	2	14
31	Bpk Mahfudianto	2	2	2	2	2	2	2	2	16
32	Bpk Kristianto	2	2	1	2	2	1	2	2	14
33	Bpk Hisyam Zaini	2	1	2	2	1	2	2	2	14
34	Bpk Yoyo	2	1	2	1	2	2	2	2	14
35	Bpk Syifa Amin	2	2	2	1	2	2	2	2	15

36	Bpk Saptoni	2	2	2	2	2	2	2	2	16
37	Bpk Agung Prihantoro	2	2	1	2	1	2	2	2	14
38	Bpk Cipto Sembodo	2	2	2	1	2	2	2	2	15
39	Bpk Nurkholis Al-Amin	2	2	2	1	2	2	2	2	15
40	Ibu Harti Winarni	2	2	2	2	2	2	2	2	16
41	Ibu Miratun	2	2	2	2	2	2	2	2	16
42	Ibu Siti Afifah	2	2	2	2	2	2	2	2	16
43	Ibu Sri Hani	1	2	1	2	2	1	2	2	13
44	Bpk Aden	2	2	1	1	1	1	2	2	12
45	Bpk Aden	1	2	2	2	2	2	2	2	15
46	Bpk Ahmad darmaji	2	1	1	1	1	1	1	1	9
47	Bpk Ahmad Jubaidi	2	2	2	2	2	2	2	2	16
48	Bpk Junaiidi AF	2	1	2	1	2	1	2	2	13
49	Bpk Hajar	2	2	2	1	2	2	2	2	15
50	Bpk Hujair	2	2	1	2	2	2	2	1	14
51	Bpk Imam	1	2	2	2	2	2	1	2	14
52	Bpk Kurniawan	1	2	1	2	1	2	2	2	13
53	Bpk Lukman	2	2	1	2	2	1	2	1	13
54	Bpk Mizan	2	2	2	1	2	2	2	2	15
55	Bpk Mudzofar	2	2	2	2	2	1	2	2	15
56	Bpk Nanang	1	1	1	1	1	1	2	2	10
57	Bpk Nurul Ikhsan	2	2	2	2	2	2	2	2	16
58	Bpk Syaifullah	2	2	2	2	2	2	2	2	16
59	Bpk Abdi	2	2	2	2	2	2	2	2	16
60	Bpk Burhan	1	2	1	2	2	1	2	1	12

B. Variabel Minat

SUBYEK		9	10	11	12	
NO	NAMA					TOTAL
1	Ibu Afif Khilmiyah	10	10	10	10	40
2	Bpk Purnama Bahtiar	10	10	10	10	40
3	Bpk Fathurahman Kamal	10	10	10	10	40
4	Bpk Ghofar Ismail	10	10	10	10	40
5	Ibu Dwi Pratamasari	10	10	10	10	40
6	Bpk Alfian Darmawan	10	10	10	10	40
7	Ibu Fitri Zahrah	10	10	10	10	40
8	Bpk Hilman Latif	10	10	10	10	40
9	Bpk Humaidi Hamid	10	10	10	10	40
10	Ibu Miftahul Hasanah	10	10	10	10	40

