

**“FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI
PEMAHAMAN MAHASISWA TERHADAP PRODUK
BANK SYARIAH (STUDI KASUS MAHASISWA
JURUSAN EKONOMI SYARIAH UNIVERSITAS
MUHAMADIYAH MALANG)”**

JURNAL ILMIAH

Disusun oleh :

**Norman Ahmad Rinaldi
115020500111016**



**PROGRAM STUDI EKONOMI ISLAM
JURUSAN ILMU EKONOMI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS BRAWIJAYA MALANG
2017**

LEMBAR PENGESAHAN PENULISAN ARTIKEL JURNAL

Artikel Jurnal dengan judul:

FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PEMAHAMAN MAHASISWA TERHADAP PRODUK BANK SYARIAH (STUDI KASUS MAHASISWA JURUSAN EKONOMI SYARIAH UNIVERSITAS MUHAMADIYAH MALANG)

Yang disusun oleh :
Nama : Norman Ahmad Rinaldi
NIM : 11502050011101
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Jurusan : S1 Ilmu Ekonomi

Bahwa artikel jurnal tersebut dibuat sebagai *persyaratan ujian skripsi* yang dipertahankan di depan Dewan Penguji pada tanggal 8 Maret 2017

Malang, 27 Maret 2017

Dosen Pembimbing,

Dr. Iswan Noor, SE., ME.

NIP. 2012018512212001

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PEMAHAMAN MAHASISWA
TERHADAP PRODUK BANK SYARIAH (STUDI KASUS MAHASISWA
JURUSAN EKONOMI SYARIAH UNIVERSITAS MUHAMADIYAH MALANG)**

Norman Ahmad Rinaldi

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya

Email: normanahmadrinaldi@gmail.com

ABSTRAK

Lembaga keuangan syariah merupakan lembaga keuangan yang dalam operasionalnya berlandaskan pada prinsip-prinsip Islam. Penerapan prinsip Islam inilah yang membedakan lembaga keuangan syariah dengan lembaga keuangan umum (konvensional). Misalnya dalam hal pembiayaan usaha, bank syariah hanya bersedia membiayai kegiatan-kegiatan atau usaha yang halal dan bermanfaat, sedangkan bank konvensional dalam memberikan pembiayaan tidak menilai halal atau tidak usaha tersebut.

Pemahaman serta pengetahuan masyarakat mengenai perbankan Islam tentu akan mempengaruhi mereka dalam keputusan menjadi nasabah bank syariah. Pengetahuan konsumen dalam hal ini masyarakat yang akan menjadi nasabah mempengaruhi keputusan mereka seperti apa yang akan mereka pakai, berapa banyak, dimana dalam menitipkan dana mereka untuk dikelola maupun disimpan. Hal ini akan mempengaruhi perilaku dan persepsi masyarakat terhadap perbankan Islam maupun ekonomi Islam. Dengan tingginya pemahaman masyarakat akan membawa masyarakat untuk percaya dan menjadi nasabah bank syariah.

Kata kunci: Bank, Syariah, Pemahaman, Pengetahuan.

A. PENDAHULUAN

Seiring digulirkannya sistem perbankan syariah pada pertengahan tahun 1990-an di Indonesia, beberapa Lembaga Keuangan Syariah (LKS) tumbuh dan berkembang pesat di Indonesia. Lembaga Keuangan Syariah mempunyai kedudukan yang sangat penting sebagai lembaga ekonomi berbasis syariah ditengah proses pembangunan nasional. Berdirinya Lembaga Keuangan Syariah (LKS) merupakan implementasi dari pemahaman umat Islam terhadap prinsip-prinsip muamalat dalam hukum ekonomi Islam, selanjutnya direpresentasikan dalam bentuk pranata Ekonomi Islam.

Lembaga keuangan syariah terdiri dari bank dan non bank. Ada beberapa jenis lembaga keuangan syariah bank dan non bank di Indonesia. Lembaga keuangan syariah yang berupa bank diantaranya adalah Bank Umum Syariah (BUS), UnitUsaha Syariah (UUS), dan Bank Perkreditan Rakyat Syariah (BPRS). Lembaga keuangan syariah non bank, diantaranya adalah *Baitul Mal Wa Tamwil* (BMT), Pegadaian Syariah, Asuransi Syariah, Reksadana Syariah, dan lain-lain.

Perkembangan perbankan syariah di Indonesia dalam kurun waktu enam tahun terakhir ini mengalami pasang surut. Sepanjang enam tahun terakhir (terhitung dari tahun 2008 sampai dengan 2013), perbankan syariah ada yang mengalami kemajuan dan ada yang mengalami kemunduran. Perkembangan ini dilihat berdasarkan jumlah bank dan jumlah kantor cabang yang ada. Hal ini diamati dari tiga sisi, yaitu jumlah BUS, UUS, dan juga BPRS. Berikut adalah tabel jaringan perbankan syariah di Indonesia.

