

50F 2009

**FAKTOR FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT
NASABAH UNTUK MENDAPATKAN PEMBIAYAAN PADA
BANK BNI SYARIAH (STUDY KASUS DI CABANG XYZ)**

TESIS

Diajukan sebagai salah satu syarat
untuk memperoleh gelar Magister Sains (M.Si) dalam bidang Ekonomi dan
Keuangan Syariah pada Program Studi Timur Tengah dan Islam
Program Pascasarjana Universitas Indonesia

DEDEK ABDUL HALIM
0606024655

T
24315



**UNIVERSITAS INDONESIA
PROGRAM PASCASARJANA
PROGRAM STUDI TIMUR TENGAH DAN ISLAM
KEKHUSUSAN EKONOMI DAN KEUANGAN SYARIAH
JAKARTA
JULI 2008**

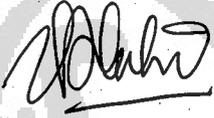


HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

**Tesis ini adalah hasil karya saya sendiri,
dan semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk
telah saya nyatakan dengan benar.**

Nama : Dedek Abdul Halim

NPM : 0606024655

Tanda Tangan : 

Tanggal : 18 Juni 2008

HALAMAN PENGESAHAN

Tesis ini diajukan oleh :

Nama : Dedek Abdul Halim
NPM : 0606024655
Program Studi : Timur Tengah dan Islam

Judul Tesis : Faktor- Faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah
untuk Mendapatkan Pembiayaan pada Bank BNI Syariah
(Study Kasus di Cabang XYZ)

Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Magister Saint pada Program Studi Timur Tengah dan Islam Program Pascasarjana, Universitas Indonesia.

DEWAN PENGUJI

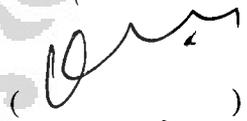
Ketua Sidang : Dr. Muhammad Muslich, MBA

()

Pembimbing 1 : Mustafa Edwin Nasution, M.Sc, MAEP, Ph.D

()

Pembimbing 2 : Handi Risza Idris, SE, M.Ec

()

Penguji : Kuncoro Hadi, ST., Msi

()

Reader/Pembaca Ahli : Hardius Usman, SSi., Msi

()

Ditetapkan di : Jakarta
Tanggal : 22 Juli 2008

KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirrahim,

Segala puja dan puji, segenap rasa syukur, ditujukan hanya kehadirat Allah SWT, hanya karena rahmat, karunia, dan keridhoan-Nya lah penulis memiliki kekuatan, kemauan, kesempatan dan kemudahan dalam menyelesaikan tesis yang merupakan syarat kelulusan Program Master di Program Pasca Sarjana Kajian Timur Tengah Islam, Universitas Indonesia.

Tesis ini berjudul “Faktor-faktor yang mempengaruhi minat nasabah untuk mendapatkan pembiayaan pada bank BNI syariah (study kasus di cabang XYZ)”. Adapun tujuan penulisan tesis ini adalah untuk mengetahui sejauh manakah pengaruh materialisme, pelayanan, lokasi, pengetahuan tentang bank syariah serta komitmen keagamaan dapat mempengaruhi minat untuk mendapatkan pembiayaan di bank syariah.

Dengan kesadaran yang penuh, penulis yakin bahwa tesis ini tidak akan terwujud tanpa bantuan dari sejumlah pihak yang begitu ikhlas dalam memberikan bantuan baik moril maupun materil. Oleh karena itu pada kesempatan ini, penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak. Mustafa Edwin Nasution, M.Sc, MAEP, Ph.D selaku selaku pembimbing tesis 1 yang telah mengarahkan dalam proses penulisan tesis ini..
2. Bapak. Handi Risza Idris. SE, M.Ec selaku pembimbing tesis 2 yang selalu sabar dan ikhlas memberikan bimbingan dan ilmunya.
3. Bapak. Muhammad Muslich, Dr. selaku ketua sidang yang telah banyak memberikan ilmu yang bermanfaat.
4. Bapak Kuncoro Hadi, ST., Msi selaku penguji yang telah banyak memberikan masukan pada saat sidang.
5. Bapak Hardius Usman, SSi., Ms selaku reader/pembaca ahli yang juga telah banyak memberikan koreksi dan masukan yang bermanfaat pada penulisan tesis ini.
6. Seluruh staf pengajar PSTTI UI yang telah banyak membagikan ilmu, hikmah dan pencerahan kepada penulis.

7. Seluruh teman-teman angkatan XI yang telah menjadi teman seperjuangan penulis dalam menuntut ilmu di kampus tercinta.
8. Seluruh staf administrasi PSTTI UI yang telah banyak membantu kelancaran penulis dalam menuntut ilmu.
9. Orang tua tercinta bapak Syoib Mahmud, ibu Zuammah, ibu Cholillah yang telah memberikan dukungan baik moril maupun spirituil sehingga penulisan tesis ini dapat diselesaikan.
10. Istri tercinta Ida Zuraidah, serta anak-anakku Chosyatillah, Muhammad Rizqillah, dan Nasywa Sabillah yang telah menjadi motivasi dan inspirasi sehingga tesis ini dapat diselesaikan tepat pada waktunya.
11. Seluruh pihak terkait lainnya yang belum mungkin disebutkan satu per satu disini.

Penulis sadar sepenuhnya tesis ini masih jauh dari sempurna sehingga sangat mengharapkan adanya masukan-masukan dari berbagai pihak dalam menyempurnakannya. Akhir kata penulis ucapkan Alhamdulillah.

Wallahu'alam bi shawab.

Jakarta, 18 Juni 2008

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademik Universitas Indonesia, saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Dedek Abdul Halim
NPM : 0606024655
Program Studi : Timur Tengah dan Islam
Fakultas : Program Pascasarjana
Jenis Karya : Tesis

demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Indonesia **Hak Bebas Royalti Noneksklusif** (*Non-exclusif Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul :

Faktor- Faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah untuk Mendapatkan Pembiayaan pada Bank BNI Syariah (Study Kasus di Cabang XYZ)

beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Indonesia berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat dan mempublikasikan tugas akhir saya tanpa meminta izin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta
Pada tanggal : 18 Juni 2008
Yang Menyatakan



(Dedek Abdul Halim)

ABSTRAK

Nama : Dedek Abdul Halim
Program Studi : Timur Tengah dan Islam
Judul Tesis : Faktor- Faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah untuk
Mendapatkan Pembiayaan pada Bank BNI Syariah (Study Kasus
di Cabang XYZ)

Fungsi intermediasi adalah salah satu fungsi yang penting dalam dunia perbankan. Untuk mendeteksi fungsi intermediasi dapat digunakan indikator keuangan *Financing to Deposit Ratio* (FDR), yaitu perbandingan antara jumlah pembiayaan yang disalurkan terhadap jumlah dana pihak ketiga yang dihimpun dari masyarakat. Penyaluran pembiayaan di Bank BNI syariah cabang XYZ masih terlalu kecil jika dibandingkan dengan DPK yang berhasil dihimpun.

Penelitian ini merupakan studi kasus terhadap minat nasabah untuk mendapatkan pembiayaan di bank BNI syariah cabang XYZ, yang dilihat dari sudut pandang Nasabah yaitu materialisme, pelayanan dan lokasi bank syariah. Dengan menggunakan data sekunder yang berasal dari laporan keuangan dan laporan publikasi mengenai bank BNI syariah serta data primer yang berasal dari kusioner. Metode analisis statistik yang akan digunakan untuk pengolahan data adalah analisis regresi linear berganda. Dengan kesimpulan : Dalam rangka meningkatkan minat nasabah untuk mendapatkan pembiayaan dari Bank BNI syariah cabang XYZ maka margin dan bagi hasil harus bersaing dengan bank konvensional, pelayanan harus ditingkatkan serta lokasi bank syariah hendaknya berada di tempat yang strategis.

Kata Kunci : Materialisme, Pelayanan, Lokasi bank syariah, minat untuk mendapatkan Pembiayaan dari bank syariah.

ABSTRACT

Name : Dedek Abdul Halim
Study Program: Middle East and Islamic Studies
Title : Factors Influencing Client Enthusiasm To Get The Defrayal
at Bank of Bni Moslem Law (Study Case at Branch XYZ)

Intermediary function is one of important functions in the world of banking. To detect it, one can use one of finance indicators, that is *Financing to Deposit Ratio* (*FDR*). It is comparison of amount of defrayal channelled with amount of third party savings collected from society. Defrayal Channelling in BNI Moslem Bank - Branch XYZ is still remarkably smaller than third-party fund collected.

This research represents the case study to customer enthusiasm to get defrayal from BNI Moslem Bank-Branch XYZ, which is observed from customer points of view, those are materialism, service and location of Moslem bank. By using secondary data derived from financial statements and publicized reports of BNI Moslem Bank and also from primary data earned from questionnaires. Statistical analysis method used for the data processing is doubled linear regression analysis. Having as a conclusion : In order to improve customer enthusiasm to get the Defrayal from BNI Moslem Bank- Branch XYZ, hence margin and sharing holder have to vie with those kind of the conventional bank, service has to be improved and location of Moslem bank must be strategic and convenient.

Keyword : Materialism, Service, Location of Moslem Bank, enthusiasm to get the Defrayal from Moslem bank.

الخلاصة

اسم : ديديك عبد الحليم
برنامج دراسي : دراسة ولاية الشرق الأوسط والإسلام
موضوع : العوالمب المؤثرة على رغبة المضاربين للحصول على التمويل من قبل بنك دولة إندونيسيا الإسلامي – BNI -Syari'ah (دراسة واقعية في المكتب الفرعي الفلاني)

التوسيط هو أحد الأشياء المهمة في المجال المصرفي، وتمكن معالجة أهميته بعامله مالية (-FDR - Financing to Deposit Ratio)، يعني المقارنة بين كمية التمويل المصرفي وكمية أموال صاحب مال المجموعة من المجتمع، وما زال التمويل في بنك دولة إندونيسيا الإسلامي في المكتب الفرعي الفلاني قليلا بالنسبة لكمية الأموال المجموعة من أصحاب المال.

وهذا البحث دراسة واقعية لرغبة المضاربين في الحصول على التمويل من قبل بنك دولة إندونيسيا المكتب الفرعي الفلاني، وتكون هذه الرغبة من جهة نظر المضاربين، وهي المادية والخدمة وموقع البنك الإسلامي، ويستخدم هذا البحث البيانات الفرعية الناتجة من البيانات المالية والبيانات الإعلانية عن حال بنك دولة إندونيسيا، وأيضا البيانات الأصلية الناتجة من الاستثمارات، وطريقة التحليل المستخدمة هي قاعدة (Multiple Linier Regression)، وخلاصة البحث: لرفع مستوى رغبة المضاربين في الحصول على التمويل من قبل بنك دولة إندونيسيا المكتب الفرعي الفلاني لابد من أن تكون نسبة المضاربة وسابقة بنسبتها في البنوك العامة، وتحسين نوعية الخدمة واختيار المكان الإستراتيجي لمكتب البنك.

مفتاح الكلمات: المادية، الخدمة، موقع البنك الإسلامي، الرغبة في الحصول على التمويل من قبل البنك الإسلامي.

RINGKASAN EKSEKUTIF

Peningkatan peranan perbankan sangat diperlukan untuk meningkatkan volume usaha pada sektor riil yang dapat mendorong pertumbuhan ekonomi dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Khususnya perbankan syariah adalah salah satu sektor kunci yang berfungsi sebagai lembaga intermediasi, yaitu menyalurkan dana dari pihak yang kelebihan dana kepada pihak yang membutuhkan dana. Pada kenyataannya dalam menjalankan operasional perbankan syariah mengalami kesulitan dalam mengendalikan likuiditasnya secara efisien. Hal itu terlihat pada gejala seperti, tidak tersedianya kesempatan investasi segera atas dana-dana simpanan yang diterimanya. Dana-dana tersebut terakumulasi dan menganggur (*idle*) untuk beberapa hari sehingga mempengaruhi tingkat *Financing to Deposit Ratio* (FDR).

Fungsi intermediasi adalah salah satu fungsi yang penting dalam dunia perbankan, untuk mendeteksi fungsi intermediasi dapat digunakan indikator keuangan yaitu *Financing to Deposit Ratio* (FDR). *Financing to Deposit Ratio* (FDR) merupakan perbandingan antara jumlah pembiayaan yang disalurkan terhadap jumlah dana pihak ketiga yang dihimpun dari masyarakat.

Disamping itu fungsi bank syariah sebagai lembaga intermediasi harus dapat menggerakkan sektor riil. Dan indikator yang dapat memberikan informasi kepada kita apakah suatu bank syariah sudah menjalankan fungsi ini dengan baik atau belum adalah FDR. Dimana semakin tinggi FDR suatu bank syariah yaitu mendekati 100 % maka bank syariah ini dapat dikatakan sudah menjalankan fungsi intermediasi dengan baik. Menurut ketentuan Bank Indonesia FDR yang ideal untuk bank syariah adalah 85% sampai dengan 110%, sehingga bank syariah yang mempunyai FDR dibawah 85% dapat dikatakan belum menjalankan fungsi intermediasi dengan baik. Kondisi tingkat FDR dibawah ketentuan yang telah ditetapkan oleh Bank Indonesia dapat kita temui di bank BNI syariah cabang XYZ.

FDR bank bni syariah secara keseluruhan hingga september 2007 menunjukkan angka 104,37 %, sedangkan ketentuan Bank Indonesia FDR untuk bank syariah maksimum adalah 110 %. Dimana angka tersebut jika kita *breakdown* lagi maka terdiri dari kumpulan angka FDR cabang-cabang BNI

syariah, dari data yang diperoleh dari sumber laporan keuangan gabungan bank BNI syariah periode September 2007 terdapat angka yang bervariasi mulai dari yang dibawah 85% hingga diatas 100%. Untuk kondisi tingkat FDR dibawah 85% dapat kita temui di bank BNI syariah cabang XYZ yaitu sebesar 67,71%.

Berdasarkan uraian diatas, maka rumusan masalah dalam tesis ini adalah dalam rangka untuk menjadi lembaga intermediasi yang baik maka FDR bank BNI Syariah cabang XYZ seharusnya berada diantara 85% hingga diatas 100%, atau pembiayaan yang disalurkan mendekati bahkan melebihi DPK yang berhasil dihimpun. Namun pada kenyataannya bank BNI syariah cabang XYZ memiliki tingkat *Financing to Deposit Ratio* (FDR) dibawah ketentuan minimum Bank Indonesia. Sehingga dalam rangka mengidentifikasi faktor-faktor yang dapat meningkatkan minat nasabah atau non nasabah untuk mendapatkan pembiayaan di bank BNI syariah cabang XYZ, maka beberapa pertanyaan yang akan dijawab dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Apakah materialisme mempengaruhi minat nasabah untuk mendapatkan pembiayaan dari bank syariah XYZ?
2. Apakah pelayanan mempengaruhi minat nasabah untuk mendapatkan pembiayaan dari bank syariah XYZ?
3. Apakah lokasi bank syariah mempengaruhi minat nasabah untuk mendapatkan pembiayaan dari bank syariah XYZ?
4. Apakah pengetahuan tentang bank syariah mempengaruhi minat nasabah untuk mendapatkan pembiayaan dari bank syariah XYZ?
5. Apakah komitmen keagamaan mempengaruhi minat nasabah untuk mendapatkan pembiayaan dari bank syariah XYZ?

Sesuai dengan rumusan permasalahan dalam penelitian ini, yaitu dengan kondisi yang harus menjadi lembaga intermediasi yang baik namun pada kenyataannya bank BNI syariah cabang XYZ memiliki tingkat *Financing to Deposit Ratio* (FDR) sebesar 67,71% yang masih di bawah ketentuan BI sebesar 85%. Maka tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah mengidentifikasi faktor-faktor yang menyebabkan rendahnya minat nasabah dan non nasabah dilingkungan bank BNI syariah cabang XYZ untuk mendapatkan pembiayaan yang dilihat dari sudut pandang nasabah, antara lain sebagai berikut :

1. Mengetahui pengaruh materialisme terhadap minat nasabah untuk mendapatkan pembiayaan dari bank syariah XYZ?
2. Mengetahui pengaruh pelayanan terhadap minat nasabah untuk mendapatkan pembiayaan dari bank syariah XYZ?
3. Mengetahui pengaruh lokasi bank syariah terhadap minat nasabah untuk mendapatkan pembiayaan dari bank syariah XYZ?
4. Mengetahui pengaruh pengetahuan tentang bank syariah terhadap minat nasabah untuk mendapatkan pembiayaan dari bank syariah XYZ?
5. Mengetahui pengaruh komitmen keagamaan terhadap minat nasabah untuk mendapatkan pembiayaan dari bank syariah XYZ?

Dalam studi kasus untuk mengembangkan pengetahuan yang mendalam mengenai obyek yang diteliti dengan tetap mempertahankan keutuhan dari obyek sehingga data yang dikumpulkan dapat dipelajari sebagai keseluruhan yang terintegrasi, maka perlu diberikan batasan masalah sebagai berikut :

1. Untuk meningkatkan pembiayaan dipengaruhi oleh faktor demand (nasabah) dan supply (perbankan) yaitu : (1) alternatif meminjam ; (2) pelayanan bank umum, (3) budaya ; (4) kelayakan usaha ; (5) karakter nasabah dan ; (6) kelengkapan administrasi, Duddy Roesmara Donna, 2004. Namun dalam penelitian ini hanya difokuskan pada sisi demandnya saja, yaitu materialisme, pelayanan, lokasi bank syariah, pengetahuan tentang bank syariah, komitmen keagamaan dan minat untuk mendapatkan pembiayaan dari bank syariah.
2. Penelitian ini dibatasi hanya untuk mengidentifikasi pengaruh kelima variabel independent terhadap variabel dependen dari sisi *demand* (nasabah/pelanggan) yaitu : variabel independent : (1) Materialisme ; (2) Pelayanan ; (3) Lokasi bank syariah ; (4) Pengetahuan tentang bank syariah ; (5) Komitmen keagamaan terhadap variabel dependen ; (6) Minat nasabah untuk mendapatkan pembiayaan dari bank syariah. Kelima variabel independen ini disebut variabel moderator (*moderating variable*), Uma Sekaran, 2006.
3. Penelitian ini mengacu pada model konseptual yang terdapat dalam penelitian Duddy Roesmara Donna, 2004, yang hanya ditinjau dari sisi

demand (nasabah) saja, adapun ketiga alasan yang mendasari keputusan ini adalah:

- Besar kemungkinan adanya kesulitan untuk menggali informasi, termasuk informasi keuangan dan *market share* yang rahasia dari objek penelitian.
 - Variabel-variabel yang mempengaruhi dari sisi supply dalam hal ini yang dilakukan oleh perbankan lebih kepada persyaratan untuk mendapatkan pembiayaan sesuai dengan prinsip *prudential banking* yang sudah diatur oleh bank Indonesia.
 - Nilai pelanggan dapat mempengaruhi nilai perusahaan secara positif (Aaker, 1991), sehingga dengan melakukan penelitian dari sisi *demand* (nasabah/pelanggan) sudah dapat memberikan gambaran tentang nilai perusahaan.
4. Pembiayaan yang menjadi objek dalam penelitian ini adalah piutang murabahah, pembiayaan mudharabah dan musyarakah.
 5. Penelitian ini hanya dilakukan kepada nasabah dan non nasabah yang dilakukan di lingkungan bank BNI Syariah kantor cabang XYZ.

Responden diwakili oleh 200 nasabah dan non nasabah bank BNI syariah kantor cabang XYZ.

Untuk memecahkan masalah yang diangkat dalam penelitian ini, maka berdasarkan kerangka pemikiran diatas, hipotesis penelitian ini disusun sebagai berikut :

- H₀₁ : Tidak terdapat pengaruh materialisme terhadap minat nasabah untuk mendapatkan pembiayaan dari bank syariah.
- Ha₁ : Terdapat pengaruh materialisme terhadap minat nasabah untuk mendapatkan pembiayaan dari bank syariah.
- H₀₂ : Tidak terdapat pengaruh pelayanan terhadap minat nasabah untuk mendapatkan pembiayaan dari bank syariah.
- Ha₂ : Terdapat pengaruh pelayanan terhadap minat nasabah untuk mendapatkan pembiayaan dari bank syariah.
- H₀₃ : Tidak terdapat pengaruh lokasi bank syariah terhadap minat nasabah untuk mendapatkan pembiayaan dari bank syariah.

Ha₃ : Terdapat pengaruh lokasi bank syariah terhadap minat nasabah untuk mendapatkan pembiayaan dari bank syariah.

H₀₄ : Tidak terdapat pengaruh pengetahuan tentang bank syariah terhadap minat nasabah untuk mendapatkan pembiayaan dari bank syariah.

Ha₄ : Terdapat pengaruh pengetahuan tentang bank syariah terhadap minat nasabah untuk mendapatkan pembiayaan dari bank syariah.

H₀₅ : Tidak terdapat pengaruh komitmen keagamaan terhadap minat nasabah untuk mendapatkan pembiayaan dari bank syariah.

Ha₅ : Terdapat pengaruh komitmen keagamaan terhadap minat nasabah untuk mendapatkan pembiayaan dari bank syariah.

Penelitian ini merupakan studi kasus terhadap minat nasabah untuk mendapatkan pembiayaan dalam rangka meningkatkan *Financing to Deposit Ratio* (FDR) di bank BNI syariah cabang XYZ. Dengan menggunakan pendekatan kuantitatif yang diawali dengan studi literatur yang mencakup kajian teori, penelitian sebelumnya dan model yang berkaitan dengan masalah, kemudian dilanjutkan dengan pengumpulan data primer melalui kuesioner dari 200 (dua ratus) responden yang merupakan nasabah dan non nasabah bank BNI Syariah XYZ. Jawaban responden selanjutnya akan dianalisis secara kuantitatif dengan maksud untuk mencari jawaban atas hipotesis penelitian ini. Digunakan model ekonometri dengan satu variable terikat yang dihasilkan dari penjumlahan atau rata-rata skor seluruh jawaban pada masing-masing variabel moderator yang dipilih responden dalam rentang skala likert (1-5).

Metode analisis statistik yang akan digunakan untuk pengolahan data adalah analisis regresi berganda yang diawali dengan uji validitas dan uji reliabilitas dengan menggunakan instrument *Cronbach's Alpha Coefficient*.

Dari kelima faktor yang diduga berpengaruh terhadap minat nasabah untuk mendapatkan pembiayaan di bank syariah cabang XYZ, yaitu variabel Materialisme, Pelayanan, Lokasi bank Syariah, Pengetahuan tentang bank syariah dan Komitmen keagamaan, maka dapat ditarik kesimpulan :

1. Tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel materialisme dengan minat nasabah maupun non nasabah bank BNI Syariah cabang XYZ untuk mendapatkan pembiayaan. Variabel materialisme berpengaruh secara negatif,

dimana penurunan setiap satu unit materialisme (bisa berupa tingkat margin, bagi hasil maupun biaya-biaya lainnya) akan mengakibatkan peningkatan minat untuk mendapatkan pembiayaan dari bank syariah sebesar persentase slope persamaan regresinya.

2. Tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel pelayanan dengan minat nasabah maupun non nasabah bank BNI Syariah cabang XYZ untuk mendapatkan pembiayaan. Variabel pelayanan berpengaruh secara positif, dimana peningkatan setiap satu unit pelayanan (bisa berupa tingkat kemudahan memenuhi kelengkapan administrasi, kecepatan proses pencairan pembiayaan) akan mengakibatkan peningkatan minat untuk mendapatkan pembiayaan dari bank syariah sebesar persentase slope persamaan regresinya.
3. Tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel lokasi bank syariah dengan minat nasabah maupun non nasabah bank BNI Syariah cabang XYZ untuk mendapatkan pembiayaan. Variabel lokasi bank syariah berpengaruh secara positif, dimana peningkatan setiap satu unit lokasi (bisa berupa letak yang strategis dan berada di lokasi pusat perniagaan) akan mengakibatkan peningkatan minat untuk mendapatkan pembiayaan dari bank syariah sebesar persentase slope persamaan regresinya.