11	Bpk M Nurul Yamin	10	10	10	10	40
12	Ibu Anita Aisah	10	10	10	10	40
13	Ibu Siti Bahiroh	10	10	10	10	40
14	Bpk Muhsin Haryanto	10	10	10	10	40
15	Bpk M Azhar	10	10	10	10	40
16	Bpk Mahri Zainudin	10	10	10	10	40
17	Ibu Nurwanti	10	9	8	7	34
18	Bpk Marsudi	7	7	7	7	28
19	Ibu Zakiyah	8	8	8	8	32
20	Bpk Samsudin	9	9	9	9	36
21	Bpk Nurohman	10	10	10	10	40
22	Ibu Istifianah	8	7	8	7	30
23	Ibu Nuryati	9	8	9	8	34
24	Bpk Budi Utomo	6	7	7	8	28
25	Bpk Arifin	7	8	6	10	31
26	Bpk Fajar Purwoko	9	8	10	10	37
27	Bpk Budianto	9	5	6	10	30
28	Bpk Rosiarmin	8	6	8	9	31
29	Bpk Indra Suharyanto	9	9	8	7	33
30	Bpk Taufik Nugroho	6	6	10	8	30
31	Bpk Mahfudianto	6	6	6	6	24
32	Bpk Kristianto	5	5	5	5	20
33	Bpk Hisyam Zaini	8	9	8	5	30
34	Bpk Yoyo	7	8	5	6	26
35	Bpk Syifa Amin	5	6	5	5	21
36	Bpk Saptoni	5	6	4	4	19
37	Bpk Agung Prihantoro	5	5	4	8	22
38	Bpk Cipto Sembodo	9	9	9	8	35
39	Bpk Nurkholis Al-Amin	10	10	8	6	34
40	Ibu Harti Winarni	9	8	5	5	27
41	Ibu Miratun	9	6	8	9	32
42	Ibu Siti Afifah	10	7	8	9	34
43	Ibu Sri Hani	9	9	5	6	29
44	Bpk Aden	5	9	8	7	29
45	Bpk Aden	6	10	5	8	29
46	Bpk Ahmad darmaji	5	9	9	9	32
47	Bpk Ahmad Jubaidi	5	5	5	5	20
48	Bpk Junaiidi AF	4	4	4	4	16
49	Bpk Hajar	2	2	2	2	8
50	Bpk Hujair	4	5	4	4	17
51	Bpk Imam	4	6	5	5	20

52	Bpk Kurniawan	4	5	4	4	17
53	Bpk Lukman	5	5	9	10	29
54	Bpk Mizan	10	4	9	8	31
55	Bpk Mudzofar	9	8	5	7	29
56	Bpk Nanang	7	9	9	10	35
57	Bpk Nurul Ikhsan	5	7	6	9	27
58	Bpk Syaifullah	9	10	5	9	33
59	Bpk Abdi	9	8	4	6	27
60	Bpk Burhan	5	5	5	10	25

LAMPIRAN

UJI VALIDITAS

A. Variabel Pengetahuan Produk

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	60	100.0
	Excluded[a]	0	.0
	Total	60	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.724	8

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
item_1	12.70	2.620	.354	.708
item_2	12.68	2.593	.416	.698
item_3	12.88	2.206	.506	.676
item_4	12.83	2.548	.270	.732

item_5	12.73	2.402	.504	.678
item_6	12.80	2.231	.564	.662
item_7	12.67	2.667	.377	.705
item_8	12.67	2.667	.377	.705

B. Variabel minat menabung

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	60	100.0
	Excluded[a]	0	.0
	Total	60	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.896	4

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
item_1	23.35	34.197	.783	.862
item_2	23.32	36.864	.739	.878
item_3	23.65	32.943	.817	.849
item_4	23.23	36.012	.744	.876

LAMPIRAN

UJI REABILITAS

A. Variabel Pengetahuan Produk

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	60	100.0
	Excluded[a]	0	.0
	Total	60	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.724	8

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
item_1	12.70	2.620	.354	.708
item_2	12.68	2.593	.416	.698
item_3	12.88	2.206	.506	.676
item_4	12.83	2.548	.270	.732
item_5	12.73	2.402	.504	.678
item_6	12.80	2.231	.564	.662
item_7	12.67	2.667	.377	.705
item_8	12.67	2.667	.377	.705

B. Variabel minat menabung

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	60	100.0
	Excluded[a]	0	.0
	Total	60	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