Pemahaman serta pengetahuan masyarakat mengenai perbankan Islam tentu akan mempengaruhi mereka dalam keputusan menjadi nasabah bank syariah. Pengetahuan konsumen dalam hal ini masyarakat yang akan menjadi nasabah mempengaruhi keputusan mereka seperti apa yang akan mereka pakai, berapa banyak, dimana dalam menitipkan dana mereka untuk dikelola maupun disimpan. Hal ini akan mempengaruhi perilaku dan persepsi masyarakat terhadap

perbankan Islam maupun ekonomi Islam. Dengan tingginya pemahaman masyarakat akan membawa masyarakat untuk percaya dan menjadi nasabah bank syariah.

Mahasiswa Universitas Muhamadiyah Malang merupakan mahasiswa yang setiap harinya mendapat ajaran tentang ilmu Islam. Khususnya mahasiswa Jurusan Ekonomi Islam mendapat ajaran tentang ekonomi Islam. Ekonomi syariah atau ekonomi Islam, bukan merupakan “barang asing” bagi para mahasiswa. Pelajaran mengenai konsep ekonomi Islam diterima oleh para mahasiswa setiap hari. Mengenai hukum atau kedudukan bunga bank dimata Islam juga seringkali dibahas, baik ketika belajar secara klasikal, atau ketika berdiskusi. Pemahaman Mahasiswa Jurusan Ekonomi Islam mengenai konsep ekonomi syariah ini memunculkan asumsi bahwa pada umumnya santri lebih tertarik menggunakan bank syariah daripada bank konvensional.

Namun kenyataannya dari total 40 sampel mahasiswa Jurusan Ekonomi Islam yang memiliki rekening bank syariah ada sebanyak 9 mahasiswa atau 5,25 %. Sedangkan 31 mahasiswa memiliki rekening bank konvensional. Kondisi ini diketahui dari pra survey yang dilakukan masih banyaknya mahasiswa Jurusan Ekonomi Islam masih menggunakan jasa bank konvensional daripada bank syariah. Berarti masih banyak mahasiswa yang belum memahami perbankan syariah, terbukti masih sedikitnya yang memakai bank syariah untuk transaksi.

B. TINJAUAN PUSTAKA

Bank Syariah

Perkembangan lembaga perbankan Islam mengalami kemajuan yang amat pesat ditandai dengan terbentuknya Islamic Development Bank (IDB) pada tahun 1975. Lembaga ini mempunyai tujuan untuk mendorong pertumbuhan ekonomi serta meningkatkan kesejahteraan social bagi negara – negara anggota dan masyarakat Muslim pada umumnya. Keistimewaan bank Islam ini yaitu orientasi kebersamaan. Orientasi kebersamaan merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi pesatnya perkembangan lembaga perbankan Islam. Dengan Orientasi kebersamaan inilah yang menjadikan bank Islam memberikan angin segar dalam sistem perbankan atau alternative pengganti sistem bunga yang selama ini masih diragukan hukumnya (halal atau haram) oleh masyarakat Muslim.

Produk Bank Syariah

Produk umum perbankan syariah merupakan penabungan berkenaan cara penghimpunan dan penyaluran dana yang dilakukan oleh bank syari'ah seperti yang telah diuraikan. Dalam sistem perbankan syari'ah, terdapat beberapa produk yang telah dioperasikan atau diaplikasikan dalam kehidupan sosial ekonomi masyarakat. Namun demikian, terdapat sejumlah produk perbankan syari'ah yang belum diterapkan karena beberapa alasan. Namun, telah diterapkan di beberapa Negara yang mayoritas berpenduduk muslim.

Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pemahaman

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, pemahaman adalah proses, cara, perbuatan memahami atau memahamkan. Menurut Benyamin S. Bloom (2003) pemahaman adalah kemampuan untuk menginterpretasi atau mengulang informasi dengan menggunakan bahasa sendiri. Menurut Poesprodjo (2011), bahwa pemahaman bukan hanya kegiatan berpikir semata, melainkan pemindahan letak dari dalam disituasi yang lain. Pemahaman merupakan suatu kegiatan berpikir secara diam-diam dan menemukan dirinya dalam diri orang lain. Pemahaman atau comprehension, adalah suatu kemampuan yang umumnya mendapat penekanan dalam proses belajar mengajar. Oleh karena itu, siswa dituntut untuk memahami atau mengerti apa yang diajarkan, mengetahui apa yang sedang dikomunikasikan dan dapat memanfaatkan isinya tanpa keharusan menghubungkan dengan hal-hal yang lain. Faktor-faktor yang mempengaruhi pemahaman belajar banyak jenisnya, akan tetapi dapat digolongkan menjadi dua saja, yaitu faktor intern dan faktor ekstern. Faktor intern adalah faktor yang ada di dalam diri individu, sedangkan faktor ekstern adalah faktor yang ada di luar individu.

- 1) **Faktor internal** : Usia, Pengalaman, intelegensia, jenis kelamin
- 2) **Faktor eksternal** : Pendidikan, pekerjaan, sosial budaya dan ekonomi, lingkungan, informasi

Pengaruh Pendidikan terhadap Tingkat Pemahaman Produk Bank Syariah.