DAFTAR ISI

	Hal
HALAMAN JUDUL.....	i
PERNYATAAN ORISINALITAS	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH	vi
ABSTRAK	vii
ABSTRAK (<i>english</i>).....	viii
ABSTRAK (<i>arabic</i>).....	ix
RINGKASAN EKSEKUTIF	x
DAFTAR ISI	xvi
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	xx
DAFTAR LAMPIRAN	xxi

BAB I. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah dan Pertanyaan Penelitian	4
1.3 Tujuan Penelitian	6
1.4 Batasan Penelitian	6
1.5 Kerangka Pemikiran	8
1.6 Hipotesis Penelitian	10
1.7 Metode Penelitian	10
1.8 Sistematika Penulisan	11

BAB II. TINJAUAN LITERATUR

2.1 Kerangka Teori	13
2.1.1 Al Wadiah	16
2.1.2 Investasi	17
2.1.3 Investasi Khusus.....	18
2.1.4 Penyaluran Dana.....	19
2.1.5 Financing to Deposit Ratio (FDR)	25
2.1.6 Pembiayaan Murabahah dalam Islam.....	25
2.1.7 Teori Prilaku Konsumen	28
2.1.8 Teori Materialisme.....	30

2.1.9	Pemasaran Syariah.....	31
2.2	Penelitian Sebelumnya	35
2.3	Penerapan Teori Dalam Pemecahan Masalah	49

BAB III. METODOLOGI PENELITIAN DAN DATA

3.1	Metodologi Untuk Penyelesaian Masalah	51
3.1.1	Metode Analisis.....	51
3.1.2	Variabel dan Pengukuran	51
3.1.3	Instrumen Penelitian	52
3.1.4	Uji Instrumen	53
3.1.5	Analisis Data.....	56
3.2	Data yang Digunakan.....	60
3.2.1	Data.....	60
3.2.2	Penentuan Sampel Penelitian.....	61
3.3	Tahap Penyelesaian Masalah.....	61
3.4	Flow Chart Tahap Penyelesaian Masalah.....	63

BAB IV. ANALISIS DAN PEMBAHASAN

4.1	Analisis Data	64
4.1.1	Pengumpulan Data.....	64
4.1.2	Profil Responden Penelitian.....	68
4.2	Uji Validitas	73
4.3	Uji Reabilitas.	75
4.4	Pengujian Asumsi Klasik.....	77
4.4.1	Pengujian Heteroskedastisitas	79
4.4.2	Pengujian Multikolinearitas	81
4.5	Analisis Model	82
4.5.1	Persamaan Regresi pada cabang syariah XYZ	82
4.5.2	Uji F (Uji Serentak).....	83
4.5.3	Uji t (Uji Parsial)	85
4.5.4	Interpretasi Model.....	87

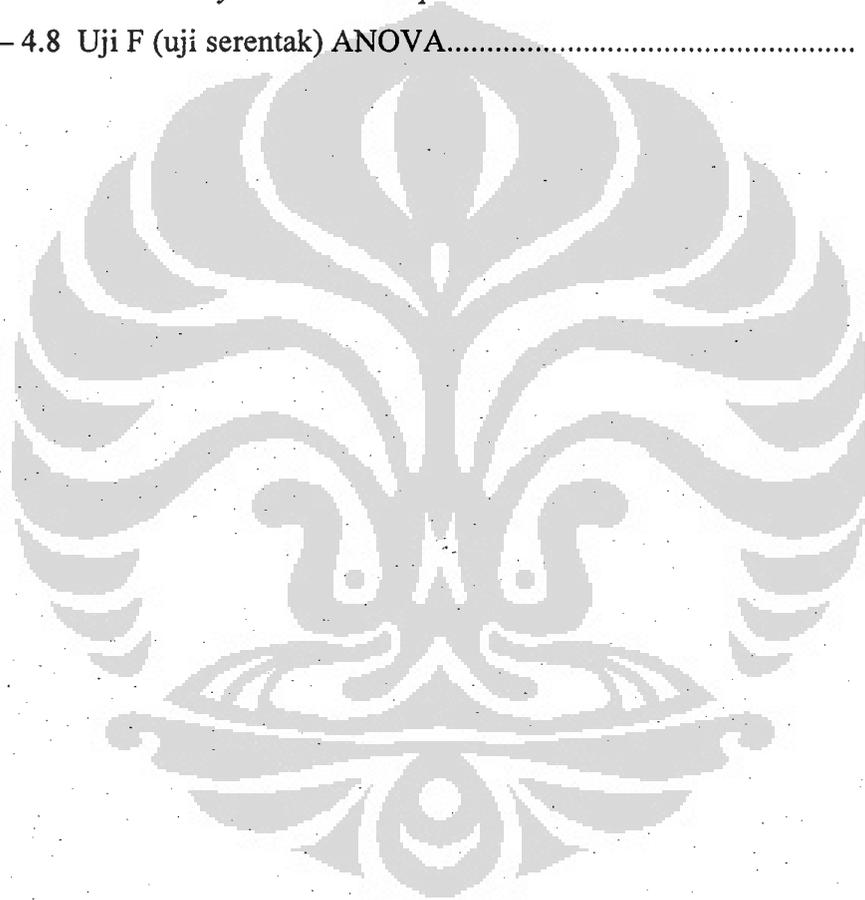
BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan.	89
5.2 Saran	90
 DAFTAR PUSTAKA	 91
 LAMPIRAN	 L



DAFTAR TABEL

Tabel – 4.1 Pembiayaan.....	67
Tabel – 4.2 Dana Pihak Ketiga.....	68
Tabel – 4.3 FDR (<i>financing to deposit ratio</i>).....	69
Tabel – 4.4 Hasil Pengujian Validitas.....	74
Tabel – 4.5 Hasil Pengujian Reliabilitas.....	76
Tabel – 4.6 Perhitungan <i>White Heteroskedasticity</i>	81
Tabel – 4.7 <i>Collinearity Statistics Independent Variable</i>	82
Tabel – 4.8 Uji F (uji serentak) ANOVA.....	85

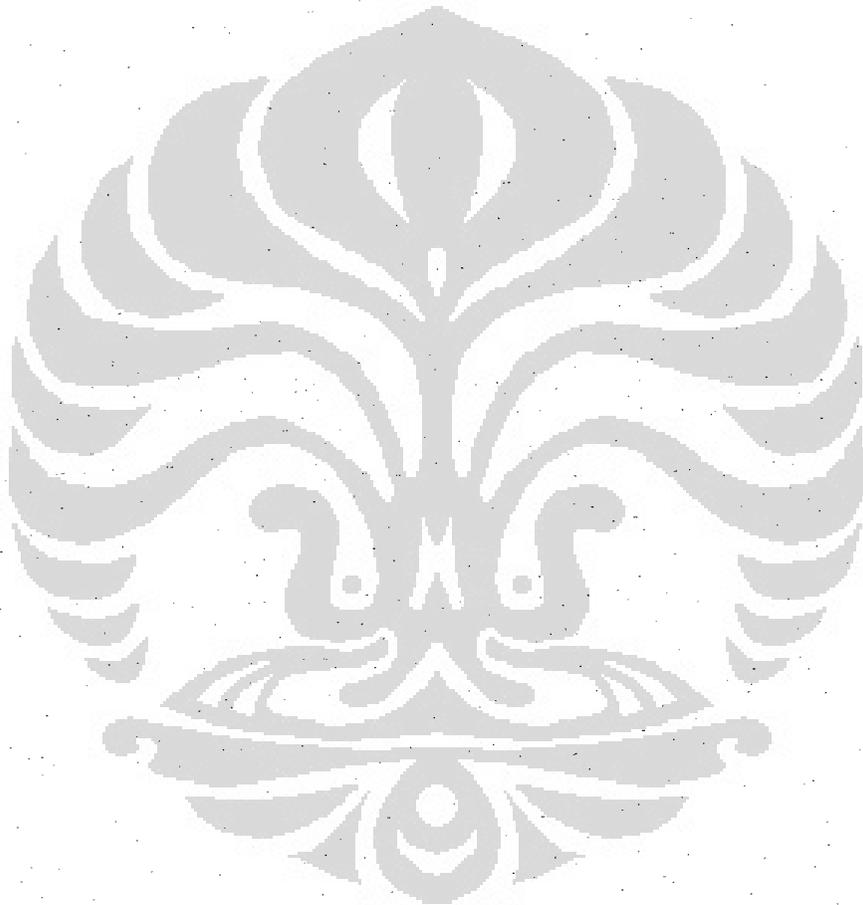


DAFTAR GAMBAR

Gambar – 1.1 Alur Faktor-faktor yang mempengaruhi FDR.....	9
Gambar – 1.2 Kerangka Pemikiran.....	10
Gambar – 2.2 Sumber DPK Bank Syariah	15
Gambar – 2.2 Skema Wadiah Dhamamah	17
Gambar – 2.3 Metode Penyaluran Dana	19
Gambar – 4.1 Jenis Kelamin Responden	69
Gambar – 4.2 Usia Responden.....	70
Gambar – 4.3 Agama Responden.....	71
Gambar – 4.4 Pendidikan Responden.....	71
Gambar – 4.5 Pekerjaan Responden.....	72
Gambar – 4.6 Pendapatan Responden.....	73
Gambar – 4.7 Scatterplot.....	80
Gambar – 4.8 Normalitas.....	81

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran I	Hasil Run SPSS 11.5.....	L-1
Lampiran II	Contoh Kuisisioner.....	L-4



BAB 1 PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Al Qur'an sebagai pegangan hidup umat Islam telah mengatur kegiatan bisnis secara eksplisit, dan memandang bisnis sebagai suatu pekerjaan yang menguntungkan, sehingga Al Qur'an sangat mendorong dan memotivasi umat Islam untuk melakukan transaksi bisnis dalam kehidupannya. Al Qur'an mengakui legitimasi bisnis, dan juga memaparkan prinsip-prinsip dan petunjuk-petunjuk dalam masalah bisnis antar individu maupun kelompok.

Dalam Sistem Perbankan Syariah Indonesia yang dimulai tahun 1992 dengan digulirkannya UU No. 7/1992 yang memungkinkan bank menjalankan operasional bisnisnya dengan sistem bagi hasil. Pada tahun yang sama lahir bank syariah pertama di Indonesia, Bank Syariah Muamalat Indonesia (BMI). Hingga tahun 1998 praktis bank syariah tidak berkembang. Baru setelah diluncurkan Dual Banking System melalui UU No. 10/1998, perbankan syariah mulai menggeliat naik. Dalam 5 tahun saja sejak diberlakukan Dual Banking System, pelaku bank syariah bertambah menjadi 10 bank dengan perincian 2 bank merupakan entitas mandiri (BMI dan Bank Syariah Mandiri) dan lainnya merupakan unit/divisi syariah bank konvensional. Pendetang-pendetang baru perbankan syariah dipastikan terus bertambah mengingat pada akhir 2003, beberapa bank konvensional sudah mengantungi ijin Bank Indonesia untuk membuka unit/divisi syariah.

Analisis Pasar Perbankan Syariah Seiring dengan makin bertambahnya jumlah bank syariah yang beroperasi di Indonesia, jumlah dana yang berhasil dihimpun perbankan syariah juga terus bertambah. Jika pada 1997 dana masyarakat bank syariah baru mencapai Rp 463 M maka pada Desember 2006 telah meningkat menjadi Rp 20,6 T (Statistik, Bank Indonesia, 2007). Pesatnya pertumbuhan dana masyarakat ini dipicu oleh beberapa faktor. Di samping karena kinerja bank syariah yang mengesankan, sistem bagi hasil yang ditawarkan perbankan syariah lebih stabil terhadap gejolak ekonomi makro. Di tengah terus menurunnya suku bunga bank konvensional, margin bagi hasil memberikan keuntungan yang relatif

lebih tinggi dibandingkan bunga yang ditawarkan bank konvensional. Hal ini terjadi karena sistem bagi hasil diberikan berdasarkan nisbah (perbandingan bagi hasil) keuntungan yang disepakati saat nasabah membuka rekening. Dalam periode 1997-2006, produk dana berupa deposito mudharabah merupakan pilihan terbesar dari seluruh dana masyarakat yang disimpan pada perbankan syariah.

Tingginya tingkat bagi hasil yang ditawarkan perbankan syariah tidak terlepas dari besarnya tingkat pembiayaan syariah. *Financing to Deposit Ratio* (FDR) perbankan syariah yang berada pada kisaran 100% jauh melampaui *Loan to Deposit Ratio* (LDR) perbankan konvensional yang sekitar 40%. Berbeda dengan bank konvensional yang fungsi intermediasinya dilakukan dengan mengucurkan kredit secara tunai, pada perbankan syariah konsep pembiayaan tidak dilakukan secara tunai tetapi dengan cara membiayai/mendanai langsung sejumlah kebutuhan yang diajukan debitur, baik pembelian barang maupun pendirian suatu usaha. Dengan demikian transaksi tunai tidak terjadi secara langsung antara bank dan debitur melainkan antara bank dengan pihak lain yang berbisnis dengan debitur seperti dealer mobil, pengembang atau yang lain.

Pengertian umum bank syariah adalah bank yang dalam menjalankan usahanya berdasarkan prinsip-prinsip hukum atau syariah Islam yang mengacu kepada Al Qur'an dan Hadist. Usaha yang sesuai dengan prinsip syariah Islam dimaksud adalah usaha yang mengikuti ketentuan-ketentuan syariah Islam khususnya yang menyangkut tata cara bermuamalah secara Islam, misalnya menjauhi praktek-praktek yang mengandung unsur riba dan melakukan kegiatan investasi atas dasar bagi hasil.

Dalam mengembangkan budaya syariah sebagai salah satu usaha yang berdasarkan hukum Islam untuk menuju good corporate governance. Mengingat 21 dari 24 pelaku perbankan syariah Indonesia (per Desember 2006) adalah merupakan unit/divisi syariah perbankan konvensional, diperlukan komitmen yang kuat untuk menciptakan budaya syariah yang berbeda dengan budaya perbankan konvensional. Syariah adalah bisnis yang tidak hanya murni bisnis. Inilah bisnis yang didukung oleh moral dan niat baik untuk mengembalikan uang pada fungsinya, yaitu murni sebagai alat tukar yang tidak akan

bertambah/berkurang semata-mata karena waktu. Inisiasi budaya syariah ini dapat dilakukan dengan cara mengembangkan motivasi kerja berdasarkan syariah,

Peningkatan peranan perbankan sangat diperlukan untuk meningkatkan volume usaha pada sektor riil yang dapat mendorong pertumbuhan ekonomi dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Khususnya perbankan syariah adalah salah satu sektor kunci yang berfungsi sebagai lembaga intermediasi, yaitu menyalurkan dana dari pihak yang kelebihan dana kepada pihak yang membutuhkan dana.

Fungsi intermediasi adalah salah satu fungsi yang penting dalam dunia perbankan untuk mendeteksi fungsi intermediasi dapat digunakan indikator keuangan yaitu *Financing to Deposit Ratio* (FDR). FDR merupakan perbandingan antara jumlah pembiayaan yang disalurkan terhadap jumlah dana pihak ketiga yang dihimpun dari masyarakat.

Dalam perkembangannya perbankan syariah dapat meningkatkan penghimpunan Dana Pihak Ketiga (DPK) dengan cukup tajam. Apalagi dengan adanya fatwa MUI tentang bunga bank haram, namun sebenarnya tanpa adanya fatwa MUI sekalipun perbankan syariah akan mengalami pertumbuhan karena banyak didukung oleh infrastruktur kelembagaan dan komitmen dari BI.

Namun pada kenyataannya dalam menjalankan operasional perbankan syariah mengalami kesulitan dalam mengendalikan likuiditasnya secara efisien. Hal itu terlihat pada gejala seperti, tidak tersedianya kesempatan investasi segera atas dana-dana simpanan yang diterimanya. Dana-dana tersebut terakumulasi dan menganggur (*idle*) untuk beberapa hari sehingga mempengaruhi tingkat *Financing to Deposit Ratio* (FDR).

Ketidakseimbangan antara penyerapan Dana Pihak Ketiga dan penyaluran pembiayaan jelas bukan masalah sepele bagi perbankan syariah. Karena perbankan syariah menganut *system* bagi hasil, beban berat yang kini ditanggung pihak bank juga otomatis akhirnya menjadi beban pihak deposan. Artinya, imbal hasil yang diperoleh deposan bank syariah cenderung mengecil.

Menumpuknya dana menganggur jelas menjadi beban karena kinerja bank syariah sangat tergantung terhadap pembiayaan. Mengingat penyimpanan kelebihan dana dalam sertifikat wadiah Bank Indonesia, atau simpanan antar bank

syariah, memberikan imbal hasil jauh dibawah yang diperoleh dari pembiayaan. Karena kondisi ini berbeda dengan perbankan konvensional, dimana kelebihan dana dianggap wajar karena masih dapat disimpan dalam sertifikat Bank Indonesia yang bunganya masih lebih tinggi dari deposito.

Disamping itu fungsi bank syariah sebagai lembaga intermediasi harus dapat menggerakkan sektor riil. Dan indikator yang dapat memberikan informasi kepada kita apakah suatu bank syariah sudah menjalankan fungsi ini dengan baik atau belum adalah FDR. Dimana semakin tinggi FDR suatu bank syariah yaitu mendekati 100 % maka bank syariah ini dapat dikatakan sudah menjalankan fungsi intermediasi dengan baik. Menurut ketentuan Bank Indonesia FDR yang ideal untuk bank syariah adalah 85% sampai dengan 110%, sehingga bank syariah yang mempunyai FDR dibawah 85% dapat dikatakan belum menjalankan fungsi intermediasi dengan baik. Kondisi tingkat FDR dibawah ketentuan yang telah ditetapkan oleh Bank Indonesia dapat kita temui di bank BNI syariah cabang XYZ.

1.2. Rumusan Masalah dan Pertanyaan Penelitian

Peningkatan peranan perbankan syariah sangat diperlukan untuk meningkatkan volume usaha sektor riil yang dapat mendorong pertumbuhan ekonomi dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Perbankan syariah adalah salah satu sektor kunci yang berfungsi sebagai lembaga intermediasi, yaitu menyalurkan dana dari pihak yang kelebihan dana kepada pihak yang membutuhkan dana. Fungsi intermediasi adalah salah satu fungsi yang penting bagi perbankan syariah, dimana untuk mendeteksi fungsi ini dapat digunakan indikator keuangan *Financing to Deposit Ratio* (FDR). FDR merupakan perbandingan antara jumlah pembiayaan yang disalurkan terhadap jumlah Dana Pihak Ketiga yang dihimpun dari masyarakat.

FDR (*Financing to Deposit Ratio*) bank bni syariah secara keseluruhan hingga september 2007 menunjukkan angka 104,37 %, sedangkan ketentuan Bank Indonesia FDR untuk bank syariah maksimum adalah 110 % dan minimum 85%. Dimana angka tersebut jika kita *breakdown* lagi maka terdiri dari

kumpulan angka FDR cabang-cabang BNI syariah, dari data yang diperoleh dari sumber laporan keuangan gabungan bank BNI syariah periode September 2007 terdapat angka yang bervariasi mulai dari yang dibawah 85% hingga diatas 100%. Untuk kondisi tingkat FDR dibawah 85% dapat kita temui di bank BNI syariah cabang XYZ yaitu sebesar 67,71%

Berdasarkan uraian diatas, maka rumusan masalah dalam tesis ini adalah dalam rangka untuk menjadi lembaga intermediasi yang baik maka FDR bank BNI Syariah cabang XYZ seharusnya berada diantara 85% hingga diatas 100%, atau pembiayaan yang disalurkan mendekati bahkan melebihi DPK yang berhasil dihimpun. Namun pada kenyataannya bank BNI syariah cabang XYZ memiliki tingkat *Financing to Deposit Ratio* (FDR) dibawah ketentuan minimum Bank Indonesia, atau pembiayaan yang dapat disalurkan masih terlalu kecil jika dibandingkan dengan DPK yang berhasil dihimpun. Sebagaimana kondisi yang terjadi pada bank konvensional bahwa faktor utama yang menjadi kendala meminjam uang di bank umum jika dilihat dari sisi nasabah adalah faktor alternatif meminjam, faktor budaya dan faktor pelayanan, sedangkan dari sisi perbankan adalah kendala kelayakan usaha, karakter debitur dan kelengkapan administrasi (Duddy Roesmara Donna, 2004).

Sehingga dalam rangka mengidentifikasi faktor-faktor yang dapat meningkatkan minat nasabah atau non nasabah untuk mendapatkan pembiayaan di bank BNI syariah cabang XYZ, maka beberapa pertanyaan yang akan dijawab dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Apakah materialisme mempengaruhi minat nasabah untuk mendapatkan pembiayaan dari bank syariah XYZ?
2. Apakah pelayanan mempengaruhi minat nasabah untuk mendapatkan pembiayaan dari bank syariah XYZ?
3. Apakah lokasi bank syariah mempengaruhi minat nasabah untuk mendapatkan pembiayaan dari bank syariah XYZ?
4. Apakah pengetahuan tentang bank syariah mempengaruhi minat nasabah untuk mendapatkan pembiayaan dari bank syariah XYZ?
5. Apakah komitmen keagamaan mempengaruhi minat nasabah untuk mendapatkan pembiayaan dari bank syariah XYZ?

1.3. Tujuan Penelitian

Sesuai dengan rumusan permasalahan dalam penelitian ini, yaitu dengan kondisi yang harus menjadi lembaga intermediasi yang baik namun pada kenyataannya bank BNI syariah cabang XYZ memiliki tingkat *Financing to Deposit Ratio* (FDR) sebesar 67,71% yang masih di bawah ketentuan BI sebesar 85%. Maka tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah mengidentifikasi faktor-faktor yang menyebabkan rendahnya minat nasabah dan non nasabah dilingkungan bank BNI syariah cabang XYZ untuk mendapatkan pembiayaan yang dilihat dari sudut pandang nasabah, antara lain sebagai berikut :

1. Mengetahui pengaruh materialisme terhadap minat nasabah untuk mendapatkan pembiayaan dari bank syariah XYZ?
2. Mengetahui pengaruh pelayanan terhadap minat nasabah untuk mendapatkan pembiayaan dari bank syariah XYZ?
3. Mengetahui pengaruh lokasi bank syariah terhadap minat nasabah untuk mendapatkan pembiayaan dari bank syariah XYZ?
4. Mengetahui pengaruh pengetahuan tentang bank syariah terhadap minat nasabah untuk mendapatkan pembiayaan dari bank syariah XYZ?
5. Mengetahui pengaruh komitmen keagamaan terhadap minat nasabah untuk mendapatkan pembiayaan dari bank syariah XYZ?

1.4. Batasan Masalah

Dalam studi kasus untuk mengembangkan pengetahuan yang mendalam mengenai obyek yang diteliti dengan tetap mempertahankan keutuhan dari obyek sehingga data yang dikumpulkan dapat dipelajari sebagai keseluruhan yang terintegrasi, maka perlu diberikan batasan masalah sebagai berikut :

1. *Financing to Deposit Ratio* (FDR) dari bank syariah merupakan perbandingan antara jumlah pembiayaan yang disalurkan terhadap jumlah Dana Pihak Ketiga yang dihimpun. Sehingga untuk meningkatkan FDR maka pembiayaan yang disalurkan juga harus ditingkatkan. Dengan

asumsi DPK tetap maka peningkatan pembiayaan akan meningkatkan FDR, sedangkan untuk meningkatkan pembiayaan dipengaruhi oleh faktor demand (nasabah) dan supply (perbankan) yaitu : (1) alternatif meminjam ; (2) pelayanan bank umum, (3) budaya ; (4) kelayakan usaha ; (5) karakter nasabah dan ; (6) kelengkapan administrasi, Duddy Roesmara Donna, 2004. Namun dalam penelitian ini hanya difokuskan pada sisi demandnya saja, yaitu materialisme, pelayanan, lokasi bank syariah, pengetahuan tentang bank syariah, komitmen keagamaan dan minat untuk mendapatkan pembiayaan dari bank syariah.