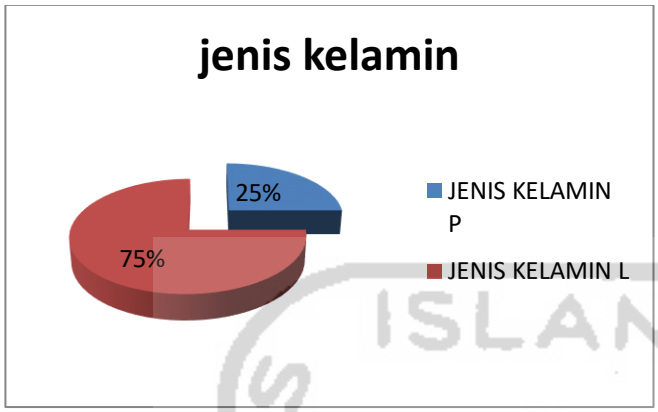
Reliability Statistics

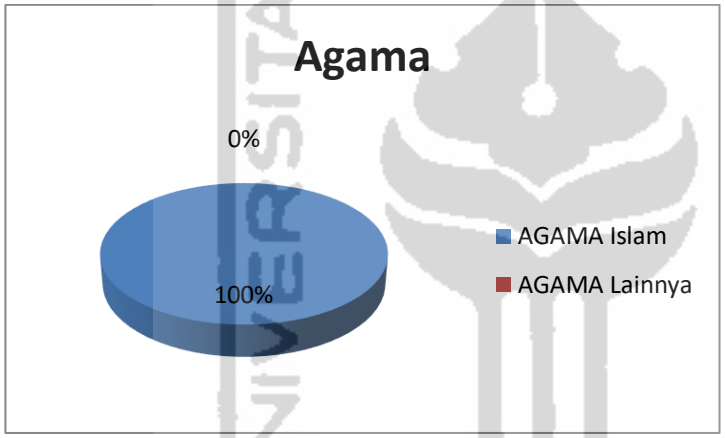
Cronbach's Alpha	N of Items
.896	4

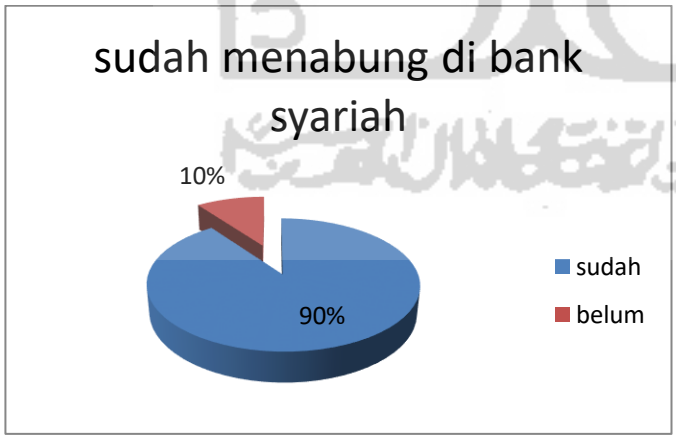
Item-Total Statistics

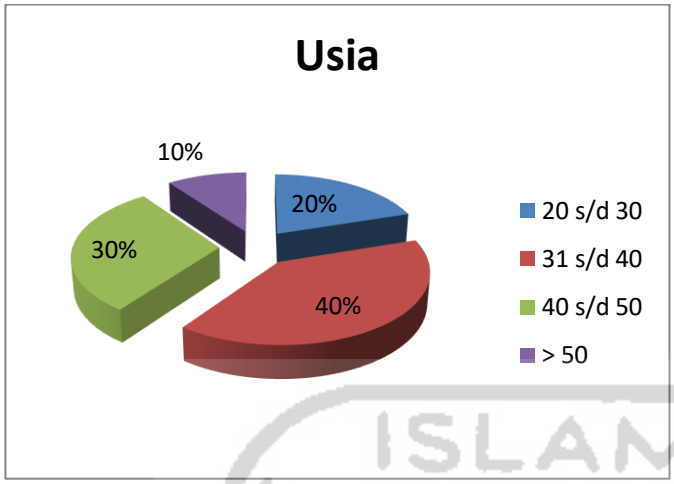
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
item_1	23.35	34.197	.783	.862
item_2	23.32	36.864	.739	.878
item_3	23.65	32.943	.817	.849
item_4	23.23	36.012	.744	.876