Menurut Hary (2006) menyebutkan bahwa tingkat pendidikan turut pula menentukan mudah tidaknya seseorang menyerap dan memahami pemahaman yang mereka peroleh, pada umumnya semakin tinggi pendidikan seseorang makin semakin baik pula pemahamannya. Semakin tinggi pendidikan yang ditempuh seseorang, maka semakin tinggi pula pemahaman tentang produk bank syariah.

Pengetahuan Umum

Menurut Sumadi (1996), Menunjukkan bahwa pengetahuan adalah kemampuan seseorang untuk mengingat fakta, simbol, proses, dan teori. Selanjutnya, Notoadmojo (2007), mendefinisikan bahwa pengetahuan adalah hasil dari perilaku manusia yang terjadi setelah penginderaan dari objek tertentu, teori serupa diungkapkan oleh Locke. Dan Menurut Keraf (2001), pengetahuan adalah seluruh pemikiran, ide, gagasan, konsep, dan pemahaman manusia.

Faktor Relegiusitas Islam terhadap Tingkat Pemahaman Produk Bank Syariah.

Nasution (2004) membedakan pengertian agama berdasarkan asal kata, yaitu *al-din, religi (relegere, religare)* dan *agama*. *Al-din* berarti undang-undang atau hukum. Kemudian dalam bahasa Arab, kata ini mengandung arti menguasai, menundukkan, patuh, dan kebiasaan. Sedangkan dari kata *religi* (latin) atau *relegere* berarti mengumpulkan atau membaca. Kemudian *religare* berarti mengikat. Adapun kata agama terdiri dari a= tidak ; gam = pergi, mengandung arti tidak pergi, tetap di tempat atau diwarisi turun temurun.

Perilaku Nasabah Bank Syariah

Perilaku Konsumen

Terdapat bermacam-macam definisi perilaku konsumen menurut para ahli. Menurut Mowen dan Minor (1998) perilaku konsumen merupakan studi tentang unit pembelian (buying unit) dan proses-proses pertukaran yang terjadi dalam mendapatkan, mengkonsumsi, menyimpan barang dan jasa, pengalaman dan ide.

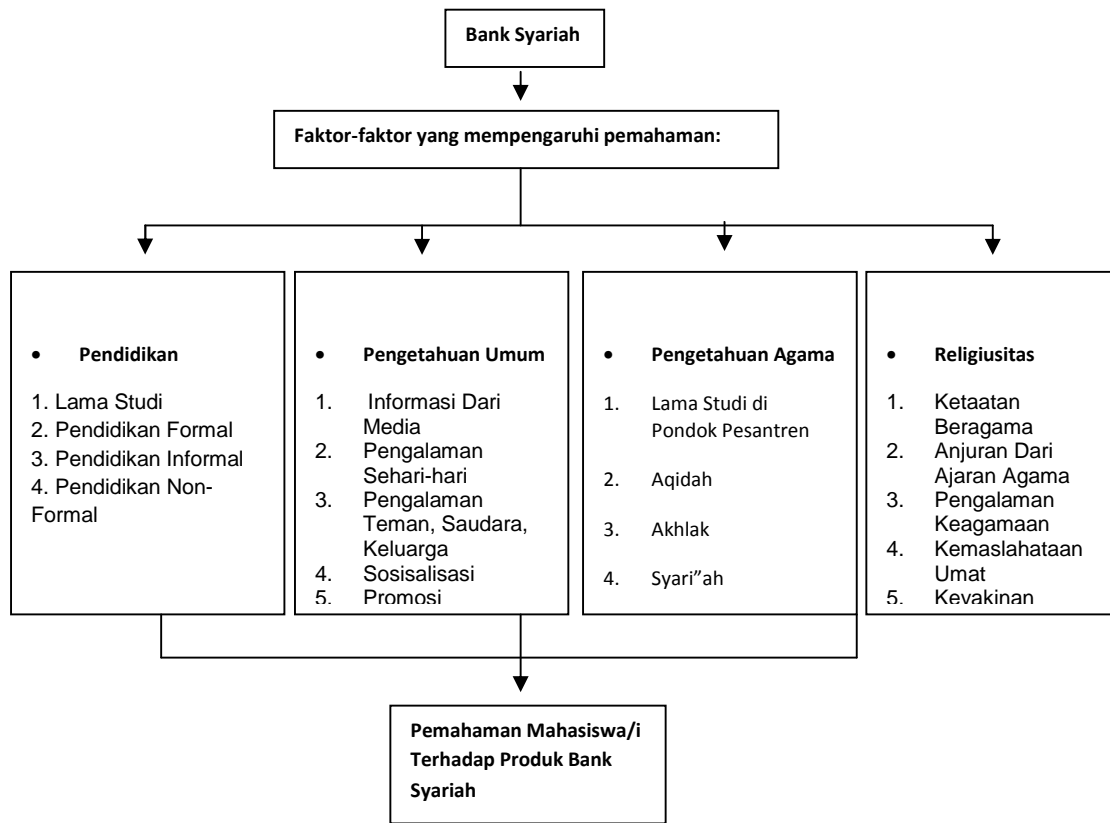
Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen

Menurut Hasan (2010), yang menjadi faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen adalah sebagai berikut: budaya, kelas sosial, kelompok acuan, keluarga.