2. Penelitian ini dibatasi hanya untuk mengidentifikasi pengaruh kelima variabel independent terhadap variabel dependen dari sisi *demand* (nasabah/pelanggan) yaitu : variabel independent : (1) Materialisme ; (2) Pelayanan ; (3) Lokasi bank syariah ; (4) Pengetahuan tentang bank syariah ; (5) Komitmen keagamaan terhadap variabel dependen ; (6) Minat nasabah untuk mendapatkan pembiayaan dari bank syariah. Kelima variabel independen ini disebut variabel moderator (*moderating variable*), Uma Sekaran, 2006.
3. Penelitian ini mengacu pada model konseptual yang terdapat dalam penelitian Duddy Roesmara Donna, 2004, yang hanya ditinjau dari sisi demand (nasabah) saja, adapun ketiga alasan yang mendasari keputusan ini adalah:
 - Besar kemungkinan adanya kesulitan untuk menggali informasi, termasuk informasi keuangan dan *market share* yang rahasia dari objek penelitian.
 - Variabel-variabel yang mempengaruhi dari sisi supply dalam hal ini yang dilakukan oleh perbankan lebih kepada persyaratan untuk mendapatkan pembiayaan sesuai dengan prinsip *prudential banking* yang sudah diatur oleh bank Indonesia.
 - Nilai pelanggan dapat mempengaruhi nilai perusahaan secara positif (Aaker, 1991), sehingga dengan melakukan penelitian dari sisi *demand* (nasabah/pelanggan) sudah dapat memberikan gambaran tentang nilai perusahaan. Hal ini terjadi berdasarkan hasil penelitian yang ada

sebelumnya yang menyatakan bahwa nilai pelanggan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan (Romi Setiawan, 2006).

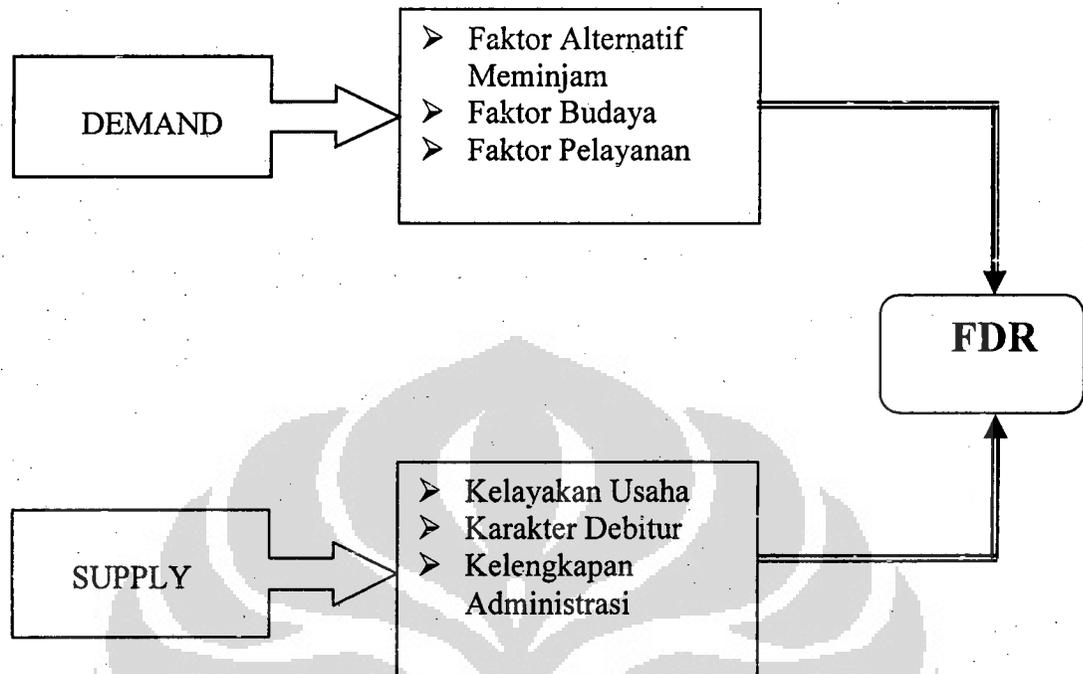
4. Pembiayaan yang menjadi objek dalam penelitian ini adalah piutang murabahah, pembiayaan mudharabah dan musyarakah.
5. Penelitian ini hanya dilakukan kepada nasabah dan non nasabah yang dilakukan dilingkungan bank BNI Syariah kantor cabang XYZ.
6. Responden diwakili oleh 200 nasabah dan non nasabah bank BNI syariah kantor cabang XYZ.

1.5. Kerangka Pemikiran

Semakin tinggi DPK pada bank syariah akan semakin tinggi nilai bagi hasil yang harus dibayarkan. Untuk mengimbangi hal tersebut maka penyaluran pembiayaan juga harus ditingkatkan, yang pada akhirnya akan meningkatkan *Financing to Deposit Ratio* (FDR) dari bank syariah. Hal ini sejalan dengan fungsi bank syariah sebagai lembaga intermediasi yaitu menyalurkan dana dari pihak yang kelebihan kepada pihak yang kekurangan dana sehingga dapat menggerakkan sektor riil. Sebagai indikator dari pelaksanaan fungsi intermediasi ini maka *Financing to Deposit Ratio* FDR merupakan hal penting untuk ditingkatkan.

Kerangka teori dalam penelitian Duddy Roesmara Donna adalah faktor-faktor yang mempengaruhi peningkatan dan penurunan FDR ditinjau dari demand (nasabah) adalah faktor alternative meminjam, faktor budaya dan faktor pelayanan sedangkan dari sisi supply (perbankan) adalah kendala kelayakan usaha, karakter debitur dan kelengkapan administrasi, dapat digambarkan sebagai berikut :

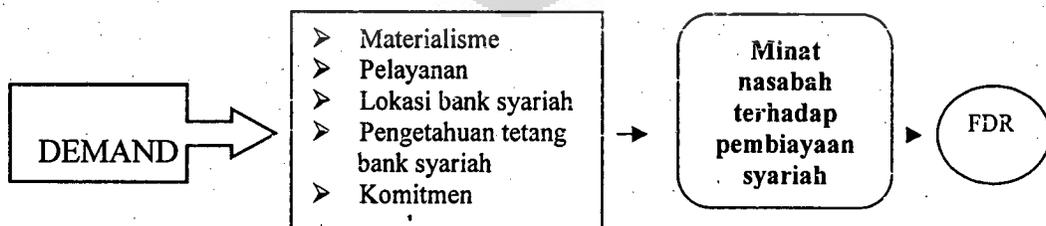
Gambar 1.1
Alur Faktor-faktor yang mempengaruhi FDR



Sumber : Penelitian Duddy Roesmara Donna

Namun dalam penelitian ini variabel independent sebagai moderator (*moderating variable*) diubah menjadi faktor materialisme, pelayanan, lokasi bank syariah, pengetahuan tentang bank syariah, komitmen keagamaan dan variabel dependennya adalah minat untuk mendapatkan pembiayaan dari bank syariah sehingga dapat digambarkan sebagai berikut :

Gambar 1.2
Kerangka Pemikiran



1.6. Hipotesis Penelitian

Untuk memecahkan masalah yang diangkat dalam penelitian ini, maka berdasarkan kerangka pemikiran diatas, hipotesis penelitian ini disusun sebagai berikut :

- H₀₁ : Tidak terdapat pengaruh materialisme terhadap minat nasabah untuk mendapatkan pembiayaan dari bank syariah.
- Ha₁ : Terdapat pengaruh materialisme terhadap minat nasabah untuk mendapatkan pembiayaan dari bank syariah.
- H₀₂ : Tidak terdapat pengaruh pelayanan terhadap minat nasabah untuk mendapatkan pembiayaan dari bank syariah.
- Ha₂ : Terdapat pengaruh pelayanan terhadap minat nasabah untuk mendapatkan pembiayaan dari bank syariah.
- H₀₃ : Tidak terdapat pengaruh lokasi bank syariah terhadap minat nasabah untuk mendapatkan pembiayaan dari bank syariah.
- Ha₃ : Terdapat pengaruh lokasi bank syariah terhadap minat nasabah untuk mendapatkan pembiayaan dari bank syariah.
- H₀₄ : Tidak terdapat pengaruh pengetahuan tentang bank syariah terhadap minat nasabah untuk mendapatkan pembiayaan dari bank syariah.
- Ha₄ : Terdapat pengaruh pengetahuan tentang bank syariah terhadap minat nasabah untuk mendapatkan pembiayaan dari bank syariah.
- H₀₅ : Tidak terdapat pengaruh komitmen keagamaan terhadap minat nasabah untuk mendapatkan pembiayaan dari bank syariah.
- Ha₅ : Terdapat pengaruh komitmen keagamaan terhadap minat nasabah untuk mendapatkan pembiayaan dari bank syariah.

1.7. Metode Penelitian

Penelitian ini merupakan studi kasus terhadap minat nasabah untuk mendapatkan pembiayaan dalam rangka meningkatkan *Financing to Deposit Ratio* (FDR) di bank BNI syariah cabang XYZ. Dengan menggunakan

pendekatan kuantitatif yang diawali dengan studi literatur yang mencakup kajian teori, penelitian sebelumnya dan model yang berkaitan dengan masalah, kemudian dilanjutkan dengan pengumpulan data primer melalui kuesioner dari 200 (dua ratus) responden yang merupakan nasabah dan non nasabah bank BNI Syariah XYZ. Jawaban responden selanjutnya akan dianalisis secara kuantitatif dengan maksud untuk mencari jawaban atas hipotesis penelitian ini. Digunakan model ekonometri dengan satu variable terikat yang dihasilkan dari penjumlahan atau rata-rata skor seluruh jawaban pada masing-masing variabel moderator yang dipilih responden dalam rentang skala likert (1-5).

Metode analisis statistik yang akan digunakan untuk pengolahan data adalah analisis regresi berganda yang diawali dengan uji validitas dan uji reliabilitas dengan menggunakan instrument *Cronbach's Alpha Coefficient*.

1.8. Sistematika Penulisan

Untuk memudahkan pemahaman tesis ini, maka tesis akan disajikan dengan sistematika sebagai berikut :

Bab 1 Pendahuluan

Pada bab ini akan dibahas latar belakang pemilihan tema dan permasalahan yang ada mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi minat nasabah untuk mendapatkan pembiayaan dalam rangka meningkatkan *Financing to Deposit Ratio*(FDR) pada bank BNI syariah cabang XYZ dengan memperhitungkan aspek *demand* nasabah.

Bab 2 Kajian Teori dan Tinjauan Pustaka

Pada bab ini akan dibahas mengenai landasan teori yang digunakan dalam melakukan analisa tesis dan penelitian-penelitian sebelumnya yang berguna untuk mengetahui jangan sampai terdapat variabel-variabel penting yang terlewatkan dalam penelitian ini.

Bab 3 Data dan Metodologi Penelitian

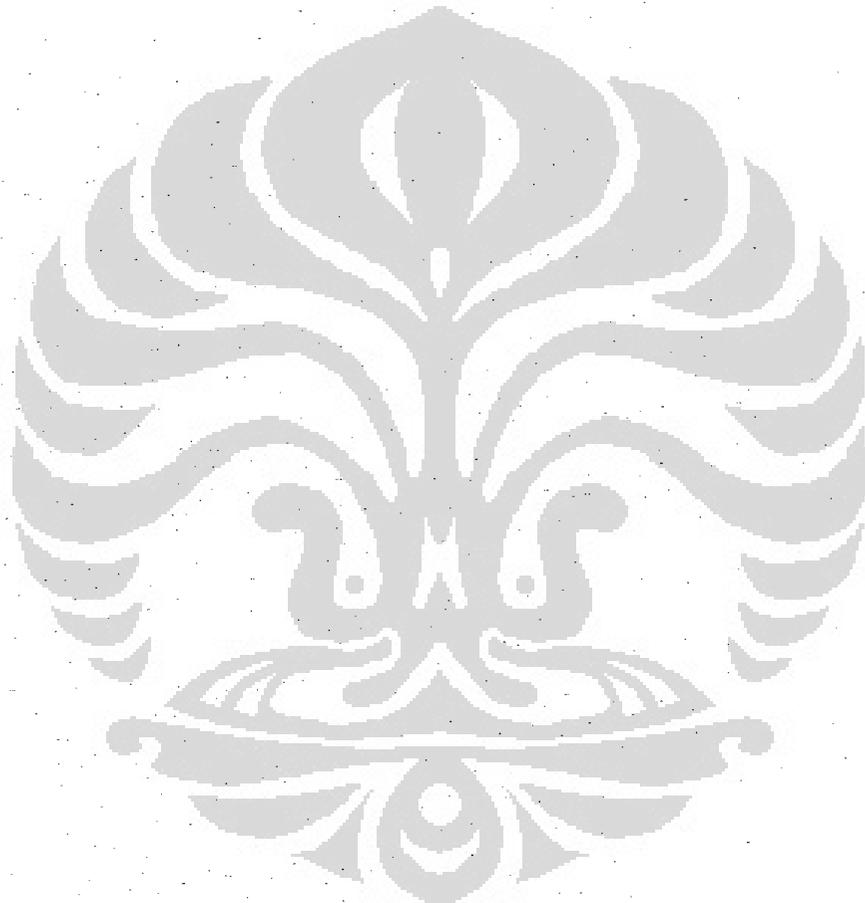
Dalam bab ini akan dibahas deskripsi data yang digunakan, alat-alat uji hipotesis dan diagram analisis data.

Bab 4 Analisis dan Pembahasan

Dalam bab ini akan disajikan analisis dan pembahasan hasil-hasil yang diperoleh dalam penelitian ini dalam bentuk tabel dan uji hipotesis.

Bab 5 Kesimpulan dan Saran

Setelah pembahasan pada bab IV, maka selanjutnya akan disusun suatu kesimpulan mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi secara signifikan terhadap minat nasabah untuk mendapatkan pembiayaan guna meningkatkan FDR di bank BNI syariah cabang XYZ.



BAB 2 KAJIAN TEORI DAN STUDI PUSTAKA

2.1. Kerangka Teori

Bank syariah memiliki fungsi sebagai lembaga perantara (intermediasi) antara unit-unit ekonomi yang memiliki kelebihan dana dengan unit-unit lain yang mengalami kekurangan dana. Melalui bank, kelebihan tersebut dapat saluran kepada pihak-pihak yang memerlukan sehingga memberikan manfaat kepada kedua belah pihak. Kualitas bank syariah sebagai lembaga intermediasi ditentukan oleh kemampuan manajemen bank untuk melaksanakan perannya.

Dalam bank syariah, hubungan antara bank dengan nasabahnya bukan hubungan debitur dengan kreditur, melainkan hubungan kemitraan (*partnership*) antara penyandang dana (*shohibul maal*) dengan pengelola dana (*mudharib*). Oleh karena itu, tingkat laba bank syariah tidak saja berpengaruh terhadap tingkat bagi hasil untuk para pemegang saham tetapi juga berpengaruh terhadap bagi hasil yang dapat diberikan kepada nasabah penyimpan dana. Hubungan kemitraan ini merupakan bagian yang khas dari proses berjalannya mekanisme bank syariah.

Sebagai lembaga keuangan, maka dana merupakan masalah utama bagi setiap bank. Tanpa adanya dana yang cukup bank tidak dapat berbuat apa-apa atau dengan kata lain bank menjadi tidak berfungsi. Dana Pihak Ketiga (DPK) dapat mempengaruhi *budget* sebuah bank. Budget suatu bank berhubungan dengan jumlah dana yang dimiliki oleh bank tersebut. Dana adalah uang tunai yang dimiliki atau dikuasai oleh bank dalam bentuk tunai atau aktiva lain yang dapat segera diubah menjadi uang tunai. Uang tunai yang dimiliki atau dikuasai oleh bank tidak hanya berasal dari pemilik bank itu sendiri, tetapi juga berasal dari titipan atau penyertaan dana orang lain atau pihak lain yang sewaktu-waktu akan ditarik kembali baik secara sekaligus maupun berangsur-angsur.

Bank harus menyiapkan strategi penggunaan dana-dana yang dihimpunnya sesuai dengan rencana alokasi berdasarkan kebijakan yang telah ditetapkan. Alokasi ini mempunyai dua tujuan, yaitu :

1. Mencapai tingkat profitabilitas yang cukup dan tingkat resiko yang rendah.

2. Mempertahankan kepercayaan masyarakat dengan menjaga posisi likuiditas tetap aman.

Untuk mencapai kedua keinginan tersebut, maka alokasi dana-dana bank harus diarahkan sedemikian rupa agar pada saat diperlukan semua kepentingan nasabah dapat terpenuhi. Fungsi penggunaan dana yang terpenting dan terbesar bagi bank komersial adalah fungsi pembiayaan. Portofolio pada bank komersial menempati porsi terbesar, pada umumnya sekitar 55% sampai 60% dari total aktiva. Tingkat penghasilan dari pembiayaan merupakan tingkat penghasilan tertinggi dari bank. Sementara porsi terbesar selanjutnya dari fungsi penggunaan dana bank adalah berupa investasi pada surat-surat berharga. Selain untuk tujuan memperoleh penghasilan, investasi ini dilakukan sebagai salah satu media pengelolaan likuiditas, dimana bank harus menginvestasikan dananya seoptimal mungkin, tetapi dapat dicairkan sewaktu-waktu bila bank membutuhkan tanpa atau sedikit sekali mengurangi nilainya.

Untuk menyesuaikan dengan aturan-aturan dan norma-norma Islam, menurut Algoud (2003 hal. 48) ada lima segi religius yang berkedudukan kuat dalam literatur yang harus ditetapkan dalam perilaku investasi, yaitu :

1. Tidak ada transaksi keuangan berbasis bunga.
2. Pengenalan pajak religius atau pemberian sedekah, infaq dan zakat.
3. Pelarangan produksi barang dan jasa yang bertentangan dengan sistem nilai Islam (haram)
4. Penghindaran aktivitas ekonomi yang melibatkan unsur judi dan ketidakpastian.
5. Penyediaan takaful (asuransi Islam).

Menurut Muhammad (2004, hal 184-186) ada beberapa fungsi dari pembiayaan yang diberikan oleh bank Islam kepada masyarakat penerima, diantaranya untuk :

1. Meningkatkan daya guna uang, artinya yang mengendap di bank (yang diperoleh dari para penyimpan uang) tidaklah menganggur (idle), melainkan disalurkan kepada usaha-usaha yang bermanfaat untuk meningkatkan produktivitas secara menyeluruh.

2. Meningkatkan daya guna barang.
3. Meningkatkan peredaran uang.
4. Menimbulkan kegairahan untuk berusaha.
5. Sebagai faktor stabilitas ekonomi.
6. Sebagai jembatan untuk meningkatkan pendapatan sosial.
7. Sebagai alat hubungan ekonomi internasional.

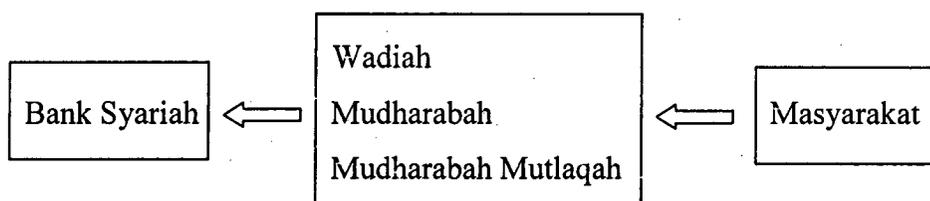
Bantuan permodalan berupa pembiayaan pada dasarnya harus merupakan daya rangsang bagi kedua belah pihak. Pihak yang memperoleh pembiayaan harus dapat menunjukkan prestasi yang lebih tinggi demi kemajuan usahanya, sedangkan bagi pihak yang memberikan pembiayaan secara material mendapatkan rentabilitas berdasarkan keuntungan perhitungan yang wajar dan secara spiritual harus merasa bangga dapat membantu suatu perusahaan untuk mencapai kemajuan ekonomis demi kepentingan negara dan rakyat. Suatu pembiayaan dapat dikatakan berhasil apabila secara sosial ekonomi membawa pengaruh terhadap keadaan penerima, pemberi, negara dan rakyat.

Shidiqqi (1984, hal 58) menyebutkan bahwa pembiayaan mempunyai tujuan untuk keadilan, pemerataan, persamaan dan kemajuan yang hendak dicapai. Oleh sebab itu dengan adanya pembiayaan tercipta daya beli oleh masyarakat sehingga roda perekonomian berputar.

Kegiatan menghimpun dana dari masyarakat oleh bank sering disebut dengan kegiatan *funding*. Kegiatan *funding* juga dilakukan oleh bank syariah, agar masyarakat tertarik untuk menyimpan uangnya di bank syariah maka pihak bank syariah membuat berbagai macam produk yang dapat ditawarkan kepada masyarakat.

Untuk menjalankan fungsinya sebagai lembaga intermediasi ini, maka bank-bank syariah memerlukan modal dan DPK. Sumber DPK bank syariah dapat dikalsifikasikan menjadi tiga, yaitu : titipan, investasi dan investasi khusus. Diluar modal secara sederhana, sumber DPK bank syariah dapat digambarkan sebagai berikut :

Gambar 2.1
Sumber DPK Bank Syariah



Sumber : Bank dan lembaga keuangan syariah

2.1.1. Al Wadiah

Al wadiah dalam segi bahasa dapat diartikan sebagai meninggalkan atau meletakkan, atau meletakkan sesuatu pada orang lain untuk dipelihara dan dijaga. Dari aspek teknis, wadiah dapat diartikan sebagai titipan murni dari satu pihak ke pihak lain, baik individu maupun badan hukum yang harus dijaga dan dikembalikan kapan saja si penitip menghendaknya. Landasan hukum Al Qur'an surat An Nissa (4) : 58, yang artinya : "Sesungguhnya Allah menyuruh kamu untuk menyampaikan amanat (titipan) kepada yang berhak menerimanya, dan dalam surat Al Baqarah (2) : 263, yang artinya : "Jika sebagian kamu mempercayai sebagian yang lain, hendaklah yang dipercaya itu menunaikan amanatnya (utangnya) dan hendaknya ia bertakwa kepada Allah Tuhannya. Dan dalam Hadist yang diriwayatkan oleh Abu Hurairah bahwa Rasulullah saw bersabda, "Sampaikanlah (tunaikan) amanat kepada yang berhak menerimanya dan jangan membalas khianat kepada orang yang telah mengkhianati." (HR. Abu Daud) dan yang diriwayatkan oleh Ibnu Umar bahwasanya Rasulullah saw telah bersabda, "Tiada kesempurnaan iman bagi setiap orang yang tidak beriman, tiada shalat bagi yang tidak bersuci." (HR. Thabrani).

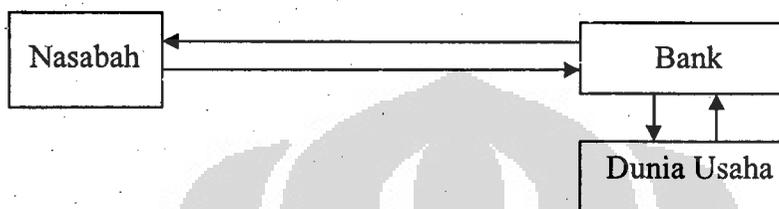
Adapun teknis Perbankan yang diterapkan adalah : prinsip Wadiah dapat dibagi dua yaitu ;

Wadiah yad dhamamah pihak yang dititipi (bank) bertanggung jawab atas keutuhan harta titipan sehingga ia boleh memanfaatkan harta titipan tersebut. Sedangkan yang lainnya adalah wadiah amanah, pada prinsipnya harta titipan tidak boleh dimanfaatkan oleh yang dititipi.

Karena wadiah yang diterapkan dalam produk giro perbankan syariah adalah wadiah yad dhamamah, maka implikasi hukumnya sama dengan qardh. Dimana nasabah bertindak sebagai yang meminjamkan uang dan bank bertindak sebagai yang dipinjami.

Gambar 2.2.

Skema Wadiah Dhamamah



Sumber : Bank dan lembaga keuangan syariah

2.1.2. Investasi

- Al Mudharabah

Dalam mengaplikasikan mudharabah, penyimpan bertindak sebagai shahibul maal (pemilik modal) dan bank sebagai mudharib (pengelola). Bila bank menggunakannya untuk melakukan pembiayaan mudharabah, maka bank bertanggung jawab atas kerugian yang terjadi.