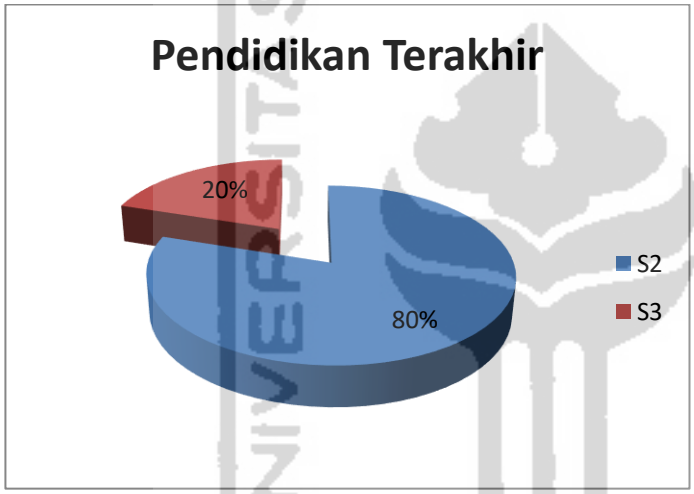
LAMPIRAN
ANALISIS KARAKTERISTIK PROFIL RESPONDEN








Usia
10%
20%
30%
40%
20 s/d 30
31 s/d 40
40 s/d 50
> 50


Pendidikan Terakhir
20%
80%
S2
S3

LAMPIRAN
UJI ASUMSI KLASIK

1. Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		60
Normal Parameters[a,b]	Mean	.0000000
	Std. Deviation	7.72776752
Most Extreme Differences	Absolute	.141
	Positive	.103
	Negative	-.141
Kolmogorov-Smirnov Z		1.096
Asymp. Sig. (2-tailed)		.181

a. Test distribution is Normal.

c. Calculated from data.

2. Uji Multikolineritas

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	25.761	8.414		3.062	.003		
	Pengetahuan_Produk	.372	.573	.085	.649	.519	1.000	1.000

a. Dependent Variable: Minat_Menabung

3. Uji Auotokorelasi

Model Summary[b]

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.579[a]	.335	.324	6.172	1.622

a. Predictors: (Constant), Pengetahuan Produk

b. Dependent Variable: Minat Menabung

4. Uji Heteroskedasitas

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	12.350	4.178		2.956	.005
	Pengetahuan Produk	-.511	.283	-.230	-1.801	.077

a. Dependent Variable: Abs_RES

LAMPIRAN

STATISTIK DESKRIPTIF

Descriptive Statistics

	N	Range	Minimum	Maximum	Sum	Mean		Std. Deviation	Variance	Skewness		Kurtosis	
	Statistic	Statistic	Statistic	Statistic	Statistic	Statistic	Std. Error	Statistic	Statistic	Statistic	Std. Error	Statistic	Std. Error
Pengetahuan Produk	60	8	8	16	879	14.65	.212	1.645	2.706	-1.918	.309	4.691	.608
Minat Menabung	60	36	4	40	1913	31.88	.969	7.504	56.308	-1.050	.309	1.852	.608
Valid N (listwise)	60												

LAMPIRAN

ANALISIS REGRESI LINIER BERGANDA

Variables Entered/Removed[a]

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Pengetahuan Produk[b]	.	Enter

a. Dependent Variable: Minat Menabung

b. All requested variables entered.

Model Summary[b]

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.257[a]	.066	.050	8.112

a. Predictors: (Constant), Pengetahuan Produk

b. Dependent Variable: Minat Menabung

ANOVA[a]

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	270.145	1	270.145	4.105	.047[b]
	Residual	3816.838	58	65.808		
	Total	4086.983	59			

a. Dependent Variable: Minat Menabung

b. Predictors: (Constant), Pengetahuan Produk

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	15.519	7.558		2.053	.045
	Pengetahuan Produk	1.058	.522	.257	2.026	.047

a. Dependent Variable: Minat Menabung

Residuals Statistics[a]

	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	N
Predicted Value	23.98	32.45	30.68	2.140	60
Residual	-23.389	11.785	.000	8.043	60
Std. Predicted Value	-3.131	.824	.000	1.000	60
Std. Residual	-2.883	1.453	.000	.991	60

a. Dependent Variable: Minat Menabung