Pengetahuan Konsumen

Mowen and Minor (2002) mendefinisikan sejumlah pengalaman dengan informasi tentang produk atau jasa tertentu yang dimiliki oleh seseorang. Semakin tinggi tingkat pengetahuan yang dimiliki oleh konsumen maka semakin banyak pula pengalaman yang ia punya mengenai produk tersebut.

Kerangka pikir



C. METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang di gunakan oleh penulis adalah penelitian kuantitatif. Seperti yang tercantum pada bab-bab terdahulu tentang tujuan penelitian ini 1. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh lama pendidikan terhadap pemahaman produk Bank Syariah 2. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh banyak pengetahuan terhadap pemahaman produk Bank Syariah 3. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh religiusitas terhadap pemahaman produk Bank Syariah. Maka konsekuensinya penelitian ini harus menggunakan penelitian kuantitatif.

Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Agama Islam UMM yang beralamat di Jl Raya Tlogomas No.246 Malang, Jawa Timur.

Alasan pertimbangan memilih lokasi penelitian tersebut adalah sebagai berikut :

1. Di Universitas Muhamadiyah Malang adalah Universitas Islam yang merupakan lembaga pendidikan berbasis islam.
2. Fakultas Agama Islam UMM mengajarkan berbagai ilmu agama islam.
3. Jurusan Ekonomi Syariah UMM merupakan sumber data penelitian .

Objek Penelitian

Objek penelitian adalah suatu atribut atau nilai sifat atau nilai dari orang, objek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Sugiyono(2014) Terdapat pendapat lain bahwa objek

penelitian adalah karakteristik tertentu yang mempunyai nilai, skor atau ukuran yang berbeda untuk unit atau individu yang berbeda atau merupakan konsep yang diberi lebih dari satu nilai. Made, 2006.

Populasi dan Sampel

Populasi merujuk pada sekumpulan orang atau objek yang memiliki kesamaan dalam satu atau beberapa hal yang membentuk masalah pokok dalam suatu penelitian (Muhamad, 2008). Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa/i jurusan ekonomi syariah UMM, dimana jumlah populasinya 354 orang per april 2016.

Teknik pengambilan sampel dilakukan melalui simple random sampling yang artinya cara penarikan sampel anggota dilakukan secara acak terhadap mahasiswa jurusan Ekonomi Syaria'ah UMM tanpa memperhatikan strata yang ada. Metode pengumpulan data menggunakan *self administrated survey*.

Data dan Sumber Data

Metode pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan sebagai berikut :

1. Observasi yaitu dengan melakukan pengamatan langsung terhadap objek yang akan diteliti, dalam hal ini pengamatan langsung ke Jurusan Ekonomi Syariah UMM mengenai pemahaman siswa/i terhadap produk bank syariah.
2. Studi Kepustakaan yaitu mengumpulkan data dan informasi melalui telaah berbagai literatur yang relevan yang berhubungan dengan permasalahan yang ada di dalam penulisan skripsi ini, dapat diperoleh dari buku-buku, internet dan lain-lain.
3. Kuesioner, penulis membuat daftar pertanyaan yang relevan dengan penelitian yang dilakukan. Kuesioner ini ditujukan kepada para mahasiswa/i Jurusan Ekonomi Syariah. Jawaban atas pertanyaan ini di gunakan sebagai pelengkap dan pendukung kebenaran data-data yang ada.

Metode Pengumpulan Data

Data yang digunakan di penelitian ini ada dua yaitu data primer dan data sekunder. Untuk mendapatkan data primer, peneliti menggunakan teknik kuesioner. Kuesioner adalah sejumlah daftar pertanyaan yang diajukan oleh peneliti untuk mendapatkan informasi yang mendasar dari laporan tentang diri sendiri (self report) atau pada pengetahuan atau keyakinan pribadi subyek atau informasi yang diteliti. Teknik kuesioner dipilih agar dapat melihat tingkat pemahaman nasabah terhadap sistem perbankan yang mereka gunakan. Kuesioner yang digunakan kuesioner yang bersifat tertutup. Pertanyaan-pertanyaan yang diberikan kepada responden sudah dalam bentuk pilihan ganda, atau sudah berupa pilihan-pilihan saja (Siregar, 2013). Jawaban yang diberikan menggunakan skala Likert, dimana pernyataan dibagi menjadi pernyataan positif dan negatif yang diberi skor 5,4,3,2,1, dan begitu pula sebaliknya.

Metode Analisis Data

Uji Kualitas Data

Uji kualitas data yang dihasilkan dari penggunaan instrumen penelitian dapat dievaluasi melalui uji validitas dan uji reliabilitas. Sugiyono (2014) menyebutkan bahwa kesimpulan penelitian yang berupa jawaban atau pemecahan masalah penelitian, dibuat berdasarkan hasil proses pengujian data yang meliputi pemilihan, pengumpulan dan analisis data.