- Al Mudharabah Mutlaqah

Penerapan mudharabah mutlaqah dapat berupa tabungan dan deposito sehingga terdapat dua jenis penghimpunan dana yaitu tabungan mudharabah dan deposito mudharabah. Berdasarkan prinsip ini tidak ada pembatasan bagi bank dalam menggunakan dana yang dihimpun. Bank wajib memberitahukan kepada pemilik dana mengenai nisbah dan tata cara pemberitahuan pembagian keuntungan secara risiko yang dapat ditimbulkan dari penyimpanan dana. Dan apabila telah tercapai kesepakatan maka hal tersebut harus dicantumkan dalam akad. Untuk tabungan mudharabah, bank dapat memberikan buku tabungan sebagai bukti penyimpanan serta kartu ATM bagi yang menginginkannya. Untuk Deposito mudharabah bank wajib memberikan sertifikat atau tanda penyimpanan (bilyet) deposito kepada

deposan. Tabungan mudharabah dapat diambil setiap saat oleh penabung namun tidak diperkenankan memiliki saldo negatif.

Deposito mudharabah hanya dapat dicairkan sesuai dengan jangka waktu yang telah disepakati, 1, 3, 6, 12 bulan. Deposito yang diperpanjang, setelah jatuh tempo akan diperlakukan sama seperti deposito baru, tetapi nilai pada akad sudah tercantum perpanjangan otomatis maka tidak perlu dibuat akad baru. Ketentuan-ketentuan yang lain, berkaitan dengan tabungan dan deposito tetap berlaku sepanjang tidak bertentangan dengan prinsip syariah.

2.1.3. Investasi Khusus

- Al Mudharabah Muqayyadah on Balanc Sheet

Jenis mudharabah ini merupakan simpanan khusus (restricted investment) dimana pemilik dana dapat menetapkan syarat-syarat tertentu yang harus dipatuhi oleh bank. Misalnya, disyaratkan untuk digunakan pada bisnis tertentu, atau disyaratkan dengan akad tertentu, atau disyaratkan untuk nasabah tertentu. Adapun teknik perbankan untuk jenis mudharabah ini adalah :

1. Pemilik dana wajib menetapkan syarat tertentu yang harus diikuti oleh bank, dan bank wajib membuat akad yang mengatur persyaratan penyaluran dana simpanan khusus.
2. Wajib memberi tahukan kepada pemilik dana mengenai nisbah dan tata cara pemberitahuan keuntungan dan pembagian keuntungan secara risiko yang dapat ditimbulkan dari penyimpanan dana. Apabila telah tercapai kesepakatan maka hal tersebut harus dicantumkan dalam akad.
3. Sebagai tanda bukti simpanan, bank menerbitkan bukti simpanan khusus, bank wajib menisbahkan dana dari rekening lainnya.
4. Untuk Deposito mudharabah, bank wajib memberikan sertifikat atau tanda penyimpanan (bilyet) deposito kepada deposan.

- Al Mudharabah Muqayyadah off Balanc Sheet

Jenis mudharabah ini merupakan penyaluran dana mudharabah langsung kepada pelaksana usahanya, dimana bank bertindak sebagai perantara (arranger) yang mempertemukan antara pemilik dana dengan pelaksana usaha. Pemilik dana

dapat menetapkan syarat-syarat tertentu yang harus dipatuhi oleh bank dalam mencari kegiatan usaha yang akan dibiayai.

2.1.4. Penyaluran Dana

Penyaluran dana bank syariah dilakukan dengan berbagai metode, seperti jual beli, bagi hasil, pembiayaan, pinjaman dan investasi khusus. Secara sederhana, metode penyaluran dana bank syariah dapat diilustrasikan dalam gambar berikut :

Gambar 2.3
Metode Penyaluran Dana



Sumber : Bank dan lembaga keuangan syariah

Dalam penyaluran dana kepada nasabah, secara garis besar produk pembiayaan syariah terbagi kedalam tiga kategori yang dibedakan berdasarkan tujuan penggunaannya yaitu :

1. Transaksi pembiayaan yang ditujukan untuk memiliki barang berdasarkan prinsip jual beli.
2. Transaksi pembiayaan yang ditujukan untuk mendapatkan jasa berdasarkan prinsip sewa.
3. Transaksi pembiayaan untuk usaha kerja sama yang ditujukan guna mendapatkan sekaligus barang dan jasa dengan prinsip bagi hasil.

Pada kategori 1 dan 2, tingkat keuntungan banyak ditentukan didepan dan menjadi bagian harga atas barang atau jasa yang dijual. Produk yang termasuk dalam kelompok ini adalah produk yang menggunakan prinsip jual beli seperti murabahah, salam dan istishna serta produk yang menggunakan prinsip sewa atau ijarah. Sedangkan pada kategori 3, tingkat keuntungan bank ditentukan dari besarnya keuntungan usaha sesuai dengan prinsip bagi hasil. Pada produk bagi hasil keuntungan ditentukan oleh nisbah bagi hasil yang disepakati dimuka.

Adapun produk perbankan yang termasuk dalam kelompok ini adalah musyarakah dan mudharabah.

- Prinsip Jual Beli

Prinsip jual beli dilaksanakan sehubungan dengan adanya perpindahan kepemilikan barang. Tingkat keuntungan bank ditentukan didepan dan menjadi bagian harga atas barang yang dijual. Transaksi jual beli dibedakan berdasarkan bentuk pembayarannya dan waktu penyerahan barang. Ada tiga jenis jual beli yang dijadikan dasar dalam pembiayaan modal kerja dan investasi dalam perbankan syariah yaitu bai'al murabahah, bai'assalam dan bai'alisthisna.

- Bai'al Murabahah

Murabahah adalah jual beli barang pada harga asal dengan tambahan keuntungan yang disepakati antara pihak bank dan nasabah. Dalam murabahah, penjual menyebutkan harga pembelian barang kepada pembeli, kemudian ia mensyaratkan atas laba dalam jumlah tertentu. Pada perjanjian murabahah, bank membiayai pembelian barang yang dibutuhkan oleh nasabahnya dengan membeli barang itu dari pemasok, dan kemudian menjualnya kepada nasabah dengan harga yang ditambah keuntungan atau dimark up. Dengan kata lain, penjualan barang kepada nasabah dilakukan atas dasar *cost-plus profit*. Landasan hukum Al Quran dalam surat Al Baqarah (2) : 275 " Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba" dan dalam Hadist dijelaskan dari Suaib ar-Rumi ra bahwa Rasulullah saw bersabda, "Tiga hal yang didalam terdapat keberkahan : jual beli secara tangguh, muqaradhah (mudharabah) dan mencampur gandum dengan tepung untuk keperluan rumah, bukan untuk dijual" (HR. Ibnu Majah).

- Bai' as-Salam

Kata salamah dengan salafa artinya sama, disebut salam karena pemesan barang menyerahkan uangnya ditempat akad. Sedangkan disebut salafa karena pemesan barang menyerahkan uangnya terlebih dahulu. Definisi salam ialah akad pesanan barang yang disebutkan sifat-sifatnya, yang dalam mejelis itu pemesan barang menyerahkan uang seharga barang pesanan, dalam hal ini barang pesanan

tersebut menjadi tanggungan penerima pesanan. Landasan hukum Al Qur'an : Al Baqarah (2):283 "Hai orang-orang yang beriman, apabila kamu bermuamalah tidak secara tunai untuk waktu yang ditentukan, hendaklah kamu menuliskannya". Sedangkan dalam Hadist dijelaskan : "Tiga hai yang didalamnya keberkahan : jual beli secara tangguh muqaradah (mudharabah), dan mencampur gandum dengan tepung untuk keperluan rumah, bukan untuk dijual (HR.Ibnu Majah).

- Bai' al-Istishna

Menurut jumhur ulama fuqaha, bai' al-istishna merupakan suatu jenis khusus dari bai' as-salam. Biasanya, jenis ini dipergunakan dibidang manufaktur. Dengan demikian, ketentuan istishna mengikuti ketentuan dan aturan akad bai'as-salam. Produk istishna menyerupai produk salam, namun dalam istishna pembayarannya dapat dilakukan oleh bank dalam beberapa kali (termin) pembayaran.

- Prinsip Sewa (Ijarah)

Al Ijarah berasal dari kata al-ajru yang berarti al-'iwadhu (ganti). Ijarah adalah akad pemindahan hak guna atas barang dan jasa, melalui pembayaran upah sewa, tanpa diikuti dengan pemindahan kepemilikan (*owner ship/milkiyyah*) atas barang itu sendiri. Ijarah berarti *lease contract* dan juga *hire contract*. Dalam konteks perbankan syariah, ijarah adalah *lease contract* dimana suatu bank atau lembaga keuangan menyewakan peralatan (*equipment*) kepada salah satu nasabahnya berdasarkan pembebanan biaya yang sudah ditentukan secara pasti sebelumnya (*fixed charge*).

Landasan hukum Al-Qur'an : Al Baqarah (2) : 233, yang artinya : "Dan jika kamu ingin anakmu disusukan oleh orang lain, tidak dosa bagimu apabila kamu memberikan pembayaran menurut yang patut. Bertaqwalah kamu kepada Allah dan ketahuilah Allah Maha Melihat apa yang kamu kerjakan.

Sedangkan landasan hukum dalam Hadist yang diriwayatkan dari Ibnu Abbas bahwa Rasulullah saw bersabda, "Berebekam kamu, kemudian berikanlah olehmu upahnya kepada tukang bekam itu" (HR. Bukhari dan Muslim). Dan dari Ibnu

Umar bahwa Rasulullah bersabda, “berikanlah upah perkerja sebelum kering keringatnya” (HR. Ibnu Majah).

- Prinsip Bagi Hasil

Produk pembiayaan bank syariah yang didasarkan atas prinsip bagi hasil terdiri dari al-musyarakah dan al-mudharabah.

- Al-Musyarakah

Istilah lain dari musyarakah adalah sharikah atau syirkah. Musyarakah adalah kerja sama antara kedua pihak atau lebih untuk suatu usaha tertentu dimana masing-masing pihak memberikan kontribusi dana dengan keuntungan dan risiko akan ditanggung bersama sesuai dengan kesepakatan.

Musyarakah ada dua jenis yaitu musyarakah pemilikan dan musyarakah akad (kontrak). Musyarakah pemilikan tercipta karena warisan wasiat atau kondisi lainnya yang berakibat pemilikan satu aset oleh dua orang atau lebih. Sedangkan musyarakah akad tercipta dengan kesepakatan dimana dua orang atau lebih setuju bahwa tiap orang dari mereka memberikan modal musyarakah dan berbagi keuntungan dan kerugian.

Landasan hukum Al Qur'an An-Nisaa (4):12, yang artinya :”Dan, sesungguhnya kebanyakan dari orang-orang yang berserikat itu sebagian dari mereka berbuat dzalim kepada sebagian yang lain kecuali orang yang beriman dan mengerjakan amal saleh”.

Sedangkan landasan hukum dalam hadist dari Abu Hurairah, Rasulullah saw bersabda, ”Sesungguhnya Allah azzawa jallah berfirman : ”Aku pihak ketiga dari dua orang yang berserikat selama salah satunya tidak mengkhianati lainnya” (HR.Abu Dawud).

- Al-Mudharabah

Mudharabah berasal dari kata adhdharbu fil ardhi, yaitu bepergian untuk urusan dagang. Firman Allah swt dalam surat 73 ayat 20, ”Mereka bepergian dimuka bumi mencari karunia Allah”. Disebut juga Qiradh yang berasal dari kata al-qardhu yang berarti al-qath'u (potongan), karena pemilik memotong sebagian hartanya untuk diperdagangkan dan memperoleh sebagian keuntungan.

Secara teknis mudharabah adalah akad kerja sama usaha antara dua pihak dimana pihak pertama (shahibul maal) menyediakan seluruh modal, sedangkan pihak lainnya menjadi pengelola. Keuntungan usaha secara mudharabah dibagi menurut kesepakatan yang dituangkan dalam kontrak, sedangkan apabila rugi ditanggung oleh pemilik modal selama kerugian itu bukan akibat kelalaian si pengelola. Seandainya kerugian itu diakibatkan karena kecurangan atau kelalaian pengelola, maka pengelola harus bertanggung jawab atas kerugian tersebut.

Landasan hukum Al-Qur'an surat Al-Muzzamil (73):20, yang artinya :”Dan jika dari orang-orang yang berjalan dimuka bumi mencari sebagian karunia Allah SWT”. Dan Al-Qur'an surat Al-Jumuah (63):10, yang artinya ”Apabila telah ditunaikan shalat maka bertebaranlah kamu dimuka bumi dan carilah karunia Allah SWT”.

Adapun landasan hukum menurut hadist yang diriwayatkan dari Abbas bahwa Abbas bin Abdul Muthalib jika memberikan dana kemitra usahanya secara mudharabah ia mensyaratkan agar dananya tidak dibawa mengarungi lautan, menuruni lembah yang berbahaya atau membeli ternak. Jika menyalahi peraturan tersebut, yang bersangkutan bertanggung jawab atas dana tersebut. Disampaikanlah syarat-syarat tersebut kepada Rasulullah SAW dan Rasulullah pun membolehkannya (HR.Thabrani).

Dari Shalih bin Suaib ra bahwa Rasulullah SAW bersabda, ”Tiga hal yang di dalamnya terdapat keberkatan : jual beli secara tangguh, muqaradha (mudharabah), dan mencampuradukkan dengan tepung untuk keperluan rumah bukan untuk dijual (HR.Ibnu Majah).

Dalam Islam manusia diwajibkan untuk berusaha agar ia mendapatkan rezeki guna memenuhi kebutuhan hidupnya. Islam juga mengajarkan kepada manusia bahwa Allah SWT Maha Pemurah sehingga rezekinya sangat luas. Bahkan Allah SWT tidak hanya memberikan rezeki kepada kaum muslimin dan muslimat saja tetapi kepada siapa saja yang bekerja keras. Manusia dapat bekerja apa saja yang penting tidak bertentangan dengan garis-garis yang telah ditentukan oleh Allah SWT. Manusia dapat melakukan kegiatan produksi ataupun distribusi. Untuk memulai usaha seperti ini diperlukan modal. Namun tidak semua orang memiliki modal sendiri pada saat memulai usahanya. Hubungan pinjam meminjam tidak

dilarang dalam Islam, bahkan dianjurkan agar terjadi hubungan saling menguntungkan yang pada gilirannya berakibat kepada hubungan persaudaraan. Yang perlu diperhatikan adalah apabila hubungan ini tidak mengikuti aturan yang diajarkan oleh Islam.

Bank-bank syariah sebagai sebuah lembaga intermediasi berusaha menjembatani keadaan ini yaitu dengan mencoba menyalurkan dana pihak ketiga yang dimiliki kedalam bentuk pembiayaan dengan tujuan untuk memajukan sektor riil. Menurut Antonio (2001), dalam perbankan syariah, sebenarnya penggunaan kata pinjam meminjam kurang tepat. Dalam Islam pinjam meminjam adalah akad sosial bukan akad komersial, artinya bila seseorang meminjam sesuatu maka ia tidak boleh disyaratkan untuk memberikan tambahan atas pokok pinjamannya. Hal ini didasarkan pada hadist nabi Muhammad SAW yang menyatakan bahwa setiap pinjaman yang menghasilkan manfaat adalah riba dan para ulama sepakat bahwa riba itu haram. Oleh sebab itu dalam perbankan syariah, pinjaman tidak disebut kredit tetapi pembiayaan (*financing*).

Menurut Antonio (2001), berdasarkan sifat penggunaannya pembiayaan dapat dibagi menjadi dua kelompok, yaitu :

1. Pembiayaan produktif

Pembiayaan produktif ditujukan untuk memenuhi kebutuhan produksi atau pembiayaan untuk peningkatan usaha, baik usaha produksi, perdagangan maupun investasi.

2. Pembiayaan konsumtif

Pembiayaan yang digunakan untuk memenuhi kebutuhan konsumsi yang akan habis digunakan untuk memenuhi kebutuhan.

Sedangkan pembiayaan produktif dapat dibagi menjadi dua bagian lagi yaitu :

b. Pembiayaan Modal Kerja

Adalah pembiayaan yang ditujukan untuk memenuhi kebutuhan peningkatan produksi dan perdagangan

c. Pembiayaan Investasi

Adalah pembiayaan yang diberikan kepada para nasabah untuk keperluan investasi yaitu keperluan penambahan modal guna mengadakan

rehabilitasi, perluasan usaha ataupun pendirian proyek baru. Pada umumnya pembiayaan investasi diberikan dalam jumlah besar dan berjangka waktu yang cukup lama.

2.1.5. *Financing to Deposit Ratio (FDR)*

Proses peningkatan FDR bank syariah tidak terlepas dengan proses ekspansi jumlah pembiayaan yang ada. Sehingga pihak manajemen bank syariah selalu berpikir bagaimana menginvestasikan setiap tambahan dana pihak ketiga yang berhasil dihimpun.

Financing to Deposit Ratio adalah perbandingan antara tingkat pembiayaan yang disalurkan oleh bank syariah terhadap dana pihak ketiga yang berhasil dihimpun dari masyarakat. Semakin besar tingkat FDR, maka semakin baik pula bank tersebut dapat menjalankan fungsi intermediasinya, karena dana pembiayaan adalah dana yang dibutuhkan dalam investasi yang akan menggerakkan sektor riil dan diharapkan mampu untuk memacu pertumbuhan ekonomi. Begitu juga sebaliknya bila FDR perbankan syariah rendah berarti masih banyak pembiayaan syariah yang belum tersalurkan pada masyarakat. Sehingga dampaknya adalah investasi pada sektor riil akan terhambat, dana masyarakat yang menganggur serta dapat berpengaruh pada jumlah uang yang beredar bahkan dapat digunakan sebagai tujuan spekulatif yang bisa menekan nilai tukar rupiah bahkan inflasi.

Pengelolaan dan pengalokasian dana yang dilakukan oleh bank syariah akan berpengaruh terhadap tingkat FDRnya. Bagaimanapun juga FDR adalah salah satu alat ukur atas tercapainya fungsi intermediasi perbankan di dalam menggerakkan sektor riil.

2.1.6. Pembiayaan Murabahah dalam Bank Islam

Definisi murabahah menurut Ibnu Qudamah dalam bukunya "Mughni" (Tazkia Institute, 1999, 21) :

Murabahah adalah menjual dengan harga asal ditambah dengan margin keuntungan yang telah disepakati.

Pembiayaan Murabahah syah dalam Islam, seperti disebutkan dalam Al-Quran :
Dan Allah telah menghalalkan jual-beli dan mengharamkan riba (Q.S. Al Baqarah : 275).

Juga dalam hadist dari Sohib r.a, bahwa Rasulullah SAW bersabda:

Tiga hal yang dari dalamnya terdapat keberkatan : jual-beli secara tangguh, muqaradhah (mudharabah) dan mencampur gandum dengan tepung untuk keperluan rumah, bukan untuk dijual. (HR. Ibnu Majah)

Sedangkan tipe murabahah dibedakan menjadi 2 macam (Tazkia Institute, 1999, 1):

1. Murabahah

Murabahah adalah jual-beli barang pada harga asal dengan tambahan keuntungan yang disepakati. Karakteristiknya adalah penjual harus memberitahu harga produk yang ia beli dan menentukan suatu tingkat keuntungan sebagai tambahannya.

2. Murabahah kepada pemesan pembelian

Adalah jual-beli dimana kedua belah pihak atau lebih bernegosiasi dan berjanji satu sama lainnya untuk melaksanakan sebuah kesepakatan dimana pemesan meminta pembeli untuk membeli sebuah aset yang pemesan akan memilikinya. Pemesan berjanji kepada pembeli untuk membeli aset itu darinya dan memberi keuntungan yang diminta.

Prosedur Transaksi Pembiayaan Murabahah, Sumber : Tazkia Institute, 1999, 6 adalah sebagai berikut :

1. Nasabah memesan barang kepada bank.
2. Bank membeli dan membayar barang kepada supplier.
3. Supplier mengirim barang kepada nasabah.
4. Nasabah membayar kepada bank (tunai maupun cicilan).

Tujuan pembiayaan murabahah pada bank Islam (Al Khadas, 1999, 13):

1. Bank Islam mendapatkan keuntungan yang pantas dari pembiayaan murabahah.
2. Beberapa bank Islam memiliki pengalaman untuk membeli produk tertentu.

3. Untuk klien, bank Islam mendanai pembelian produk kemudian pembeli (klien) akan membayar dalam jangka waktu tertentu sesuai dengan kesepakatan.
4. Pembiayaan murabahah memberikan alternatif jual-beli bebas riba sebagai perbandingan dalam sistem perbankan konvensional.

Bank harus menyiapkan strategi penggunaan dana-dana yang dihimpunnya sesuai dengan rencana alokasi berdasarkan kebijakan yang telah digariskan.

Syarat-Syarat dan Prosedur Pembiayaan Murabahah

Menurut perspektif Islam, pembiayaan murabahah adalah bentuk penjualan karena itu kondisi murabahah sama dengan penjualan pada umumnya (Tazkia Institute, 1999, 1) yang meliputi :

1. Bank Islam memberitahu biaya modal kepada nasabah.
2. Kontrak pertama harus syah.
3. Kontrak harus bebas dari unsur riba.
4. Bank Islam harus memiliki dan menguasai barang komoditi tersebut sebelum menjualnya ke klien.
5. Komoditi yang diperjual-belikan harus halal.
6. Bank Islam seharusnya mengungkapkan setiap cacat yang terjadi setelah pembelian atas produk dan membuka semua hal yang berhubungan dengan cacat.
7. Bank Islam harus membuka semua ukuran yang berlaku bagi harga pembelian, misalnya jika pembelian dilakukan secara hutang.
8. Jika syarat dalam 1, 6 atau 7 tidak dipenuhi, pembeli memiliki pilihan :
 - a. Melanjutkan pembelian seperti apa adanya.
 - b. Kembali kepada penjual dan menyatakan ketidaksetujuan.
 - c. Membatalkan kontrak.

Pembiayaan murabahah dalam bank Islam harus mengikuti prosedur sebagai berikut (Al Khadas, 1999, 11) :

1. Klien meminta bank melalui form tertulis untuk membeli produk tertentu, dimana klien akan membeli melalui murabahah. Form tersebut berisi

tentang spesifikasi produk yang diminta, persyaratan dokumen, total nilai produk, informasi tentang klien, pembagian laba dan sumber penawaran produk.

2. Bank Islam mempelajari form surat permohonan klien dari segala aspek yang meliputi :
 - a. Mempelajari posisi klien, seperti jenis bisnis klien, situasi kredit dan likuiditasnya.
 - b. Mempelajari produk dari segi ekonomi, gambaran situasi umum pasar, yaitu jumlah penawaran dan permintaan produk.
 - c. Mempelajari metode penawaran pembelian, seperti biaya operasi pembiayaan murabahah, jangka waktu perjanjian, laba pembiayaan dan pembayaran angsuran pinjaman.
 - d. Meminta jaminan untuk melindungi hak bank dalam mendapatkan kembali uangnya sesuai dengan waktu perjanjian.
3. Setelah memeriksa dan mengesahkan pembiayaan murabahah, bank meminta pembeli untuk menandatangani kontrak perjanjian. Pada tahap ini, biaya operasi pembiayaan murabahah dan penentuan pembagian laba didiskusikan dan disepakati. Disamping itu bank Islam meminta pembeli untuk membayar angsuran pertama harga murabahah. Bentuk paling umum kontrak pembelian bank Islam disini adalah pernyataan oleh klien bahwa klien akan menyelesaikan perjanjian pembeliannya ketika diberitahukan oleh bank bahwa produk telah tersedia.
4. Setelah bank Islam membeli produk, kemudian bank Islam dan pembeli menandatangani kontrak penjualan murabahah. Pada kontrak tersebut, biaya operasi yang sesungguhnya pembiayaan murabahah dan keuntungan yang diperoleh bank harus diketahui.
5. Pembeli menerima produk.