Uji Asumsi Klasik

Sebelum melakukan pengujian hipotesis, terlebih dahulu regresi yang digunakan sebagai alat analisis, diuji dengan uji asumsi klasik. Pengujian asumsi klasik yang digunakan adalah uji normalitas, uji multikolinearitas, dan uji heteroskedastisitas dengan menggunakan program SPSS 18.

Uji Hipotesis

Persamaan Regresi Linear Berganda

Metode statistik yang digunakan untuk menguji hipotesis adalah regresi berganda (multiple regression) dengan alasan bahwa alat ini dapat digunakan sebagai model prediksi terhadap variabel dependen dengan beberapa variabel independen. Hasil analisis regresi adalah berupa koefisien untuk masing-masing variabel independen. Ketepatan fungsi regresi sampel dalam menaksir nilai aktual dapat diukur dengan goodness of fit. Secara statistik hal ini dapat diukur dari koefisien nilai determinasi, nilai statistik f. Perhitungan statistik disebut signifikan secara statistik apabila nilai uji secara statistiknya berada dalam daerah kritis. Uji hipotesis ini tersebut dilakukan dengan program Eviews 7. Model regresi yang digunakan untuk menguji hipotesis adalah sebagai berikut:

$$Y = a + 1X_1 + 2X_2 + 3X_3 + 4X_4 + e$$

Uji Signifikansi Simultan (Uji Statistik F)

Ketepatan fungsi regresi sampel dalam menaksir nilai aktual dapat diukur dari goodness of fit. Secara statistik, setidaknya ini dapat mengukur nilai dari koefisien determinasi, nilai statistik F, dan nilai statistik t.

Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui apakah semua variabel independen secara bersama-sama (simultan) dapat berpengaruh terhadap variabel dependen.

Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi (R^2) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel independen. Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen sangat terbatas. Menurut Gujarati (2003) dalam Ghazali (2006), jika dalam uji empiris didapat nilai adjusted R^2 negatif, maka nilai adjusted R^2 negatif, maka nilai adjusted R^2 dianggap nol. Secara matematis jika nilai $R^2 = 1$, maka $R^2 = R^2 = 1$, sedangkan jika nilai $R^2 = 0$, maka adjusted $R^2 = (1-k)/(n-k)$. Jika $k > 1$, maka adjusted R^2 akan bernilai negatif.

Uji Regresi Parsial (Uji t)

Uji t dilakukan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel independen secara partial (individu) terhadap variabel dependen.

D. PEMBAHASAN

Hasil Uji Asumsi Klasik

Pengujian asumsi klasik digunakan sebagai syarat agar model regresi linier layak untuk digunakan dan agar penduga yang diperoleh bersifat BLUE (*Best Linier Unbiased Estimator*). Asumsi yang diuji adalah normalitas, heterokedastisitas dan multikolinearitas. Hasil uji asumsi tersebut sebagai berikut:

Uji Asumsi Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah residual dalam model regresi mempunyai distribusi normal atau tidak. Uji normalitas data dalam penelitian ini menggunakan Uji *Kolmogorov-Smirnov* (Uji K-S). Pada nilai *Asym. Sig. (2-tailed)* sebesar 0.530. Jika nilai *Asym. Sig. (2-tailed)* dari pengujian *one sample Kolmogorov-Smirnov test* lebih dari 0.05 maka residual mempunyai distribusi normal. Dari hasil di atas diperoleh nilai *Asym. Sig. (2-tailed)* sebesar 0.530 lebih besar dari 0.05. Jadi dapat disimpulkan bahwa residual model regresi telah memenuhi asumsi normalitas.

Uji Asumsi Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk mengetahui apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain. Uji heteroskedastisitas dalam penelitian ini menggunakan Uji Glejser. Jika nilai signifikansi t lebih besar dari $\alpha = 5\%$ (0,05) menunjukkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas. Berdasarkan pada uji Glejser dapat diketahui bahwa semua nilai t signifikansi model regresi lebih besar dari tingkat signifikansi 0,05. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa model regresi ini memenuhi asumsi heteroskedastisitas.

Uji Asumsi Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk mengetahui apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel independen. Nilai *cutoff* yang umum dipakai untuk menunjukkan adanya multikolinieritas adalah nilai *Tolerance* sama dengan atau kurang dari 0.10 (Ghozali, 2006). Pada hasil dapat dilihat nilai *tolerance* dari variabel independen mempunyai nilai lebih besar dari 0.10 yang berarti bahwa tidak ada korelasi yang kuat antar variabel independen. Dengan demikian dapat disimpulkan dalam model regresi tidak terjadi multikolinearitas antar variabel independen.