2.1.7. Teori Prilaku Konsumen

Tanpa mempelajari teori perilaku konsumen, semua perusahaan tidak mengetahui apa yang akan dipasarkan, untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen (Priyono, hal 49,2006). Sebab, suatu perusahaan tidak dapat

memahami proses pengambilan keputusan pembelian yang dapat diamati dari tindakan secara langsung di dalam mendapatkan, mengkonsumsi, dan menghabiskan produk dan jasa, termasuk proses mendahului dan menyusul tindakan konsumen (Engel, hal 3,1994).

Proses tersebut mencerminkan perilaku konsumen (Assauri, hal 29,2003) dimana terdapat dua elemen penting dalam konsep perilaku konsumen, yaitu elemen proses pengambilan keputusan dan kegiatan secara fisik. Kedua elemen ini melibatkan individu dalam menilai, mendapatkan serta menggunakan suatu produk (Assael, hal 67, 1998) sangat penting untuk dipahami oleh perusahaan yang ingin memasarkan produknya.

Oleh karena itu, perusahaan yang ingin memasarkan produknya harus memahami benar bagaimana proses pengambilan keputusan dan aktivitas fisik yang dilakukan konsumen dalam menilai, memperoleh, menggunakan atau meninggalkan produk dan jasa (Loudon dan Bitta, hal 5, 1993) dalam rangka teori perilaku konsumen dan selanjutnya dapat dijadikan sebagai dasar pertimbangan utama dalam menentukan strategi pemasaran yang dilakukan oleh suatu perusahaan. Untuk mendapatkan pemahaman tersebut maka para pemasar tentunya harus mengawali langkahnya dengan cara mengetahui pengertian perilaku konsumen itu sendiri.

American Marketing Association dalam Setiadi (hal 3, 2003) mendefinisikan perilaku konsumen sebagai "interaksi dinamis antara afeksi dan kognisi, perilaku dan lingkungannya dimana manusia melakukan pertukaran dalam hidup mereka", Sciffman dan Kanuk (hal. 5, 2000) menyatakan bahwa "Consumer behavior can be defined as the behavior that display in searching for, purchasing, using, evaluating and disposing of products and services that they expect will satisfy their needs" sementara Mowen dan Minor (hal 6, 2002) mendefinisikan perilaku konsumen sebagai "studi tentang unit pembelian (buying units) dan proses pertukaran yang melibatkan perolehan, konsumsi dan pembuangan barang, jasa, pengalaman serta ide-ide". Perilaku konsumen pada dasarnya mencakup nilai, motivasi, sikap dan pengambilan keputusan.

Ketika konsumen membeli suatu produk maka konsumen tersebut akan mendapatkan manfaat dari barang dan jasa yang dibelinya. Keputusan pembelian

itu merupakan hasil perhitungan ekonomis secara rasional dan sadar, sehingga mereka akan memilih produk yang dapat memberikan kegunaan yang paling besar sesuai dengan selera dan biaya secara relatif (Swastha dan Handoko, hal 27, 1987). Konsep ini didasarkan pada asumsi bahwa konsumen selalu mencoba untuk memaksimalkan kepuasannya dalam batas-batas kemampuan finansialnya, disamping konsumen mempunyai pengetahuan tentang beberapa alternatif sumber untuk memuaskan kebutuhannya dan konsumen selalu bertindak rasional.

Konsep perilaku konsumen tidak hanya menjelaskan dan atau mempelajari apa yang dibeli atau dikonsumsi oleh konsumen dari sudut pandang ekonomis, namun juga mencermati bagaimana kebiasaan dan dalam kondisi macam apa produk dan jasa yang dibeli serta segenap komponen-komponennya yang menurut Assauri (hal 29, 2003) terdiri dari faktor budaya, faktor sosial, faktor personal dan faktor psikologis. Kotler (hal 161, 2000) menyebutkan komponen-komponen tersebut sebagai karakteristik konsumen. Semua faktor ini saling terkait antara satu dengan yang lainnya dalam proses penetapan keputusan konsumen dalam pembelian. Faktor budaya umumnya akan terkait dengan faktor sosial, dan faktor sosial ini akan sangat mempengaruhi keadaan pribadi si konsumen, sehingga akhirnya tercermin kedalam keadaan psikologis si konsumen tersebut dalam mempengaruhi proses pembelinya (Assauri, hal 29, 2003).

2.1.8. Teori Materialisme

Konsumen materialistik berpikir bahwa kepemilikan adalah aspek yang esensial dalam mencapai kebahagiaan dan memiliki kecenderungan untuk memandang kesuksesan berdasarkan kepemilikan, atau dapat dikatakan bahwa bagi para materialis nilai kepemilikan dan upaya mendapatkan kepemilikan adalah sesuatu yang lebih berarti dibandingkan tujuan hidup yang lain. Richins (hal 522, 1994) menyatakan *materialisme is a value that represents the individual's perspective regarding the role possessions should play in his/her life*. Nilai-nilai para materialisme mempengaruhi perilaku mereka dalam keputusan membeli sehingga Richins dan Dawson (hal 304, 1992) menyatakan *it is important for marketers to explore individual difference variables that characterise consumption and direct*

possession related behavior; dan Czellar dan Palazo (hal 10, 2004) menunjukkan bahwa nilai-nilai para materialisme merupakan salah satu variabel moderator yang signifikan dapat mempengaruhi perilaku nasabah.

2.1.9. Pemasaran Syariah.

Definisi Pemasaran, menurut World marketing Association (WMA) yang diajukan oleh Hermawan Kartajaya adalah sebuah disiplin bisnis strategis yang mengarahkan proses penciptaan, penawaran, dan perubahan *value* dari satu inisiator kepada *stakeholder-nya*, (Philip Kotler, 1997).

Difinisi diatas didasarkan pada salah satu ketentuan dalam bisnis Islami yang tertuang dalam kaidah fiqih, yang dalam bahasa Indonesianya "Kaum Muslim terikat dengan kesepakatan-kesepakatan bisnis yang mereka buat, kecuali kesepakatan yang mengharamkan yang halal atau menghalalkan yang haram". Ini artinya bahwa dalam syariah marketing, seluruh proses, baik proses penciptaan, proses penawaran, maupun proses perubahan nilai, tidak boleh ada hal-hal yang bertentangan dengan akad dan prinsip-prinsip muamalah yang Islami. Sepanjang hal-hal tersebut dapat dijamin dan penyimpangan prinsip-prinsip muamalah Islami tidak terjadi dalam suatu transaksi atau dalam proses suatu bisnis, maka bentuk transaksi apaun dalam pemasaran dapat dibolehkan.

Ada 4 karakteristik syariah marketing yang dapat menjadi panduan bagi para pemasar (Hermawan & Muhammad Syakir, 2006) sebagai berikut :

- Teistis (rabbaniyah)

Salah satu ciri khas syariah marketing yang tidak dimiliki dalam pemasaran konvensional yang dikenal selama ini adalah sifatnya yang religius. Kondisi ini tercipta tidak karena keterpaksaan, tetapi berangkat dari kesadaran nilai-nilai religius yang dipandang penting dan mewarnai aktivitas pemasaran agar tidak ak terperosok kedalam perbuatan yang dapat merugikan orang lain.

Jiwa seorang syariah marketer meyakini bahwa hukum-hukum syariat yang teistis atau bersifat ketuhanan ini adalah hukum yang paling adil, paling sempurna, paling selaras dengan segala bentuk kebaikan, paling dapat mencegah segala bentuk kerusakan, paling mampu mewujudkan kebenaran, memusnakan kebatilan dan menyebarkan kemaslahatan. Dari hati yang

paling dalam, seorang syariah marketer meyakini bahwa Allah Swt. Selalu dekat dan mengawasinya ketika dia sedang melaksanakan segala macam bentuk bisnis. Dia pun yakin bahwa Allah Swt. Akan meminta pertanggungjawaban darinya atas pelaksanaan syariat itu pada hari ketika semua orang dikumpulkan dihari kiamat. Seorang syariah marketer akan segera mematuhi hukum-hukum syariah, dalam segala aktivitasnya sebagai seorang pemasar. Mulai dari melakukan strategi pemasaran, segmentasi pasar, memilih pasar mana yang menjadi target, hingga menetapkan identitas perusahaan yang harus senantiasa tertanam dalam benak pelanggannya. Syariah marketer selain tunduk kepada hukum-hukum syariah, juga menjauhi segala larangan-larangan-Nya dengan sukarela, pasrah dan nyaman, didorong oleh bisikan dari dalam, bukan paksaan dari luar. Oleh sebab itu, jika suatu saat hawa nafsu menguasai dirinya lalu ia melakukan pelanggaran terhadap perintah dan larangan syariah, misalnya memberi keterangan palsu, ingkar janji dan sebagainya, maka ia akan merasa berdosa, kemudian segera bertobat dan menyucikan diri dari penyimpangan yang dilakukan.

- Etis (akhlaqiyah)

Seorang syariah marketer sangat mengedepankan masalah akhlak dalam seluruh aspek kegiatannya. Sifat etis ini merupakan turunan dari sifat teistis, dengan demikian syariah marketing adalah konsep pemasaran yang sangat mengedepankan nilai-nilai moral dan etika, tidak peduli apunagamanya. Karena nilai-nilai moral dan etika adalah nilai yang bersifat universal, yang diajarkan oleh semua agama. Untuk mencapai tujuan suci ini, Allah Swt. memberikan petunjuk melalui para rasul-Nya. Petunjuk tersebut meliputi segala sesuatu yang dibutuhkan manusia, baik akidah, akhlak, maupun syariah. Dua komponen pertama, akidah dan akhlak bersifat konstan. Keduanya tidak mengalami perubahan apapun dengan berbedanya waktu dan tempat. Sedangkan syariah senantiasa berubah sesuai dengan kebutuhan dan taraf peradaban manusia, yang berbeda-beda sesuai dengan rasulnya masing-masing. Hal ini diungkapkan oleh Rasulullah Saw. dalam suatu hadis : "Para rasul tak ubahnya bagaikan saudara seapak. Syariah mereka banyak, tetapi

akidahnya satu (mentauhidkan Allah Swt.)” (HR-Bukhari, Abu Dawud, dan Ahmad).

- Realistis (al-waqiyyah)

Syariah marketing adalah konsep pemasaran yang fleksibel, sebagaimana keluasaan dan keluwesan syariah Islamiyah yang melandasinya. Syariah marketer bukanlah berarti para pemasar itu harus berpenampilan ala bangsa Arab dan mengharamkan dasi karena dianggap merupakan simbol masyarakat Barat. Syariah marketer adalah para pemasar profesional dengan penampilan yang berseih, rapi, dan bersahaja, apapun model atau gaya berpakaian yang dikenakannya. Mereka bekerja dengan profesional dan mengedepankan nilai-nilai religius, kesalehan, aspek moral, dan kejujuran dalam segala aktivitas pemasarannya. Ia tidak kaku, tidak eksklusif, tetapi sangat fleksibel dan luwes dalam bersikap dan bergaul. Ia sangat memahami bahwa dalam situasi pergaulan di lingkungan yang sangat heterogen, dengan beragam suku, agama, dan ras, ada ajaran yang diberikan oleh Allah Swt. dan dicontohkan oleh Nabi untuk bisa bersikap lebih bersahabat, santun, dan simpatik terhadap saudara-saudaranya dari umat lain. Ada sejumlah pedoman dalam perilaku bisnis yang dapat diterapkan kepada siapa saja tanpa melihat suku, agama, dan asal-usulnya. Dalam istilah fiqih, ada yang disebut kelonggaran (al-'afw) atau wilayah yang sengaja tidak dijamah oleh teks. Wilayah ini diisi oleh ijtihad para mujtahid, sesuai dengan masa dan kondisinya. Namun, prinsip-prinsip umum syariah, semangat, dan petunjuk teks-teks yang muhkam (jelas) harus tetap diperhatikan. Fleksibilitas atau kelonggaran sengaja diberikan oleh Allah Swt. agar penerapan syariah senantiasa realistis dan dapat mengikuti perkembangan zaman. Sebagaimana sabda Nabi Muhammad Saw., "Sesungguhnya Allah telah menetapkan ketentuan-Nya, janganlah kalian langgar. Dia telah menetapkan beberapa perkara yang wajib, janganlah kalian sia-siakan. Dia telah mengharamkan beberapa perkara, janganlah kalian langgar. Dan Dia telah membiarkan dengan sengaja beberapa perkara sebagai bentuk kasih-Nya terhadap kalian, jangan kalian permasalahan"(HR Al-Daruquthni). Semua ini menunjukkan bahwa sedikitnya beban dan luasnya ruang kelonggaran bukanlah suatu kebetulan, melainkan kehendak Allah Swt.

agar syariah Islam senantiasa abadi dan kekal sehingga sesuai bagi setiap zaman, daerah, dan keadaan apapun.

- Humanistis (insaniyyah)

Keistimewaan syariah marketing yang lain adalah sifatnya yang humanistis universal. Pengertian humanistis adalah bahwa syariah diciptakan untuk manusia agar derajatnya terangkat, sifat kemanusiaannya terpelihara, serta sifat kehewanannya dapat terkekang dengan panduan syariah. Dengan memiliki, nilai humanistis ia menjadi manusia yang terkontrol, dan seimbang, bukan manusia yang serakah, yang menghalalkan segala cara untuk meraih keuntungan yang sebesar-besarnya. Bukan menjadi manusia yang bisa bahagia diatas penderitaan orang lain. Syariah Islam diciptakan untuk manusia sesuai dengan kapasitasnya tanpa menghiraukan ras, warna kulit, kebangsaan, dan status. Hal inilah yang membuat syariah memiliki sifat universal sehingga menjadi syariat humanistis universal. Diantara dalil-dalil tentang sifat humanistis dan universal syariat Islam adalah prinsip ukhuwwah insaniyyah (persaudaraan antar manusia). Islam tidak memedulikan semua faktor yang membedakan manusia; baik asal daerah, warna kulit, maupun status sosial. Islam mengarahkan seruannya kepada seluruh manusia, bukan kepada sekelompok orang tertentu, atas dasar ikatan persaudaraan antar sesama manusia. Mereka semua adalah hamba Tuhan Yang Maha Esa, yang telah menciptakan dan menyempurnakan mereka. Status mereka sebagai hamba Tuhan dan anak Adam telah mengikat tali persaudaraan diantara mereka. Allah Swt. berfirman, "Wahai manusia, bertakwalah kepada Tuhanmu yang telah menciptakanmu dari diri yang satu. Dan dari padanya Allah menciptakan istrinya. Dan dari keduanya Allah mengembangbiakkan laki-laki dan perempuan yang banyak. Dan bertakwalah kepada Allah yang dengan nama-Nya kamu saling meminta satu sama lain. Dan peliharalah hubungan silaturahmi. Sesungguhnya Allah selalu menjaga dan mengawasi kamu" (QS Al-Nisa' [4]:1).

2.2. Penelitian Sebelumnya

Kesenjangan pengetahuan dan pemahaman masyarakat terhadap produk dan jasa perbankan syariah sangat mempengaruhi minat nasabah untuk mendapatkan pembiayaan dari bank syariah sehingga mengakibatkan rendahnya *financing to deposit ratio* (FDR). Beberapa penelitian yang menggambarkan secara jelas fenomena yang terjadi ini, antara lain :

1. Penelitian BI dan Institut Pertanian Bogor (IPB) (hal, 20-21, 2004) yang berjudul “Potensi, Preferensi dan Prilaku Masyarakat terhadap Bank Syariah di wilayah Sumatera Selatan” menghasilkan beberapa inti kesimpulan yang terkait dengan persepsi masyarakat terhadap perbankan syariah sebagai berikut :
 - a. Pengetahuan masyarakat terhadap perbankan syariah masih rendah sehingga menimbulkan kesan bahwa bank syariah adalah sebagai “bank system bagi hasil”. Belum satupun alasan ekonomi yang muncul, misalnya yang menyatakan “bank syariah adalah bank yang lebih menguntungkan dan lebih adil secara ekonomi”.
 - b. Kesesuaian dengan syariah agama Islam merupakan faktor utama yang mendorong nasabah syariah dalam memanfaatkan bank syariah, sementara faktor sekundernya adalah kredibilitas dan kemudahan aksesibilitas. Jadi keputusan mengadopsi masih dilandaskan kepada hal-hal yang bercorak sentimen keagamaan, belum lagi dari satu alasan rasionalitas ekonomi. Namun demikian, alasan ini bukan merupakan alasan yang teguh karena masyarakat cenderung akan terus memanfaatkan jasa bank syariah bukan dari kelompok ini, tapi dari pertimbangan bagi hasil. Dengan kata lain, jika untuk masuk pertama kali menjadi nasabah sentimen keagamaan cukup berguna, namun jika kemudian mereka merasa tidak puas, terutama bagi hasil yang tidak menguntungkan (rasionalitas ekonomi), maka mereka cenderung akan meninggalkan;
 - c. Implikasi dari temuan ini adalah “rasionalitas ekonomi” harus lebih dikedepankan ketika mengkomunikasikan kelebihan bank syariah kepada masyarakat. Perdebatan halal dan haram dapat diminimalisir apabila

keunggulan bank syariah dapat dibuktikan secara riil dari sisi keuntungan ekonominya;

- d. Berbagai persepsi responden berkenaan dengan kelebihan bank syariah masih terkait dengan aspek hukum, yaitu produk yang “tidak riba atau halal”. Kendatipun masyarakat bersikap bahwa bunga bank bertentangan dengan agama dan karena itu tidak setuju dengan penggunaan bunga dalam perbankan, namun sebagian besar dari mereka juga menjadi nasabah perbankan konvensional. Jadi meskipun mereka konsisten dalam bersikap, namun dalam kenyataannya mereka juga tidak konsisten dalam perilaku. Mengintroduksi sikap baru, bahwa bunga adalah haram sebagaimana fatwa MUI pada bulan Desember 2003, ternyata tidak langsung mampu merubah konfigurasi persepsi dan perilaku masyarakat muslim yang sudah agak baku selama ini;
 - e. Karakter yang melekat pada masyarakat yang selama ini telah mengadopsi bank syariah adalah mereka yang tergolong cepat mengambil keputusan, bersosok Islami, dan merupakan panutan atau pelopor di tengah masyarakat. Implikasinya, segmen masyarakat seperti ini layak dijadikan prioritas utama sebagai nasabah untuk perbankan syariah.
2. Penelitian BI dan Institut Pertanian Bogor (IPB) (hal, 6-8, 2004) yang berjudul “Potensi, Preferensi dan Prilaku Masyarakat terhadap bank syariah di wilayah Jawa Barat” menghasilkan beberapa inti kesimpulan yang terkait dengan persepsi masyarakat terhadap perbankan syariah sebagai berikut :
- a. Kesan yang paling dominan berkembang di masyarakat mengenai bank syariah adalah : (1) bank yang menggunakan system bagi hasil (2) bank Islami, dan (3) bank khusus orang Islam;
 - b. Kelompok masyarakat yang dapat menerima system bunga diterapkan dalam perbankan adalah 58 persen untuk responden selain nasabah bank syariah dan 55 persen untuk total responden. Alasan yang dominan diutarakan antara lain: (1) bunga digunakan untuk merangsang masyarakat dalam menyimpan uang di bank, (2) dalam ukuran yang wajar bunga

diperbolehkan, (3) bunga sebagai balas jasa atas modal, dan (4) terpaksa karena tidak ada alternative lainnya. Adapun persentase masyarakat yang tidak setuju dengan penerapan system bunga dalam perbankan cukup signifikan (42 persen untuk kategori non nasabah bank syariah dan 45 persen untuk total responden). Besarnya kelompok masyarakat yang tidak menerima penerapan system bunga dalam perbankan merupakan potensial demand bagi pengembangan bank syariah. Alasan yang dominan diungkapkan adalah: (1) bunga bank merupakan riba, (2) bunga bank memberatkan nasabah, (3) adanya keragu-raguan posisi bunga dalam hukum agama yaitu antara halal dan haram. Besarnya potensi pasar bank syariah juga ditunjukkan dari sikap dan penerimaan responden terhadap sistem bagi hasil. Sebanyak 92 persen untuk kelompok non nasabah bank syariah dan 94 persen dari total responden dapat menerima penerapan sistem bagi hasil dalam perbankan. Alasan yang dikemukakan adalah: (1) karena sistem bagi hasil lebih sesuai dengan syariah agama yang dianut, (2) system bagi hasil lebih adil dan saling menguntungkan. Untuk kelompok responden yang tidak setuju dengan system bagi hasil disebabkan karena kurang mengerti terhadap operasionalnya, dirasakan kurang menguntungkan, belum ada bukti, dan sulit dalam perhitungannya;

- c. Penelitian ini menghasilkan kesimpulan umum bahwa performan bank syariah saat ini masih kalah jauh dibandingkan dengan bank-bank konvensional. Hal ini ditandai dengan: (1) orang yang memilih bank karena pertimbangan pelayanan, fasilitas, kredibilitas, dan status bank, cenderung tidak mau menggunakan bank syariah. Hal ini menunjukkan bahwa pelayanan dan fasilitas bank syariah masih dianggap kurang dibandingkan dengan bank-bank konvensional, dan masih banyak yang meragukan status dan kredibilitas bank syariah; (2) orang-orang yang terbuka terhadap informasi dan memiliki aksesibilitas yang luas cenderung tidak meneruskan menjadi nasabah bank syariah (bagi yang sudah mengadopsi) atau tidak mau mengadopsi bank syariah (bagi yang belum menjadi nasabah). Hal ini juga menunjukkan bahwa performan bank syariah dimata masyarakat masih dibawah bank-bank konvensional, karena

semakin terbuka seseorang terhadap informasi akan semakin meninggalkan bank syariah.

3. Penelitian Samsudin (hal 77-89, 2005) yang berjudul “Mengapa Nasabah Memilih Menggunakan Jasa Perbankan Syariah : studi kasus pada Bank Syariah mandiri (BSM) Cabang Thamrin “, menghasilkan kesimpulan bahwa fasilitas dan pelayanan (yang meliputi atribut-atribut banyak cabang, banyaknya jaringan ATM, pelayanan perbankan yang lengkap, pelayanan yang cepat dan ramah) merupakan faktor dominan atau yang paling mempengaruhi nasabah menabung di BSM, bukan faktor Syariah (agama) ataupun faktor-faktor lainnya seperti merek, manajemen dan keamanan; produk; lokasi; iklan dan ekonomi. Fakta ini menegaskan bahwa nasabah BSM lebih cenderung melihat faktor fasilitas dan pelayanan ketika hendak menabung di BSM dibandingkan faktor-faktor lainnya. Oleh karena itu faktor fasilitas dan pelayanan ini harus diperhatikan dengan seksama oleh pihak manajemen dan harus terus dikembangkan terutama berkaitan dengan fasilitas cabang dan ATM-nya, disamping tetap menjaga mutu pelayanan yang diberikan (quality service). Faktor syariah (agama) seharusnya jangan dijadikan sebagai landasan utama strategi pemasaran bagi bank syariah, akan tetapi faktor syariah (agama) seharusnya menjadi nilai “plus” tersendiri bagi bank syariah yang tidak dimiliki oleh bank konvensional. Sistem syariah harus dibandingkan dan bersaing dengan system bunga secara sehat dan adil, bukan lagi dari sisi emosional-religius.
4. Penelitian Yunus (hal 1- 14, 2005) yang berjudul “Faktor-faktor yang mempengaruhi Minat Masyarakat untuk Menggunakan Jasa Perbankan Syariah : Studi Kasus pada Masyarakat Kota Bekasi”. Pertanyaan penelitian yang dijadikan dasar bagi penelitiannya adalah :
 1. Apakah tingkat pendapatan, tingkat pendidikan, tingkat pengetahuan tentang bank syariah, sikap terhadap fatwa MUI tentang bunga bank dan tingkat pengetahuan agama masyarakat mempengaruhi keputusannya dalam memilih bank syariah ?
 2. Apa saja dasar pertimbangan masyarakat dalam memilih bank ?

3. Sumber informasi apa yang digunakan masyarakat untuk mengetahui tentang perbankan ?
4. Apa saja yang menyebabkan belum mau menggunakan jasa bank syariah ?