Persamaan Regresi

Persamaan regresi yang terbentuk antara pengaruh pendidikan, pengetahuan umum, pengetahuan agama, dan religiusitas terhadap pemahaman mahasiswa/i pada produk bank syariah adalah sebagai berikut :

Hasil Regresi Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	-2.168	.3769		-.575	.567
X1	.457	.162	.270	2.813	.006
X2	.351	.127	.279	2.763	.007
X3	.337	.108	.301	3.110	.003
X4	.065	.056	.105	1.173	.245
<i>R-Square</i>					0,625
<i>Adjusted R Square</i>					0,604
f-hitung					30,400
signifikansi					0.000

Sumber: Data Diolah IBM SPSS 18.0 (2016)

Berdasarkan hasil output regresi dapat diketahui persamaan regresi adalah :

$$Y = -2.168 + 0.457X_1 + 0.351X_2 + 0.337X_3 + 0.065X_4 + e$$

Dari persamaan regresi linier dapat dijelaskan bahwa :

- Constant* sebesar -2.168 memiliki arti tingkat pemahaman mahasiswa menunjukkan penurunan sebesar 2.1681 ketika variabel independen berupa pendidikan, pengetahuan umum, pengetahuan agama, dan religiusitas bernilai nol.
- Koefisien regresi pendidikan adalah sebesar 0,457, menunjukkan bahwa jika terdapat kenaikan variabel bebas 1 dan variabel bebas yang lain tetap, maka tingkat pemahaman mahasiswa/i terhadap produk bank syariah naik sebesar 0,457.

- c. Koefisien regresi pengetahuan umum adalah sebesar 0,351, menunjukkan bahwa jika terdapat kenaikan variabel pengetahuan umum sebesar 1 dan variabel bebas yang lain tetap, maka tingkat pemahaman mahasiswa/i terhadap produk bank syariah naik sebesar 0.351.
- d. Koefisien regresi pengetahuan agama adalah sebesar 0.337, menunjukkan bahwa jika terdapat kenaikan variabel pengetahuan sebesar 1 dan variabel bebas yang lain tetap, maka tingkat pemahaman mahasiswa/i terhadap produk bank syariah naik sebesar 0.337.

Koefisien regresi religiusitas adalah sebesar 0,065, menunjukkan bahwa jika terdapat kenaikan variabel religiusitas sebesar 1 dan variabel bebas yang lain tetap, maka tingkat pemahaman mahasiswa/i terhadap produk bank syariah naik sebesar 0.065.

Uji F (Simultan)

Pada uji simultan statistic pada tabel 4.13 di atas didapatkan nilai F hitung sebesar 30.400 dan nilai F tabel sebesar 2.73. Sehingga dapat disimpulkan bahwa nilai F hitung 30.400 lebih besar dari nilai F tabel 2.73 dan angka signifikansi 0,000 lebih kecil dari alpha 5% (0,05) sehingga menunjukkan bahwa pendidikan, pengetahuan umum, pengetahuan agama, dan religiusitas secara simultan atau bersama-sama mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap tingkat pemahaman mahasiswa/i terhadap produk bank syariah.

Uji t (Parsial)

Dalam pengujian uji t menggunakan $(\alpha) = 0,05$ dan t tabel sebesar 1.66488. Berdasarkan hasil regresi uji t parsial pada tabel 4.13 hasil regresi diatas maka didapatkan hasil sebagai berikut :

- a. Nilai t hitung pendidikan (X1) sebesar 2.813 lebih besar dari nilai t tabel 1,66488 dan nilai signifikansi $0,006 < 0,05$ sehingga menunjukkan bahwa pendidikan berpengaruh secara signifikan terhadap tingkat pemahaman mahasiswa/i terhadap produk bank syariah.
- b. Nilai t hitung pengetahuan umum (X2) sebesar 2.763 lebih besar dari nilai t tabel 1,66488 dan nilai signifikansi $0,007 < 0,05$ sehingga menunjukkan bahwa pengetahuan umum berpengaruh signifikan terhadap tingkat pemahaman mahasiswa/i terhadap produk bank syariah.
- c. Nilai t hitung pengetahuan agama (X3) sebesar 3.110 lebih besar dari nilai t tabel 1,66488 dan nilai signifikansi $0,003 < 0,05$ sehingga menunjukkan bahwa pengetahuan agama berpengaruh signifikan terhadap tingkat pemahaman mahasiswa/i terhadap produk bank syariah.
- d. Nilai t hitung religiusitas (X4) sebesar 1.173 lebih kecil dari nilai t tabel 1,66488 dan nilai signifikansi $0,245 < 0,05$ sehingga menunjukkan bahwa religiusitas tidak berpengaruh signifikan terhadap tingkat pemahaman mahasiswa/i terhadap produk bank syariah.

Nilai koefisien regresi (*standardized coefficients*) yang menunjukkan pengaruh yang paling dominan terhadap tingkat pemahaman mahasiswa/i terhadap produk bank syariah adalah pendidikan sebesar 0,457 dibandingkan variabel yang lain yaitu pengetahuan umum sebesar 0,351, pengetahuan agama sebesar 0.337, dan religiusitas sebesar 0,065.