Sedangkan metodologi penelitian yang digunakan untuk menjawab pertanyaan penelitian tersebut adalah dengan menggunakan analisis deskriptif dan analisis *logistic binary regression*. Analisis deskriptif digunakan untuk menjawab pertanyaan mengenai dasar pertimbangan masyarakat dalam memilih bank dan sumber informasi yang digunakan untuk mendapatkan pengetahuan tentang bank serta alasan penolakan masyarakat untuk menggunakan bank syariah. Sedangkan analisis *logistic binary regression* digunakan untuk menganalisis hubungan antara minat menggunakan jasa bank syariah dengan faktor yang mempengaruhinya.

Hipotesis dalam penelitian ini dirumuskan sebagai berikut :

- H_0 : Tingkat pendapatan, tingkat pendidikan, tingkat pengetahuan tentang bank syariah dan sikap terhadap fatwa tentang bunga bank serta tingkat pengetahuan agama tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap minat menggunakan bank syariah.
- H_1 : Tingkat pendapatan, tingkat pendidikan, tingkat pengetahuan tentang bank syariah dan sikap terhadap fatwa tentang bunga bank serta tingkat pengetahuan agama memiliki pengaruh signifikan terhadap minat menggunakan bank syariah.

Penelitian ini dilakukan terhadap masyarakat kota Bekasi yang telah menjadi nasabah bank konvensional maupun bank syariah. Jumlah populasi penelitian menurut data statistik diperkirakan 658.063 nasabah. Pengumpulan data responden diperoleh melalui kuisisioner yang dikumpulkan melalui *surveyor*. Sedangkan data pendukung meliputi data perbankan, data kependudukan Bekasi dan hasil penelitian sebelumnya diperoleh melalui literatur dan akses ke situs Bank Indonesia (www.bi.go.id) dan Pemerintah Kota Bekasi (www.bekasi.go.id).

Instrumen pengumpulan data berupa kuisisioner dengan sembilan pertanyaan data responden dan enam belas pertanyaan tentang keputusan responden dalam memilih bank dan sikap responden terhadap bank syariah. Sebelum diedarkan,

kuisisioner yang digunakan telah dilakukan dua kali uji coba dan penyempurnaan serta telah dilakukan uji validitas dan reabilitas dengan menggunakan korelasi Person dan Crobach alfa, sehingga diyakini kuisisioner tersebut *valid* dan *reliable* untuk digunakan sebagai alat ukur dalam penelitian.

Pengambilan sampel menggunakan metode *simple random sampling*, yaitu setiap anggota populasi dipilih satu persatu secara random sehingga semua anggota populasi mendapat kesempatan yang sama untuk dipilih (Kontur, 2003). *Level of Confidence* ditetapkan pada tingkat 95% atau $\alpha = 5\%$ dengan error estimate sebesar 5% dan standar deviasi sebesar 20%. Pengumpulan data antara tanggal 9 s/d 26 Agustus 2004 dengan menggunakan metode *exit poll* yaitu surveyor menemui responden yang keluar dari bank konvensional/syariah, dan data yang berhasil dikumpulkan sebanyak 151 responden sehingga secara statistik telah memenuhi syarat dianalisis.

Memperhatikan hasil analisis regresi *logistic binary*, dapat dipastikan secara statistic bahwa faktor tingkat pendidikan masyarakat, tingkat pengetahuan masyarakat tentang bank syariah dan juga sikap masyarakat terhadap fatwa bunga bank memiliki pengaruh secara signifikan terhadap minat masyarakat untuk menggunakan jasa bank syariah. Sedangkan faktor tingkat pendapatan atau kondisi ekonomi dan tingkat pengetahuan agama bukan merupakan faktor yang signifikan. Artinya semakin berilmu dan memahami tentang ilmu agama Islam, tidak secara signifikan mempengaruhi minatnya untuk menggunakan bank syariah.

Tingkat pendidikan masyarakat memiliki pengaruh signifikan terhadap minat masyarakat untuk menggunakan atau menolak jasa bank syariah. Hal ini dapat menjadi dasar untuk mendorong proses sosialisasi bank syariah melalui jalur pendidikan dengan menjadikan ilmu dan pengetahuan tentang bank syariah sebagai mata ajaran pada jenjang pendidikan dari pendidikan dasar, menengah dan pendidikan tinggi. Sehingga semakin banyak masyarakat yang berpendidikan, makin besar kontribusinya terhadap perkembangan bank syariah.

Berdasarkan data yang ada diketahui bahwa pengetahuan tentang agama tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat untuk menggunakan jasa bank syariah. Hal ini sungguh sangat mengherankan, mengingat bahwa konsep bank

syariah sangat dekat dengan konsep syariah agama khususnya agama Islam. Hal ini dapat terjadi sangat mungkin dikarenakan dalam mempelajari ilmu agama lebih memfokuskan kepada materi fiqh ibadah dibandingkan dengan fiqh muamalah. Konsep dan pengetahuan bank syariah yang merupakan bagian dari bidang fiqh muamalah relatif belum dikenal dan dipahami oleh masyarakat luas, meskipun masyarakat tersebut memahami ilmu fiqh secara mendalam.

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan diatas, maka dihasilkan butir-butir kesimpulan sebagai berikut :

- a. Faktor pendidikan dan pengetahuan masyarakat tentang perbankan syariah memiliki pengaruh signifikan dalam menentukan minat masyarakat untuk menggunakan bank syariah. Semakin tinggi tingkat pendidikan seseorang, semakin besar kemungkinannya untuk menggunakan bank syariah. Sebagian besar masyarakat menolak atau tidak menggunakan bank syariah disebabkan karena ketidaktahuan mereka tentang bank syariah, sehingga mereka beangapan bahwa bank syariah sama saja dengan bank konvensional.
- b. Beberapa hal yang menjadi pertimbangan masyarakat dalam memilih bank syariah, sebagian besar didasarkan pada pertimbangan aksesibilitas, jumlah jaringan kantor dan ATM, pelayanan bank dan aspek syariah. Sedangkan faktor tingginya bagi hasil atau suku bunga sangat kecil mempengaruhi masyarakat Bekasi dalam memilih bank.
- c. Berdasarkan statistik, sebagian besar masyarakat yang menolak atau tidak menggunakan bank syariah disebabkan karena ketidaktahuan mereka tentang bank syariah. Mereka menganggap bank konvensional sama saja dengan bank syariah atau sama sekali tidak memiliki pengetahuan tentang hal itu.
5. Sedangkan dalam penelitian yang dilakukan oleh Duddy Roesmara Donna tahun 2005 mengenai Identifikasi faktor-faktor penyebab rendahnya loan to deposit ratio di propinsi Daerah Istimewa Yogyakarta. Menunjukkan hasil, pertama bahwa agunan tidak termasuk dalam factor-faktor yang mempengaruhi minat nasabah untuk meminjam. Hal ini berlawanan dengan temuan dari perbankan dimana masalah yang seringkali ditemui dalam penyluran kredit adalah masalah ketidak tersediaan agunan dari nasabah. Dari

sisi nasabah agunan bukan menjadi masalah utama karena nasabah merasa memiliki agunan sebagai syarat kredit. Namun yang bermasalah apakah agunan yang dimiliki nasabah tersebut diakui oleh pihak bank. Misalnya agunan berupa sertifikat tanah letter C, BPKB kendaraan bermotor yang tidak diakui oleh pihak perbankan. Jadi terdapat perbedaan persepsi mengenai definisi agunan antara bank umum dengan nasabah pada umumnya. Kedua masalah mengapa minat konsumen untuk meminjam di bank rendah adalah karena adanya alternatif meminjam. Dimana factor alternative meminjam meliputi faktor dengan indikator lebih suka meminjam uang di tempat lain dan takut untuk meminjam uang di bank. Alternatif meminjam ini bisa beraneka ragam, yaitu di BMT atau dari sumber dana lainnya seperti pegadaian, relasi dan sebagainya yang mampu menyediakan kebutuhan dana sesuai dengan keinginan nasabah. Faktor alternative meminjam yang menjadi faktor utama dalam analisis faktor menunjukkan bagaimana minat masyarakat propinsi DIY yang rendah untuk meminjam uang di bank. Hal tersebut dioerkuat dengan indikator takut untuk meminjam uang di bank yang diduga juga dipengaruhi oleh faktor budaya. Faktor Budaya meliputi indikator anggapan bahwa hutang itu tabu dan anggapan bahwa hutang memalukan. Anggapan bahwa meminjam uang di bank itu tabu dan memalukan menyebabkan masyarakat cenderung mencari alternative meminjam selain di bank jika dalam kondisi harus berhutang sehingga hal ini berdampak pada rendahnya minat mereka meminjam di bank. Kemudahan dalam mendapatkan pinjaman dan seberapa cepat nasabah mendapatkannya menjadi tantangan bagi pihak bank, karena apabila faktor kemudahan ini tidak didapatkan, maka para nasabah akan berupaya mencari dana pinjaman dari tempat lain. Faktor ini meliputi indikator prosedur pengajuan kredit yang sulit, waktu pengurusan kredit yang lama, waktu pencairan kredit yang lama, dana kredit yang ditawarkan terbatas, pelayanan pegawai bank yang berbelit-belit. Bagaimana pelayanan di bank dan masalah procedural peminjaman masih menjadi kendala bagi masyarakat untuk meminjam uang di bank. Jika untuk meminjam uang di bank mereka harus berhadapan dengan segala urusan yang berbelit-belit membuat kecenderungan mencari alternative pinjaman selain di bank. Faktor suku

bunga ternyata juga berpengaruh terhadap minat untuk meminjam, karena masyarakat masih cenderung memperhatikan suku bunga dalam meminjam uang di bank.

Penelitian ini memberikan kesimpulan, yaitu :

1. Dari sisi perbankan, kendala bagi nasabah bank umum dalam mengajukan kredit adalah kendala kelayakan usaha, karakter debitur dan kelengkapan administrasi. Lebih dari separuh responden menyatakan kendala utama penyaluran kredit adalah kelayakan usaha calon debitur (khususnya bagi debitur perusahaan).
2. Dari sisi nasabah, faktor utama yang menjadi kendala dalam meminjam uang di bank umum adalah faktor alternative meminjam, faktor budaya dan faktor pelayanan. Faktor alternative meminjam terdiri dari variabel lebih suka meminjam uang di tempat lain dan takut meminjam uang di bank. Sedangkan faktor budaya terdiri dari anggapan bahwa hutang tabu dan hutang memalukan. Sedangkan faktor pelayanan dipengaruhi oleh persepsi nasabah terhadap pelayanan bank umum ; yaitu prosedur pengajuan kredit yang sulit, waktu pengurusan kredit yang lama, waktu pencairan kredit yang lama, dana kredit yang ditawarkan terbatas dan pelayanan pegawai bank yang berbelit-belit.
6. Penelitian O Cass (hal56, 2001) yang berjudul "*Consumer Self Monitoring, Materialism and involvement in Fashion Cloting*" menghasilkan inti kesimpulan bahwa perilaku konsumsi individu dalam memilih *fashion cloting* dipengaruhi nilai-nilai *self monitoring* dan *materialism*. Terdapat perbedaan signifikan dalam perilaku konsumen dalam konteks *fashion*. Demikian juga dengan *materialism* berpengaruh terhadap perilaku pasar. Mereka yang lebih *materialistic* menempatkan kepemilikan sebagai simbol kesuksesan dan kebahagiaan pada posisi sentral dalam kehidupan mereka. Karakteristik-karakteristik yang demikian akan mendorong konsumen yang memiliki *self monitoring traits* dan *materialistic tendencies* lebih *involved* dalam pemenuhan terhadap produk-produk *fashion clothing* karena kemampuan menggunakan sebagai atribut untuk menunjukkan kepada orang lain sebagai simbol (*symbolic code*) mengenai status dan kesuksesan yang

dicapai, dimana hal tersebut merupakan hal yang penting bagi *materialist* dan *self monitors*. Temuan ini menunjukkan bahwa *self monitoring* mempengaruhi perilaku konsumen *fashion clothing* karena hal tersebut diasosiasikan dengan tingkat kepentingan dalam *maintaining a front through fashion clothing* dan dapat digunakan sebagai atribut untuk menyampaikan sebuah citra kepada orang lain. Orang-orang yang memiliki tingkat *self monitoring* yang tinggi tampil dengan sebuah kepedulian yang kuat terhadap penampilan dan citra serta menekankan atau mendapatkan kesenangan menggunakan *fashion clothing*.

7. Penelitian empiris yang dilakukan oleh McDaniel dan Burnett (hal 107, 1999) berjudul "*Consumer Religiosity and Retail Store Criteria*" menghasilkan inti kesimpulan yang menunjukkan bahwa terdapat hubungan antara *religious commitment* dengan *evaluative criteria* (terdiri dari tujuh kriteria yaitu : *shopping efficiency, shopping convenience, product assortment, sales personel, friendliness/assistance, product quality, store attractiveness* dan *credit availability*) ketika konsumen memilih *retail store*. Hal ini terlihat dari hasil *analysis of variance procedures* (SAS 1985) dimana nilai rata-rata yang diperoleh untuk setiap kriteria signifikan. "*A Duncan Multiple Range Test was employed to examine paired comparisons of the categorical means resulting from the religiosity-evaluative criteria analysis. For each test a criterion level of 0.05 was used for significance*". Dengan demikian faktor *religious commitment* dapat menentukan perilaku konsumen dalam pemilihan *retail store* dimana McDaniel dan Burnett (hal 107, 1999) membaginya menjadi dua, yaitu (1) *Effect of cognitive religiosity*, menunjukkan hubungan yang positif. Konsumen dengan tingkat *cognitive religiosity* yang tinggi melihat *shopping efficiency, sales personnel friendliness/assistance, and product quality* sebagai kriteria yang paling penting dalam memilih sebuah *retail store*. (2) *Effect of behavioral religiosity*, juga menunjukkan hubungan yang positif, namun melihat kriteria *sales personel, friendliness/assistance* dan *credit availability* sebagai kriteria utama (*main effects*) dalam memilih *retail store*. Mengacu pada temuan ini maka *religious commitment/komitmen* keagamaan dapat

dijadikan sebagai salah satu variabel moderator dalam penentuan referensi nasabah terhadap minat untuk mendapatkan pembiayaan dari bank syariah.

8. Penelitian yang dilakukan oleh Rosaliana Dewi Triswandhani (2005) tentang "Penyusunan Strategi Manajemen Hubungan Pelanggan Produk Shar- ξ PT. bank Muamalat Indonesia Tbk. Melalui analisis pelanggan. Penyusunan strategi dengan penekanan orientasi pada pelanggan merupakan focus dalam penelitian ini, dengan pertanyaan penelitian sebagai berikut :

1. Bagaimana cara yang dapat dilakukan oleh BMI untuk dapat mempertahankan dan meningkatkan hubungan dengan nasabah Shar- ξ yang telah ada ?
2. Bagaimana karakteristik nasabah yang dapat diakuisisi oleh BMI sebagai nasabah Shar- ξ ?

Penelitian dengan unit analisis BMI ini menggunakan kombinasi dua desain penelitian, yaitu :

- a. Penelitian *exploratory* yang bertujuan untuk memahami suatu masalah atau situasi, dilakukan dengan metode *structured interview* terhadap beberapa orang manager dan karyawan di bagian *network alliance group, business development group, corporate support group, corporate planning* dan *person in charge* Shar-e yang dianggap terkait dengan penelitian yang dilakukan. Metode *interview* yang dilakukan adalah *indepth interview*.
- b. Penelitian *conclusive* dilakukan dengan metode survey terhadap nasabah Shar-e, nasabah BMI non Shar-e dan non nasabah. Teknik pengambilan data yang digunakan adalah *interview by phone* untuk responden nasabah Shar-e, nasabah BMI non Shar-e dan sebagian responden non nasabah. *Interview* dilakukan secara *face to face*, sedangkan jenis *interview* yang digunakan adalah *structure interview*.

Dalam penelitian ini, telah dikemukakan bahwa teknik yang digunakan dalam pengumpulan data adalah melalui *interview* dan penggunaan kuisisioner. Wawancara digunakan sebagai teknik pengambilan data dalam penelitian ini adalah dengan pertimbangan sedikitnya jumlah responden dan bertujuan untuk

mengetahui hal-hal dari responden yang lebih mendalam. Penggunaan kuisioner dalam pengumpulan data primer penelitian ini merupakan kombinasi daftar pertanyaan yang bersifat terbuka dan tertutup yang bertujuan untuk mengungkapkan aspek-aspek sebagai berikut:

1. Informasi umum terkait dgn konsumsi produk perbankan responden;
2. Gaya hidup responden;
3. Kebutuhan, keinginan, dan harapan responden; dan
4. Ketertarikan responden untuk mengkonsumsi produk Shar-e

Adapun skala pengukuran untuk menentukan satuan analisis yang diperoleh sekaligus jenis atau tingkatan data yang digunakan sebagai instrumen-instrumen dalam penelitian ini adalah skala nominal dan skala dikotomi bagi pengungkapan informasi umum terkait dengan konsumsi produk perbankan, responden, skala numeric, skala linkert, skala nominal dan skala peringkat komparatif bagi pengungkapan aspek gaya hidup, segala peringkat komparatif dan skala dikotomi bagi pengungkapan kebutuhan, keinginan dan harapan responden serta skala dikotomi bagi pengungkapan ketertarikan responden untuk mengkonsumsi produk Shar-ع.

Kesimpulan dihasilkan dari penelitian ini adalah :

1. BMI belum dapat memberikan *value* yang sesuai dengan kebutuhan, keinginan dan harapan nasabah Shar-ع yang mengacu pada *service marketing mix* yang meliputi *value from product, price, customer communication, channel, people, physical evidence, process* dan *service*.
2. Sebanyak 60% nasabah Shar-ع menyatakan tidak puas terhadap produk Shar-ع. Faktor Jaringan merupakan alasan utama ketidakpuasan nasabah Shar-ع, padahal faktor inilah yang merupakan manfaat utama yang mereka cari pada saat membeli Shar-ع dengan pertimbangan bahwa Shar-ع merupakan produk berbasis teknologi yang mengandalkan jaringan. Dengan demikian dapat dikatakan, bahwa jaringan merupakan faktor terpenting dalam jasa layanan perbankan yang harus diutamakan oleh BMI untuk dibenahi agar BMI dapat mempertahankan dan meningkatkan hubungan dengan nasabah Shar-ع yang telah ada.

3. Berdasarkan hasil pengolahan data, diketahui bahwa apapun jenis pekerjaan seseorang tidak mempengaruhi tingkat ketertarikannya untuk mengkonsumsi Shar-ع, sedangkan mereka yang tergolong berpendapatan tinggi memiliki tingkat ketertarikan yang rendah untuk mengkonsumsi Shar-ع.

9. Edo Rajh (2005)

Rajh dalam penelitiannya yang berjudul "*The Effects Of Marketing Mix Elements on Brand Equity*" mengangkat masalah hubungan bauran pemasaran terhadap ekuitas merek. Penelitian yang merupakan replikasi dari penelitian yang telah dilakukan oleh Yoo et.al (2000) ini menjadikan 3(tiga) kategori produk (minuman ringan, coklat dan barang-barang elektronik) sebagai objek penelitiannya. Metode penelitian yang digunakan oleh Rajh adalah teknik analisis SEM dengan LISREL. Kesimpulan dari penelitian Rajh ini adalah bahwa setiap bauran pemasaran memberikan dampak yang berbeda-beda terhadap ekuitas merek. Di akhir penelitiannya Rajh menyarankan kepada perusahaan untuk melakukan fokus penguatan ekuitas merek lewat pembangunan *brand awareness dan positive brand image*.

10. Yudho Baskoro, Fatchur Rahman, Djumilah Zain (2001)

Yudho Baskoro dkk melakukan penelitian untuk menguji model konseptual yang dibuat oleh Yoo et.al., (2000). Dalam penelitiannya yang berjudul "Hubungan Antara Unsur-unsur Bauran Pemasaran Dengan Penciptaan Ekuitas Merek" ini Yudho dkk. meneliti hubungan antara unsur-unsur bauran pemasaran dengan dimensi ekuitas merek dan mereka menemukan bahwa promosi harga yang sering dilakukan seperti potongan harga, obral, cuci gudang dan usaha promosi harga lain yang sejenis dapat menurunkan ekuitas merek sebuah produk, sementara periklanan dan harga yang tinggi (sampai pada batas tertentu), citra toko yang baik dan intensitas distribusi yang tinggi (sesuai dengan tipe produk) dapat meningkatkan ekuitas merek. Adapun metode penelitian yang dilakukan oleh Yudho dkk adalah teknik analisis dengan SEM dengan software LISREL. Menurut Yudho dkk perusahaan

perlu melakukan variasi usaha pemasaran untuk dapat membangun ekuitas merek yang kuat.

11. Romi Setiawan (2006)

Penelitian yang dilakukan oleh Romi Setiawan ini merupakan penelitian yang juga merujuk pada penelitian yang telah dilakukan oleh Yoo et.al (2000). Objek penelitian yang dilakukan oleh Setiawan ini adalah merek-merek pada kategori *consumer-convenience goods* yang terdiri dari 3 (tiga) kategori produk utama yaitu mie instan, minuman ringan, dan sabun mandi. Metode penelitian yang dilakukan oleh Romi adalah teknik analisis SEM dengan program LISREL. Kesimpulan penelitian ini adalah bahwa: (1) bauran pemasaran memiliki pengaruh terhadap dimensi ekuitas merek yaitu: (a) *Perceived Quality* dipengaruhi secara positif oleh *store image*, *advertising spending* dan dipengaruhi secara negatif oleh *price deal* (b) *Brand Loyalty* dipengaruhi secara positif oleh *distribution intensity* (c) *Brand Awareness* dipengaruhi secara positif oleh *store image*, *distribution intensity* dan dipengaruhi secara negatif oleh *price deal* (2) dimensi ekuitas merek memberikan pengaruh terhadap ekuitas merek sebagai berikut: (a) *Perceived quality* berpengaruh secara positif terhadap *overall brand equity* (b) *Brand Loyalty* berpengaruh secara positif terhadap *overall brand equity* (c) *Brand awareness* berpengaruh secara positif terhadap *overall brand equity*.

14. Penelitian ini juga merujuk kepada penelitian yang dilakukan oleh Thantawi, Rifqi(2005). Pada hasil penelitiannya yang berjudul Pengaruh kebijakan bonus SWBI dan penjaminan pemerintah terhadap tingkat imbalan PUAS di Indonesia. Penelitian ini menyimpulkan bahwa bank syariah lebih memilih instrument SWBI sebagai sarana menempatkan kelebihan likuiditasnya dari pada menempatkannya pada PUAS.

15. Penelitian yang dilakukan Nurfitri Adi, Indah (2006), tentang Pengaruh penempatan dana pada SWBI dan pasar uang antar bank syariah (PUAS) terhadap FDR perbankan syariah. Dengan pertanyaan penelitian :

- Seberapa besar penempatan dana pada sertifikat Wadiah Bank Indonesia berpengaruh terhadap tingkat FDR perbankan syariah ?

- Apakah penempatan dana pada pasar uang antar bank syariah (PUAS) berpengaruh terhadap tingkat FDR perbankan syariah ?

Dengan kesimpulan dari kedua variabel yang diduga berpengaruh terhadap tingkat FDR perbankan syariah, maka hanya variabel instrumen SWBI saja yang berpengaruh signifikan terhadap tingkat FDR perbankan syariah. Namun secara bersama-sama PUAS dan SWBI mempengaruhi tingkat FDR perbankan syariah dengan besaran yang ditunjukkan oleh nilai R² sebesar 50,6% dan sisanya sebesar 49,4% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini.

16. Dalam penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Adi Nugroho tahun 2005 mengenai permasalahan Faktor-faktor yang mempengaruhi Margin Pembiayaan Murabahah (studi kasus pada PT. Bank Muamalat Indonesia). Metode penelitian yang digunakan oleh penulis pada penyusunan tesis ini adalah metode analisis deskriptif melalui studi kepustakaan yang didukung oleh analisis kuantitatif yaitu menggunakan model ekonometrika. Pertama-tama dilakukan analisis factor, hasil dari analisis factor tersebut kemudian dimasukkan dalam model regresi linier berganda (multiple regression) yang tahapan-tahapannya terdapat pengujian hipotesis, uji multikolinieritas, uji autokorelasi dan uji heteroskedastisitas. Dengan kesimpulan bahwa biaya overhead yang terdiri dari biaya tenaga kerja, biaya administrasi dan umum, biaya penyusutan, biaya pencadangan penghapusan aktiva produktif dan biaya lainnya yang terkait dengan operasional bank syariah secara signifikan berpengaruh terhadap besarnya margin murabahah.
17. Dalam penelitian lain yang dilakukan oleh Ahmad Chumsoni tahun 2005 mengenai permasalahan hubungan suku bunga bank konvensional dengan penetapan margin pembiayaan murabahah dimana metodologi yang digunakan adalah metode deskriptif dengan menggunakan data kuantitatif yang dimasukkan kedalam model regresi berganda.