Koefisien determinasi

Koefisien determinasi antara pendidikan, pengetahuan umum, pengetahuan agama, dan religiusitas didapatkan nilai 0,604 yang artinya bahwa tingkat pemahaman mahasiswa/i terhadap produk bank syariah dapat dijelaskan oleh pendidikan, pengetahuan umum, pengetahuan agama, atau religiusitas sebesar 60,4%. Sedangkan oleh faktor lainnya sebesar 39,6%.

Pembahasan

Pengaruh Pendidikan Terhadap Tingkat Pemahaman Mahasiswa/i Prodi Ekonomi Syariah UMM pada Produk Bank Syaria'h.

Secara individu pendidikan berpengaruh signifikan terhadap tingkat pemahaman mahasiswa/i. Pengaruhnya positif artinya semakin tinggi pendidikan yang ditempuh oleh mahasiswa/i maka semakin tinggi pula tingkat pemahaman mahasiswa/i terhadap produk bank

syariah. Pendidikan yang berpengaruh positif ini sesuai dengan yang ditemukan di lapangan. Sesuai dengan hasil yang ada di lapangan bahwa mahasiswa/i prodi ekonomi syariah khususnya konsentrasi perbankan syariah setiap harinya mendapatkan materi tentang perbankan syariah dari sejarah perkembangannya sampai produk-produk yang ada di perbankan syariah. Jadi semakin lama studi mahasiswa yang ditempuh maka semakin banyak materi yang didapatkan tentang perbankan syariah. Sehingga meningkatkan pemahaman terhadap produk bank syariah.

Pendidikan yang berpengaruh positif sesuai dengan teori yang dikemukakan oleh Hary (2006) bahwa tingkat pendidikan turut pula menentukan mudah tidaknya seseorang menyerap dan memahami pemahaman yang mereka peroleh, pada umumnya semakin tinggi pendidikan seseorang makin semakin baik pula pemahamannya. Semakin tinggi pendidikan yang ditempuh seseorang, maka semakin tinggi pula pemahaman tentang produk bank syariah. Pendidikan merupakan salah satu sarana untuk meningkatkan pemahaman.

Pengaruh Pengetahuan Umum Terhadap Tingkat Pemahaman Mahasiswa/i Prodi Ekonomi Syariah UMM pada Produk Bank Syari'ah.

Secara individu pengetahuan umum berpengaruh signifikan terhadap tingkat pemahaman mahasiswa/i prodi ekonomi syariah UMM pada produk bank syari'ah. Hasil penelitian ini sesuai yang ditemukan di lapangan, bahwa mahasiswa/i prodi ekonomi syari'ah untuk menambah pengetahuan yang dimiliki, mereka mencari informasi dari media baik media cetak atau digital. Pengetahuan mahasiswa/ijuga dapat bertambah dari pengalaman yang dialami sendiri atau pengalaman dari saudara, kerabat, atau teman. Pengetahuan mahasiswa juga dapat bertambah, dari seringnya mereka mengikuti seminar tentang perbankan syariah. Selain itu, pengetahuan mahasiswa/i khususnya tentang perbankan syariah juga dapat bertambah dari promosi dan sosialisasi pihak bank syariah.

Pengaruh Pengetahuan Agama Terhadap Tingkat Pemahaman Mahasiswa/i Prodi Ekonomi Syariah UMM pada Produk Bank Syari'ah

Secara individu variabel pengetahuan agama menunjukkan pengaruh signifikan pada tingkat pemahaman mahasiswa/i prodi ekonomi syariah. Karena semakin tinggi pengetahuan agama mahasiswa/i maka tingkat pemahaman terhadap produk bank syariah semakin tinggi pula. Ini sesuai dengan hasil temuan yang ada di lapangan. Pengetahuan agama yang dimiliki oleh mahasiswa/i membuat mahasiswa/i berperilaku baik dan menghindari perbuatan tercela. Pengetahuan agama menyebabkan mahasiswa/i menghindari riba yang ada di bank konvensional.

Pengaruh Religiusitas Terhadap Tingkat Pemahaman Mahasiswa/i Prodi Ekonomi Syariah UMM pada Produk Bank Syari'ah

Secara individu religiusitas tidak berpengaruh terhadap tingkat pemahaman mahasiswa/i pada produk bank syariah. Karena tinggi rendahnya religiusitas tidak berpengaruh pada pemahaman produk bank syari'ah. Ketaatan beragama, keyakinan beragama, pengalaman keagamaan, yang tinggi tidak serta merta meningkatkan tingkat pemahaman mahasiswa/i terhadap produk bank syariah. Dikarenakan religiusitas yang tinggi, apabila tidak dibarengi dengan pendidikan dan pengetahuan tentang perbankan yang tinggi maka pemahaman tentang produk bank syariah akan rendah. Pada indikator kemaslahatan umat, mahasiswa/i kurang percaya bahwa perbankan syariah dapat memberikan dampak pada kesejahteraan manusia pada umumnya dan umat muslim pada khususnya. Karena eksistensi bank syariah masih kalah dengan bank konvensional. Mahasiswa/i juga masih ragu akan kesyaria'ahan bank syariah, karena sistem bagi hasil yang kurang jelas.

E. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil dan pembahasan penelitian yang telah dijelaskan pada bab sebelumnya maka dapat ditarik kesimpulan bahwa :

1. Pendidikan adalah salah satu sarana untuk menambah ilmu mahasiswa/i. Bertambahnya ilmu ini, mengakibatkan tingkat pemahaman mahasiswa/i terhadap produk bank syariah semakin tinggi.
2. Mahasiswa/i sering mengikuti seminar atau berita yang ada di media cetak atau pun digital. Selain itu sosialisasi dan promosi perbankan syariah juga menambah pengetahuan mahasiswa/i . Sehingga menambah pengetahuan mahasiswa/i tentang suatu fenomena. Semakin tinggi pengetahuan yang dimiliki mahasiswa maka semakin tinggi pula tingkat pemahaman mahasiswa terhadap produk bank syariah.
3. Pengetahuan agama yang tinggi tentang aqidah, akhlak, dan syari'ah. Menyebabkan mahasiswa/i berperilaku baik dan sesuai syari'at agama islam. Sehingga mahasiswa/i menghindari riba yang ada di bank konvensional. Semakin tinggi pengetahuan agama yang dimiliki, maka akan semakin meningkat pemahaman mahasiswa terhadap produk bank syariah.

Tinggi rendahnya religiusitas tidak berpengaruh pada pemahaman produk bank syariah. Dikarenakan mahasiswa/i masih kurang percaya bank syariah akan membawa kesejahteraan umat. Selain itu mahasiswa/i meragukan kesyariahan bank syariah.

F. SARAN

Berdasarkan kesimpulan yang telah di uraikan diatas , maka saran dari penelitian ini adalah :

1. Pemberian pendidikan sudah baik, tetapi alangkah baiknya pemberian pendidikan ekonomi islam khususnya perbankan syariah harus lebih mendalam lagi. Sehingga pemahaman mahasiswa terhadap produk bank syariah lebih meningkat.
2. Agar lebih meningkatkan pemahaman mahasiswa terhadap produk bank syariah. Maka mahasiswa harus lebih sering mencari informasi tentang pengetahuan umum baik melalui media cetak atau media digital.
3. Berkaitan dengan pengetahuan agama, pengetahuan agama yang dimiliki mahasiswa sudah dirasa baik. Perlu ditingkatkan lagi untuk meningkatkan pemahaman mahasiswa terhadap produk bank syariah.
4. Dalam hal yang berkaitan dengan religiusitas, mahasiswa harus diberikan penyuluhan dan sosialisasi perbankan syariah agar mahasiswa lebih percaya dengan kesyariahan bank syariah.

DAFTAR PUSTAKA

- A. Purwataatmadja, Karnaen, Muhammad Syafi'i Antonio. 1992. *Apa dan Bagaimana Bank Islam*, Yogyakarta: Dana Bhakti Wakaf.
- Ahmadi, Abu. 2001. *Ilmu Pendidikan*. Jakarta: PT. Rineka Cipta
- Anangadipa Abhimantra, dkk. 2013. *Analisis Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Nasabah Dalam Memilih Menabung Pada Bank Syariah*.
- Bloom, Benjamin S, G. Thomas dan George F. Madaus. 1971. *Handbook on Formative and Sumative Evaluation of Student Learning*. United State of America: McGraw-Hil, Inc.
- Budisantoso Totok, Triandaru Sigit. 2006. *Bank dan Lembaga Keuangan Lain*. Jakarta : Salemba Empat.
- Kasiram, Mohammad. 2008. *Metode Penelitian Kuantitatif-Kualitatif*. Malang: UIN Malang Press.
- Lubis, Irsyad, 2010. *Bank Dan Lembaga Keuangan Lain*, Medan: USU Press.
- Mowen, J.C, Minor.M. 1998. *Consumer Behavior*. New York : Prentice Hall Inc.
- Peter, J. Paul, dan Olson. 1993. *Consumer Behavior: Marketing Strategy Perspective*. USA: Richard D. Irwin, INC.
- Republik Indonesia, 2004. *Undang-Undang Nomor 21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah*.
- Republik Indonesia, 2004 *Undang-Undang. Nomor 24 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah*.

- Robbani, Shoffa. 2013. *Analisis tentang Kepahaman Nasabah BNI Syariah Terhadap Kesayriaahan BNI Syariah (Studi Kasus BNI Syariah Cabang Godean Sleman, Yogyakarta)*. Vol: No.1. Desember.2013. website.
- Siregar, Shofyan dan Fandy Hutari. 2013. *Statistik Parametrik untuk Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung Alfabeta.
- Sudarsono, Heri. 2008, *Bank & Lembaga Keuangan Syari'ah*. Yogyakarta: Ekonisia
- Ujang Sumarwan. 2011. *Perilaku Konsumen*. Bogor : Ghalia Indonesia
- Woldie, Atsede, dan Saad Nasser Al Hajri, 2004, *Islamic Banking In The West : The Need for Islamic Banking in The UK*, Indonesian Management and Accounting Reserch, Vol II no 1 Januari, pp, 1-38