2.1. Penerapan Teori dalam Pemecahan Masalah

Perkembangan bisnis sebuah perusahaan atau industri dapat ditinjau dari usaha perusahaan dalam mengembangkan produk atau jasa yang ditawarkannya. Hal ini

pun berlaku dalam perkembangan bisnis atau aset perbankan syariah. Perkembangan bisnis perbankan syariah di Indonesia tidak akan bisa lepas dari pengembangan pembiayaan yang disalurkan dan penghimpunan dana pihak ketiga yang dapat mempengaruhi keuntungan dan aset yang dimilikinya. Oleh karena itu, untuk dapat mengembangkan bisnisnya maka sudah selayaknya perbankan syariah di Indonesia juga mencari cara untuk menciptakan penyaluran pembiayaan yang kuat.

Berdasarkan kesimpulan umum dari penelitian BI dan Institut Pertanian Bogor (IPB) (hal, 6-8, 2004) yang berjudul "Potensi, Preferensi dan Prilaku Masyarakat terhadap bank syariah di wilayah Jawa Barat" bahwa performan bank syariah saat ini masih kalah jauh dibandingkan dengan bank-bank konvensional. Hal ini ditandai dengan: (1) orang yang memilih bank karena pertimbangan pelayanan, fasilitas, kredibilitas, dan status bank, cenderung tidak mau menggunakan bank syariah. Hal ini menunjukkan bahwa pelayanan dan fasilitas bank syariah masih dianggap kurang dibandingkan dengan bank-bank konvensional, dan masih banyak yang meragukan status dan kredibilitas bank syariah; (2) orang-orang yang terbuka terhadap informasi dan memiliki aksesibilitas yang luas cenderung tidak meneruskan menjadi nasabah bank syariah (bagi yang sudah mengadopsi) atau tidak mau mengadopsi bank syariah (bagi yang belum menjadi nasabah). Hal ini juga menunjukkan bahwa performan bank syariah dimata masyarakat masih dibawah bank-bank konvensional, karena semakin terbuka seseorang terhadap informasi akan semakin meninggalkan bank syariah.

Untuk mengetahui sejauhmana variabel-variabel materialisme, pelayanan, lokasi bank syariah, pengetahuan tentang bank syariah dan komitmen keagamaan mempengaruhi minat nasabah dan non nasabah untuk mendapatkan pembiayaan dari bank BNI syariah cabang XYZ maka selanjutnya dapat diketahui dalam pembahasan pada bab III yaitu metodologi penelitian dan data.

BAB 3

METODOLOGI PENELITIAN DAN DATA

Bab ini memaparkan metodologi penelitian yang digunakan dalam penelitian ini. Di dalam bab ini akan diuraikan prosedur dan langkah-langkah penelitian yang akan dilakukan.

3.1 Metodologi untuk Pemecahan Masalah

3.1.1 Metode Analisis

Penelitian ini merupakan penelitian yang menggunakan analisis diskriptif dan analisis regresi berganda. Analisis diskriptif digunakan untuk menjawab pertanyaan mengenai dasar pertimbangan nasabah dan non nasabah dalam memilih bank dan sumber informasi yang digunakan untuk mendapat pengetahuan tentang bank serta alasan penolakan nasabah dan non nasabah untuk mendapatkan pembiayaan dari bank syariah XYZ.

Sedangkan analisis regresi berganda digunakan untuk menganalisis hubungan antara minat mendapatkan pembiayaan dari bank syariah XYZ dengan faktor yang mempengaruhinya.

3.1.2 Variabel dan Pengukuran

Dalam penelitian ini terdapat empat variabel yang dianalisis, yaitu :

1. Lokasi bank syariah XYZ

Lokasi bank syariah XYZ adalah posisi dimana bank syariah XYZ berada, apakah terletak di lingkungan daerah pemukiman, pusat perniagaan dsb.

2. Materialisme

Konsumen materialistic berpikir bahwa kepemilikan adalah aspek yang esensial dalam mencapai kebahagiaan dan memiliki kecenderungan untuk memandang kesuksesan berdasarkan kepemilikan.

3. Pelayanan

Pelayanan meliputi kelengkapan, kecepatan dan kemudahan dalam berinteraksi dengan bank syariah sangat menjadi perhatian para nasabah.

4. Pengetahuan tentang bank syariah

Pengetahuan masyarakat tentang perbankan syariah merupakan pemahaman mengenai prinsip kerja dan mekanisme operasional bank syariah.

5. Komitmen keagamaan

Komitmen keagamaan merupakan nilai kemanusiaan yang universal dan diakui sebagai salah satu kekuatan sosial paling penting dalam sejarah umat manusia sehingga menjadi penentu perilaku individu dalam menjalani kehidupan bermasyarakat.

3.1.3 Instrumen Penelitian

Instrumen yang dipakai dalam penelitian ini adalah instrumen kuesioner yang bertujuan untuk mengetahui persepsi responden mengenai hal-hal yang dapat mempengaruhi minat untuk mendapatkan pembiayaan dari bank syariah. Sebuah kuesioner disusun dengan pertanyaan yang bersifat terbuka dan tertutup.

Skala yang dipakai dalam penyusunan kuesioner adalah skala ordinal atau sering disebut skala LIKERT, yaitu skala yang berisi lima tingkat preferensi jawaban dengan pilihan sebagai berikut : (Suliyanto, 2005 : hal 23)

1 = Sangat Tidak Setuju

2 = Tidak Setuju

3 = Ragu-ragu

4 = Setuju

5 = Sangat Setuju

Instrumen pengumpulan data berupa kuisisioner dengan 11 (sebelas) pertanyaan data responden dan 38 (tiga puluh delapan) pertanyaan tentang keputusan responden mengenai minat untuk mendapatkan pembiayaan dan sikap responden terhadap bank syariah. Sebelum diedarkan, kuisisioner yang digunakan telah dilakukan 2 (dua) kali uji coba dan penyempurnaan serta telah dilakukan uji

validitas dan reabilitas dengan menggunakan korelasi person dan *crobanch alfa*, sehingga diyakini kuisioner tersebut *valid* dan *reliable* untuk digunakan sebagai alat ukur dalam penelitian.

3.1.4 Uji Instrumen

Variabel dalam penelitian ini bersifat kualitatif yaitu mengenai materialisme, pelayanan, lokasi bank syariah, pengetahuan tentang bank syariah dan komitmen keagamaan. Ada dua syarat penting yang berlaku pada sebuah kuisioner yaitu kuisioner harus bersifat *valid* dan *reliable*. Pengujian kualitas data dari kelima variabel tersebut menggunakan uji validitas dan uji reliabilitas dengan bantuan program SPSS 11.5. Pengujian validitas dan reliabilitas instrumen ini adalah :

3.1.4.1 Uji Validitas

Validitas dari suatu skala didefinisikan sebagai perluasan yang menunjukkan perbedaan dalam skala observasi yang menjelaskan perbedaan sebenarnya diantara sesama objek dalam menilai karakteristik yang sedang diukur, validitas ini bukanlah sistematik ataupun random error (Malhotra, hal 306, 1996). Ukuran validitas ini akan menunjukkan sejauhmana instrumen pengukuran mampu mengukur apa yang akan diukur.

Dalam penelitian ini uji validitas yang dilakukan dengan mengukur korelasi antara atribut-atribut variabel dengan skor pertanyaan secara keseluruhan. Korelasi product moment pearson secara umum dirumuskan (Nurgiyanto et.al.hal 318,2002) sebagai berikut :

$$r = \frac{N \sum X_1 X_2 - (\sum X_1) (\sum X_2)}{\sqrt{(N \sum X_1^2 - \sum X_1^2) (N \sum X_2^2 - \sum X_2^2)}}$$

dimana :

N : Jumlah sempling dalam hal ini adalah responden;

X_1 : Variabel 1 ;

X_2 : Variabel 2.

Adapun tahap-tahap dalam melakukan pengujian validitas (Santosa, PB dan Ashari, hal 248, 2005) adalah sebagai berikut :

1. Mendefinisikan secara operasional suatu konsep yang akan diukur.
2. Melakukan uji coba pada beberapa responden (minimal terhadap 30 orang).
3. mempersiapkan tabel tabulasi jawaban.
4. Menghitung dan menguji korelasi antara masing-masing skor butir jawaban dengan skor total dari butir jawaban.

Uji validitas dilakukan untuk membuktikan bahwa alat yang dibuat untuk mengukur adalah benar-benar mengukur apa yang ingin diukur. Uji validitas merupakan suatu ukuran yang menunjukkan tingkat keshahihan suatu instrumen. Sebuah instrumen dikatakan valid jika mampu mengukur apa yang diinginkan atau dapat mengungkap data dari variabel yang diteliti secara tepat.

Pengujian validitas menggunakan koefisien korelasi pearson (*pearson's product moment coefficient of correlation*) yang di olah dengan menggunakan program SPSS 11.5. Dasar keputusan uji validitas dalam penelitian ini adalah dengan membandingkan *p-value* dengan *level of significant* yang digunakan yaitu sebesar 5%. Jika *p-value* kurang dari alpha 0,05 maka item pernyataan dikatakan valid, sebaliknya jika *p-value* lebih besar dari alpha 0,05 maka item pernyataan tidak valid. Dasar pengambilan keputusan uji validitas juga dilakukan dengan membandingkan koefisien korelasi dengan angka kritis ($r\text{-tabel}=0,361$). Jika koefisien korelasi lebih besar dari $r\text{-tabel}$ maka item pernyataan valid, sebaliknya jika koefisien korelasi kurang dari $r\text{-tabel}$ maka item pernyataan tidak valid.

3.1.4.2 Uji Reliabilitas

Suatu ukuran dikatakan handal jika memberikan hasil yang konsisten dan jika terdapat hubungan antar item yang ada dalam instrumen dan item-item yang ada dalam kuisisioner. Reliabilitas instrumen menunjukkan hubungan antar item yang ada dalam instrumen dan apakah item-item yang ada dalam kuisisioner menanyakan sesuatu yang sama. Ukuran reliabilitas yang digunakan adalah *cronbach's coefficient alpha*.

Adapun rumus *cronbach's coefficient alpha* (Nurgiyanto et.al. hal 330, 2002) adalah sebagai berikut :

$$r = \frac{K}{k-1} \left(1 - \frac{\sum \sigma_i^2}{\sigma^2} \right)$$

dimana :

- r : Koefisien reliabilitas yang dicari ;
- k : Jumlah butir pertanyaan ;
- σ_i^2 : Varians atribut-atribut variabel yang ditunjukkan dari nilai rata-rata skor dari seluruh jawaban responden terhadap atribut-atribut corporate brand value;
- σ^2 : Varians skor total atribut

cronbach's coefficient alpha bernilai antara 0 sampai dengan 1 dan jika lebih kecil dari 0,6 mengindikasikan bahwa reliabilitas dari instrumen ini kurang memenuhi (Malhotra, hal 305, 1996).

Uji reliabilitas diukur dengan menggunakan *Alpha Cronbach* untuk mengetahui konsistensi internal antar variabel dalam instrument. Dengan kata lain, uji reliabilitas akan mengindikasikan apakah instrumen-instrumen yang dipergunakan dalam penelitian ini layak dan berkaitan atau tidak. Dalam metode *Alpha Cronbach* telah ditentukan jika nilai *Alpha Cronbach* mendekati 1, maka hal ini menunjukkan bahwa alat ukur yang digunakan sudah sangat baik (*reliable*) atau jawaban responden akan cenderung sama walaupun diberikan kepada responden tersebut dalam bentuk pertanyaan yang berbeda (konsisten), sedangkan jika

berada diatas 0.8 adalah baik, tetapi bila berada di bawah nilai 0.6 tidak baik atau tidak *reliable* (Nasution dan Usman, 2007: Hal 112).

3.1.5 Analisis Data

Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi berganda untuk setiap independen variabel. Model ini digunakan untuk menilai hubungan multivariasi antara masing-masing variabel bebas dengan variabel terikat. Secara teoritis semakin besar minat untuk mendapatkan pembiayaan (*financing*) berarti semakin tinggi tingkat *financing to deposit ratio* (FDR) dengan asumsi Dana Pihak Ketiga (DPK) yang berhasil dihimpun tetap. Dan semakin besar Dana Pihak Ketiga (*funding*) dengan asumsi pembiayaan (*financing*) tetap maka akan berakibat semakin kecil tingkat *financing to deposit ratio* (FDR).

Untuk menguji hipotesis , materialisme, pelayanan, lokasi bank syariah dan komitmen keagamaan terhadap minat nasabah untuk mendapatkan pembiayaan dari bank syariah, dibuat persamaan sebagai berikut :

$$\text{Minat} = \beta_0 + \beta_1 \text{Mats} + \beta_2 \text{Pely} + \beta_3 \text{Loks} + \beta_4 \text{Pengt} + \beta_5 \text{Koms} + \varepsilon \dots 1)$$

Untuk menjawab hipotesis penelitian dilakukan uji ordo 1 (koefisien parsial) yang mencakup R^2 , uji-t (uji individu) dan uji-F (uji serentak) dan pengujian asumsi dasar klasik yang mencakup multikolinearitas dan heteroskedastisitas.

1. Uji ordo 1

Seperti yang telah disebutkan di atas bahwa pengujian ordo 1 terdiri dari pengujian-pengujian sebagai berikut :

a. Koefisien determinasi (R^2)

Pengujian ini menjelaskan seberapa besar perilaku dari variabel independen mampu menjelaskan perilaku atau variasi dari variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah diantara nol dan satu. Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam

menjelaskan variasi variabel dependen sangat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel independen. Pengukuran ini menjelaskan *goodness of fit* dari model dimana semakin mendekati nilai 1 maka model semakin *goodness of fit* sementara semakin mendekati 0 maka model semakin tidak *goodness of fit*. (Ghazali, 2001 : 45).

b. Uji F (Uji Serentak)

Uji F merupakan pengujian hubungan regresi secara simultan dari variabel-variabel dependen yang bertujuan untuk menguji apakah secara bersama-sama seluruh variabel independen mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependennya. (Ghazali, 2001 : 44).

Adapun hipotesis dari pengujian F adalah sebagai berikut :

$$H_0 : \beta_1 = \beta_2 = \beta_3 = \beta_4 = \dots = \beta_k = 0$$

$$H_a : \beta_1 \neq \beta_2 \neq \beta_3 \neq \beta_4 \neq \dots \neq \beta_k \neq 0$$

Keputusan menerima atau menolak hipotesis yang diajukan dilakukan dengan aturan sebagai berikut :

1. Bila $F_{hitung} < F_{tabel}$, maka H_0 diterima, H_a ditolak.
2. Bila $F_{hitung} > F_{tabel}$, maka H_0 ditolak, H_a diterima

Atau dengan membandingkan antara nilai Sig (2-tailed) dari F_{hitung} dengan alpha 5%, jika :

1. Sig (2-tailed) dari $F_{hitung} > 0.05$, maka H_0 diterima, H_a ditolak
2. Sig (2-tailed) dari $F_{hitung} < 0.05$, maka H_0 ditolak, H_a diterima

Jika H_0 diterima berarti ada pengaruh yang signifikan dari variabel independen terhadap variabel dependen. Sedangkan, jika H_a diterima berarti tidak ada pengaruh yang signifikan dari variabel independen terhadap variabel dependen.

c. Uji-t (Uji Individu)

Pengujian ini dilakukan untuk menguji apakah secara individu (masing-masing) variabel independen mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependennya. (Ghazali, 2001 : 44).

Adapun hipotesis dalam uji ini adalah sebagai berikut :

$$H_0 : \beta_j = 0$$

$$H_a : \beta_j \neq 0$$

$j = 0, 1, 2, \dots, k$ k adalah koefisien slope

Kesimpulan hasil pengujian uji t ini dapat dilakukan dengan cara membandingkan antara t hitung dengan t tabel atau dengan cara membandingkan probabilitas dari t hitung dengan alpha 5% (Santoso, 2000 : 167). Jika :

1. Jika t hitung < t tabel , maka H_0 diterima, H_a ditolak
2. Jika t hitung > t tabel, maka H_0 ditolak, H_a diterima

Atau, jika :

1. Sig (2-tailed) dari t hitung > 0.05, maka H_0 diterima, H_a ditolak
2. Sig (2-tailed) dari t hitung < 0.05, maka H_0 ditolak, H_a diterima

Jika H_0 diterima berarti ada pengaruh yang signifikan dari variabel independen terhadap variabel dependen. Sedangkan, jika H_a diterima berarti tidak ada pengaruh yang signifikan dari variabel independen terhadap variabel dependen.

2. Uji asumsi dasar klasik

Dalam metode *Ordinary Least Square* (OLS) pelaksanaan analisis data harus memenuhi asumsi-asumsi agar dapat memperoleh nilai estimasi yang efisien dari suatu persamaan regresi linear berganda. Adapun asumsi-asumsi tersebut adalah :

- a. Tidak terdapat heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variasi dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain. Heteroskedastisitas adalah suatu keadaan dimana masing-masing kesalahan (*disturbance error*) mempunyai variasi yang tidak sama. Hal ini disebabkan karena *eror learning model*, adanya perbaikan dalam pengumpulan data dan kesalahan spesifikasi model.

Heteroskedastisitas dapat dideteksi dengan berbagai macam pengujian dimana salah satunya adalah dengan melihat grafik plot antara nilai prediksi variabel terikat (ZPRED) dengan residualnya (SRESID) (Ghazali, 2001 : 69). Deteksi ada tidaknya heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan melihat ada tidaknya pola tertentu pada grafik *scatterplot* antara SRESID dan ZPRED dimana sumbu X adalah Y yang telah diprediksi, dan sumbu Y adalah residual ($Y \text{ prediksi} - Y \text{ sesungguhnya}$) yang telah di *standardized*. Dalam uji grafik plot, kriteria melihat ada tidaknya heteroskedastisitas adalah (Santoso, 2000 : 210) :

1. Jika ada pola tertentu, seperti titik-titik yang ada membentuk pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar, kemudian menyempit), maka diindikasikan telah terjadi heteroskedastisitas.
2. Jika tidak ada pola yang jelas, serta titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terdapat heteroskedastisitas.

b. Tidak terdapat multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah di dalam model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel bebas. Jika variabel bebas saling berkorelasi, maka variabel-variabel ini tidak orthogonal. Variabel orthogonal adalah variabel bebas yang nilai korelasi antar sesama variabel bebas sama dengan nol (Ghazali, 2001 : 57).

Menurut Ghazali (2001 : 57), cara mendeteksi adanya multikolinearitas adalah :

1. R^2 cukup tinggi tetapi uji t nya untuk masing-masing koefisien regresinya menunjukkan tidak signifikan. Tingginya nilai R^2

merupakan syarat yang cukup akan tetapi bukan merupakan syarat yang penting untuk terjadinya multikolinearitas, sebab pada R^2 yang rendah juga bisa terjadi multikolinearitas.

2. Menggunakan matriks korelasi

Jika korelasi antar variabel independen < 0.9 dianggap tidak terjadi multikolinearitas.

3. Melihat nilai tolerance (TOL) dan variance inflation factor (VIF)

Kedua ukuran ini menunjukkan setiap variabel bebas manakah yang dijelaskan oleh variabel bebas lainnya. Tolerance mengukur variabilitas variabel bebas yang terpilih yang tidak dapat dijelaskan oleh variabel bebas lainnya. Jadi, nilai tolerance yang rendah sama dengan nilai VIF yang tinggi (karena $VIF = 1/tolerance$) dan menunjukkan adanya kolonieritas yang tinggi. Bila cut-off yang dipakai adalah nilai tolerance 0.10 atau sama dengan nilai VIF di atas 10. Jika tolerance > 0.10 atau VIF < 10 maka dikatakan tidak terjadi multikolinearitas.

3.2 Data yang digunakan

3.2.1 Data

a. Data penelitian ini berdasarkan sifatnya, terdiri dari :

1. Data Kuantitatif

Berupa data *actual* dari bank syariah yang menjadi sampel dalam penelitian.

2. Data Kualitatif

Berupa data hasil kuisisioner yang berupa opini nasabah mengenai materialisme, pelayanan, lokasi bank syariah, pengetahuan tentang bank syariah, komitmen keagamaan dan minat nasabah untuk mendapatkan pembiayaan dari bank syariah.

b. Data penelitian ini berdasarkan cara pengumpulannya, terdiri dari :

Data Sekunder

Data yang diperoleh berasal dari laporan keuangan bank-bank syariah yang menjadi sampel untuk keperluan mengetahui data *actual* bank syariah tersebut.

Data Primer

Data yang diperoleh dari hasil kuisisioner kepada nasabah dan non nasabah bank syariah cabang XYZ.

3.2.2 Penentuan Sampel Penelitian

Metode yang digunakan untuk menentukan sampel adalah *non-probability sampling* dimana setiap unit analisis atau responden dalam populasi tidak memiliki peluang atau kesempatan yang sama untuk dijadikan sebagai sampel (Malhotra, 2004). Teknik yang digunakan dalam metode ini adalah *convenience sampling* dimana responden yang dipilih merupakan pengguna jasa dan layanan BNI Syariah cabang XYZ.

3.3 Tahap Penyelesaian Masalah

Pada penelitian ini, penulis melakukan langkah-langkah sebagai berikut :

1. Observasi masalah : dilakukan setelah mendapatkan informasi bahwa FDR (*Financing to deposit ratio*) bank BNI syariah per September 2007 sebesar 104.37 %, namun pembiayaan di bank BNI Syariah cabang XYZ jauh dibawah DPK yang berhasil dihimpun.
2. Perumusan Masalah : dari kondisi tersebut diatas maka penulis mencoba menelusuri data FDR (*financing to deposit ratio*) cabang-cabang bank BNI syariah dan mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi minat nasabah untuk mendapatkan pembiayaan di bank BNI Syariah cabang XYZ sehingga disusun menjadi perumusan masalah dari penelitian ini.
3. Penentuan Metode dan teknik analisis data : karena data yang akan dianalisis adalah data *cross section* yang merupakan opini para nasabah dan non nasabah bank BNI syariah cabang XYZ dengan cara menyebar kuisisioner kepada nasabah dan non nasabah dilingkungan bank BNI syariah cabang XYZ, yang

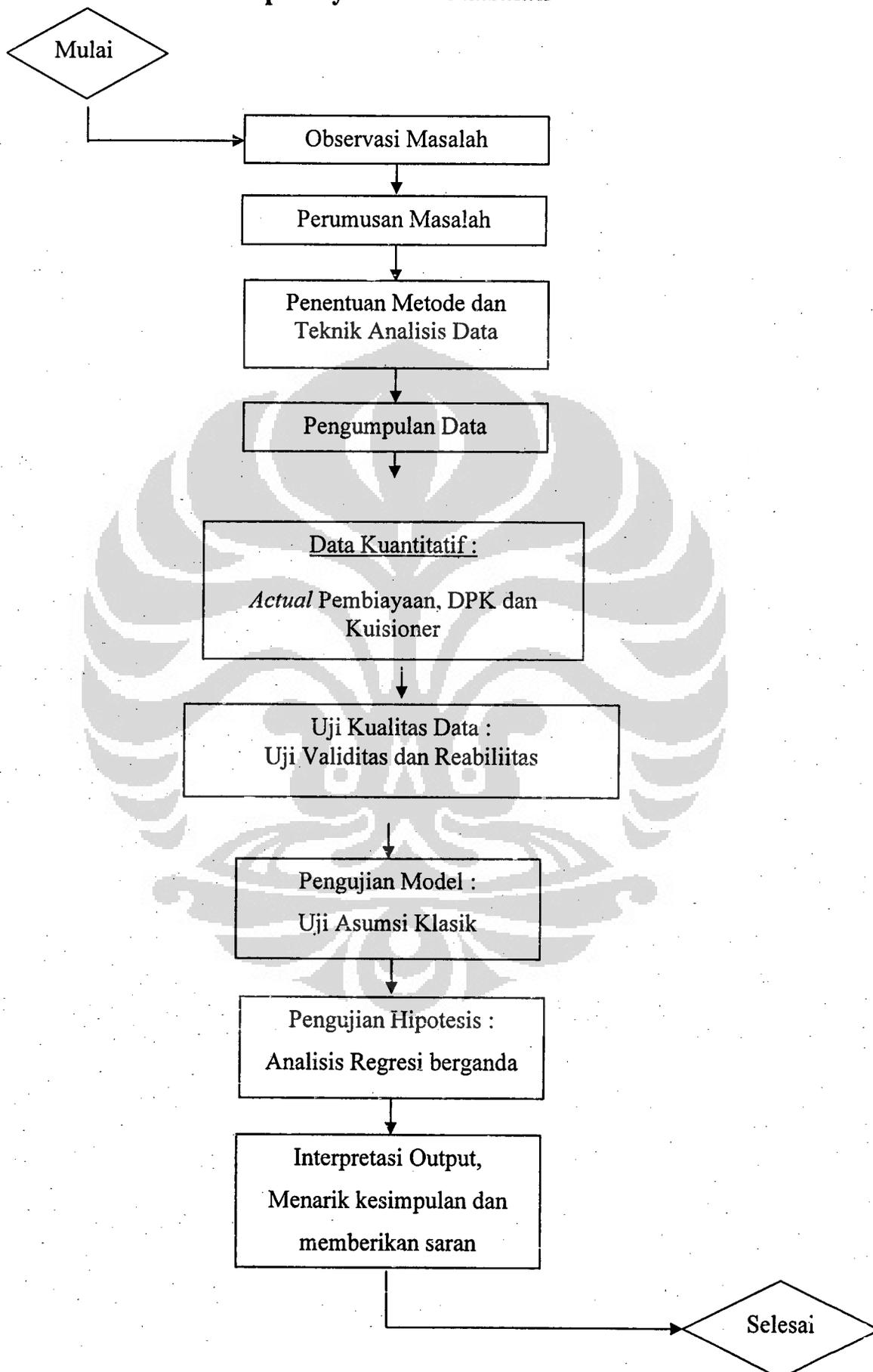
didahului dengan 30 kuisisioner dilanjutkan sampai mencapai 200 kuisisioner. Jawaban responden selanjutnya akan dianalisis secara kuantitatif dengan maksud untuk mencari jawaban atas hipotesis penelitian ini. Digunakan model ekonometri dengan satu variable terikat yang dihasilkan dari penjumlahan atau rata-rata skor seluruh jawaban pada masing-masing variabel moderator yang dipilih responden dalam rentang skala likert (1-5).

Metode analisis statistik yang akan digunakan untuk pengolahan data adalah analisis regresi berganda yang diawali dengan uji validitas dan uji reliabilitas dengan menggunakan instrument *Cronbach's Alpha Coefficient*.

3. Pengujian kualitas data, dimana :
 - a. Untuk data kualitatif dilakukan dengan uji validitas dan reabilitas.
4. Pengujian model, untuk memastikan bahwa model ini baik, dengan pengujian asumsi klasik, yang mencakup :
 - a. Uji Heteroskedastisitas
 - b. Uji multikolinearitas
5. Analisa regresi berganda, untuk menjawab hioptesis dan pertanyaan penelitian, yang mencakup :
 - a. Uji koefisen determinasi (R^2)
 - b. Uji F
 - c. Uji-t
6. Melakukan interpretasi dari hasil ouput yang diperoleh
7. Mengambil kesimpulan
8. Memberikan saran untuk penelitian selanjutnya

Proses tersebut jika digambarkan akan tampak sebagai berikut :

3.4 Flow Chart Tahap Penyelesaian Masalah



BAB 4 ANALISIS DAN PEMBAHASAN

4.1. Analisis Data

4.1.1 Pengumpulan Data

Pengumpulan data untuk penelitian ini dilakukan selama ± 3 (tiga) minggu. Penyebaran kuisioner dilakukan kepada nasabah dan non nasabah BNI Syariah cabang XYZ dengan menggunakan metode *conviniece sampling*. Total kuisioner yang disebarakan adalah 200 (dua ratus) kuisioner. Dari total kuisioner yang disebarakan tersebut diperoleh 135 kuisioner terisi, namun dari hasil evaluasi yang dilakukan ternyata hanya sebesar 100 kuisioner saja yang memenuhi persyaratan untuk dipakai dalam pengolahan data.

Sedangkan untuk data sekunder yang terdiri dari data actual FDR (*Financing to Deposit Ratio*, pembiayaan (*financing*) yang disalurkan, DPK (Dana Pihak Ketiga) yang berhasil dihimpun, untuk bank syariah cabang XYZ.

Pembiayaan di bank syariah cabang XYZ terdiri dari:

1. Piutang yang disalurkan dengan prinsip Murabahah (jual beli)
2. Pembiayaan yang disalurkan dengan prinsip bagi hasil yaitu Mudharabah dan Musyarakah.

Sedangkan dana pihak ketiga yang dihimpun adalah terdiri dari :

1. Dana titipan (wadiah) yang biasanya berupa giro
2. Dana investasi yang tidak terikat yaitu dana yang dihimpun berdasarkan prinsip bagi hasil Mudharabah, yang dapat berupa tabungan ataupun deposito.

Pembiayaan di bank BNI syariah cabang XYZ adalah penjumlahan piutang murabahah dengan pembiayaan mudharabah dan musyarakah, sedangkan dana pihak ketiganya adalah penjumlahan dana titipan (wadiah) dan dana investasi yang tidak terikat (mudharabah) yang dapat dilihat dari data yang disajikan pada tabel berikut ini.

Posisi pembiayaan yang dapat disalurkan di bank BNI syariah cabang XYZ dapat dilihat pada tabel 4.1. dibawah ini :

Tabel 4.1
Pembiayaan yang dapat disalurkan
BNI syariah cabang XYZ
(dalam jutaan rupiah)

PERIODE	TAHUN	PEMBIAYAAN
JANUARI	2006	46.019
FEBRUARI	2006	45.150
MARET	2006	47.861
APRIL	2006	47.045
MEI	2006	47.132
JUNI	2006	47.798
JULI	2006	48.723
AGUSTUS	2006	49.486
SEPTEMBER	2006	52.107
OKTOBER	2006	51.924
NOVEMBER	2006	52.340
DESEMBER	2006	52.681
JANUARI	2007	53.351
FEBRUARI	2007	53.965
MARET	2007	55.471
APRIL	2007	59.751
MEI	2007	62.984
JUNI	2007	63.571
JULI	2007	65.537
AGUSTUS	2007	68.274
SEPTEMBER	2007	68.198

Posisi Dana Pihak Ketiga yang berhasil dihimpun bank BNI syariah cabang XYZ dapat dilihat pada tabel 4.2. dibawah ini :

Tabel 4.2
DPK yang dapat dihimpun
BNI syariah cabang XYZ
(dalam jutaan rupiah)

PERIODE	TAHUN	DPK
JANUARI	2006	43.499
FEBRUARI	2006	44.981
MARET	2006	57.739
APRIL	2006	50.789
MEI	2006	46.623
JUNI	2006	51.740
JULI	2006	54.671
AGUSTUS	2006	53.907
SEPTEMBER	2006	65.986
OKTOBER	2006	67.693
NOVEMBER	2006	69.233
DESEMBER	2006	72.762
JANUARI	2007	71.216
FEBRUARI	2007	82.788
MARET	2007	86.709
APRIL	2007	86.230
MEI	2007	82.537
JUNI	2007	81.348
JULI	2007	86.426
AGUSTUS	2007	97.012
SEPTEMBER	2007	100.718

Data *Financing to Deposit Ratio* (FDR) BNI syariah cabang XYZ dapat dilihat pada tabel 4.3. dibawah ini :

Tabel 4.3
***Financing to Deposit Ratio* (FDR)**
BNI syariah cabang XYZ
(dalam persentase)

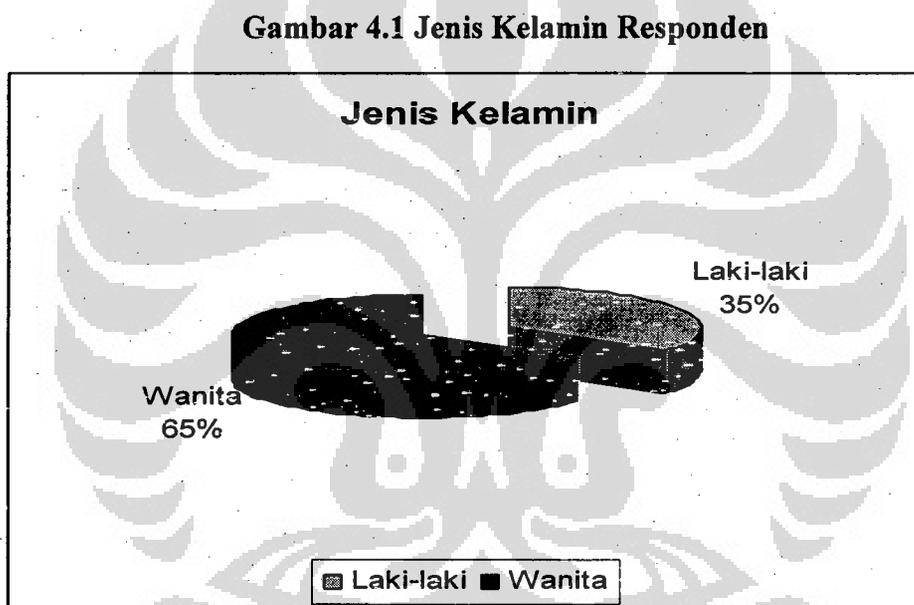
PERIODE	TAHUN	FDR
JANUARI	2006	105,79%
FEBRUARI	2006	100,38%
MARET	2006	82,89%
APRIL	2006	92,63%
MEI	2006	101,09%
JUNI	2006	92,38%
JULI	2006	89,12%
AGUSTUS	2006	91,80%
SEPTEMBER	2006	78,97%
OKTOBER	2006	76,71%
NOVEMBER	2006	75,60%
DESEMBER	2006	72,40%
JANUARI	2007	74,91%
FEBRUARI	2007	65,18%
MARET	2007	63,97%
APRIL	2007	69,29%
MEI	2007	76,31%
JUNI	2007	78,15%
JULI	2007	75,83%
AGUSTUS	2007	70,38%
SEPTEMBER	2007	67,71%

4.1.2 Profil Responden Penelitian

Bagian ini akan membahas karakteristik responden nasabah dan non nasabah BNI Syariah cabang XYZ berdasarkan jenis kelamin, usia, agama, tingkat pendidikan, pekerjaan dan pendapatan. Berikut profil responden pada penelitian ini.

4.1.2.1 Jenis Kelamin

Jenis kelamin digunakan untuk mengetahui karakteristik dasar responden. Persentase jenis kelamin responden dapat dilihat pada gambar 4.1 berikut ini:



Sumber: Data Primer, 2007

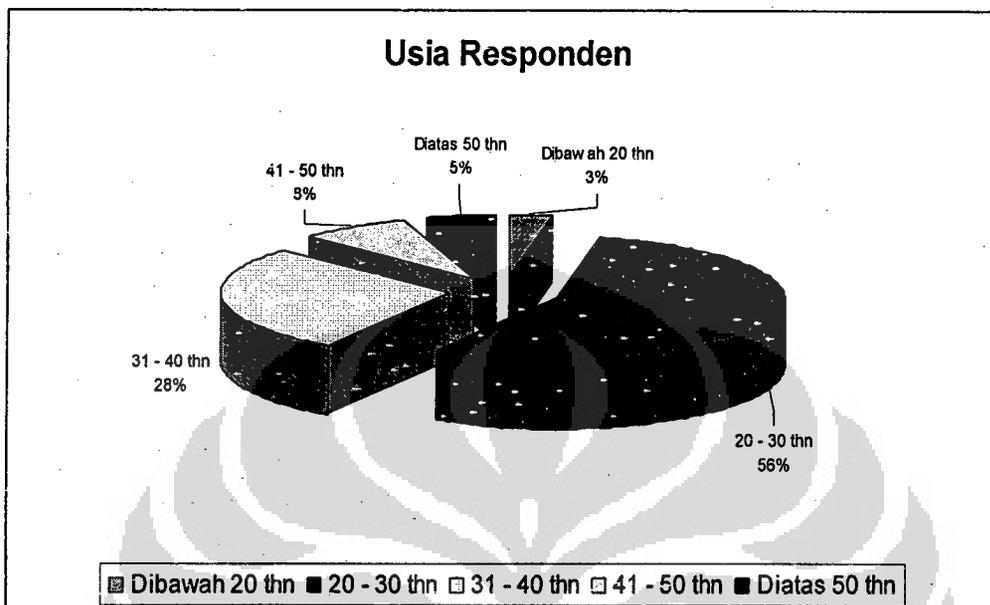
Dari Gambar 4.1 di atas dapat dilihat bahwa jumlah persentase responden perempuan adalah sebesar 65% sedangkan persentase responden laki-laki sebesar 35%.

4.1.2.2 Usia

Usia memiliki kaitan dengan perilaku dan cara berpikir seseorang karena dengan bertambahnya usia, perilaku dan pemikiran seseorang juga ikut berubah. Dalam penelitian ini, usia responden dikategorikan kedalam 5 (lima) kelompok

yaitu dibawah 20 tahun, antara 20 tahun sampai 30 tahun, antara 31 sampai 40 tahun, antara 41 sampai 50 tahun dan diatas 50 tahun.

Gambar 4.2 Usia Responden



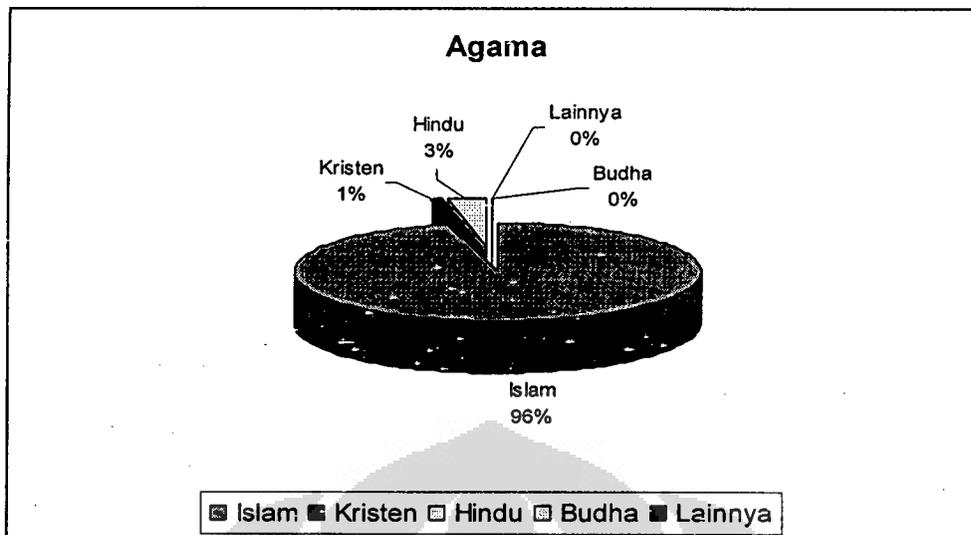
Sumber: Data Primer, 2007

Dari gambar diatas diperoleh data bahwa mayoritas usia responden adalah antara 20-30 tahun yaitu sebesar 56%. Sedangkan usia 31-40 tahun adalah sebesar 28%, usia 41-50 tahun adalah sebesar 8%, usia dibawah 20 tahun adalah sebesar 3% dan usia diatas 50 tahun adalah sebesar 5%.

4.1.2.3 Agama

Agama memiliki kaitan dengan perilaku dan cara berpikir seseorang karena dengan agama/keyakinan yang dimiliki oleh seseorang maka perilaku dan pemikiran seseorang juga akan berubah. Dalam penelitian ini, agama responden dikategorikan kedalam 5 (lima) kelompok yaitu Islam, Kristen, Hindu, Budha, dan lainnya.

Gambar 4.3 Agama Responden



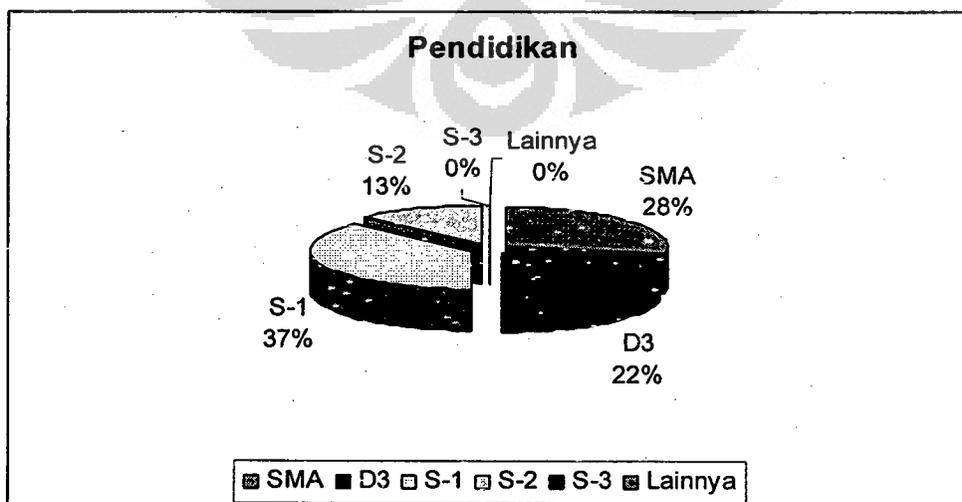
Sumber: Data Primer, 2007

Berdasarkan gambar 4.3 diatas mengenai agama responden, diketahui bahwa agama Islam merupakan agama mayoritas responden yaitu sebesar 96% sedangkan responden yang beragama Kristen hanya sebesar 1%, agama Hindu 3%, agama budha dan agama lainnya adalah sebesar 0%.

4.1.2.4 Pendidikan

Tingkat pendidikan merupakan salah satu karakteristik penting yang dapat mempengaruhi seseorang dalam membuat keputusan pembelian. Latar belakang pendidikan responden dapat dilihat pada gambar 4.4 berikut ini:

Gambar 4.4 Pendidikan Responden



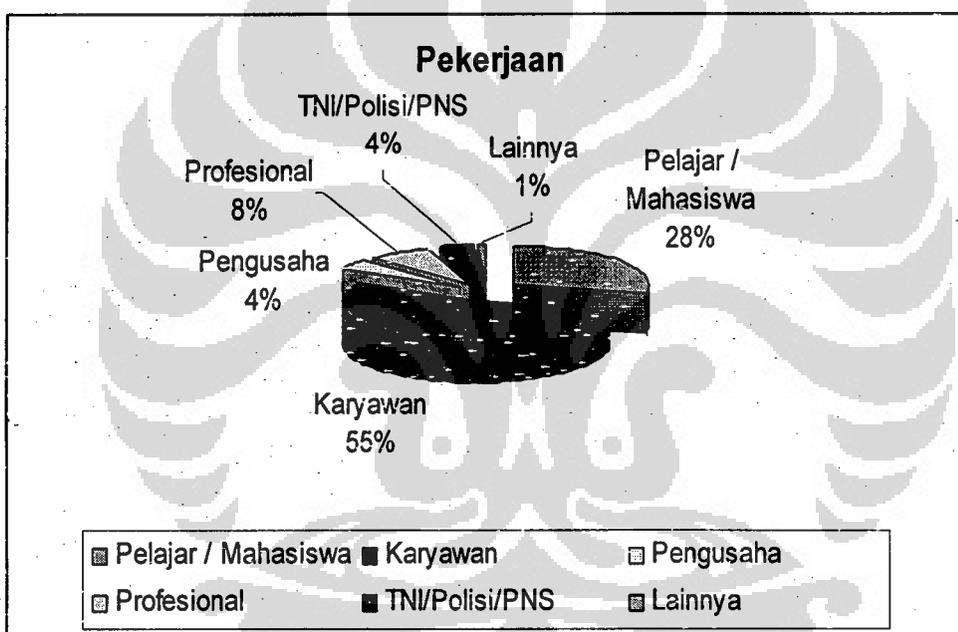
Sumber: Data Primer, 2007

Dari gambar 4.4 di atas diketahui bahwa tingkat pendidikan responden dalam penelitian ini adalah 37% untuk S1, 28% untuk SMA, 22% untuk D3, 13% untuk S2, 0% untuk S3 dan kategori pendidikan lainnya.

4.1.2.5 Pekerjaan

Jenis pekerjaan merupakan salah satu karakteristik yang dapat mempengaruhi seseorang dalam membuat keputusan pembelian. Dalam penelitian ini, jenis pekerjaan responden dapat dilihat dalam gambar berikut:

Gambar 4.5 Pekerjaan Responden



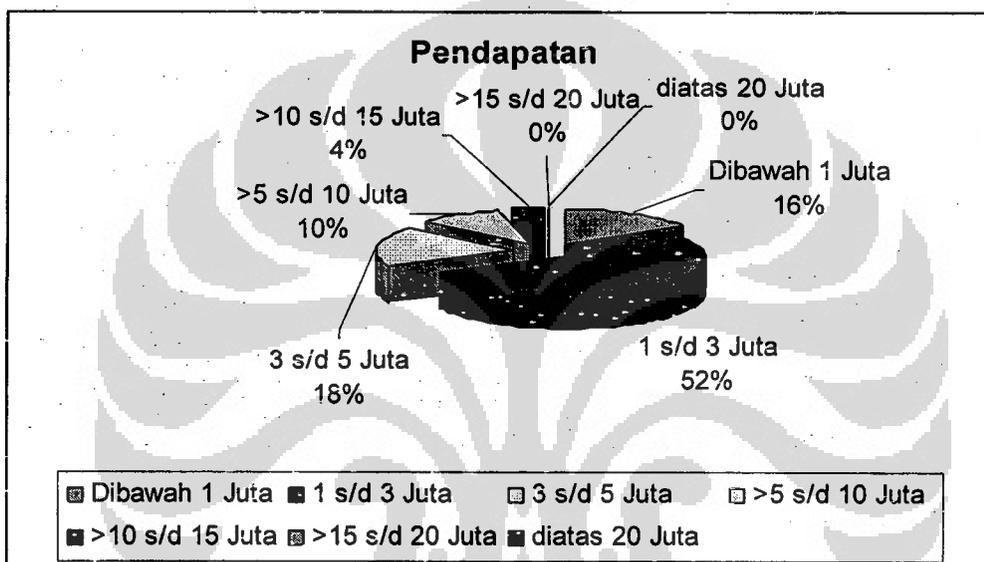
Sumber: Data Primer, 2007

Dari gambar di atas dapat diketahui bahwa responden yang bekerja sebagai karyawan adalah kelompok mayoritas dengan jumlah sebesar 55%, kelompok pelajar/mahasiswa sebesar 28%, diikuti kelompok profesional sebesar 8%, sedangkan kelompok pengusaha dan TNI/Polisi/PNS sama-sama sebesar 4% dan kelompok pekerjaan lainnya hanya sebesar 1%.

4.1.2.6 Pendapatan

Tingkat pendapatan juga merupakan karakteristik penting yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen. Dalam penelitian ini tingkat pendapatan responden terbagi dalam 6 (enam) kelompok yaitu: dibawah 1 juta, antara 1 hingga 3 juta, antara 3 hingga 5 juta, antara 5 hingga 10 juta, antara 10 hingga 15 juta dan diatas 20 juta.

Gambar 4.6 Pendapatan Responden



Sumber: Data Primer, 2007

Dari gambar 4.6 diatas diketahui bahwa responden yang memiliki tingkat pendapatan antara 1 hingga 3 juta merupakan kelompok mayoritas sebesar 52%, responden yang memiliki pendapatan 3 hingga 5 juta merupakan kelompok mayoritas kedua dengan jumlah sebesar 18%, di urutan ketiga adalah responden yang memiliki pendapatan dibawah 1 juta yaitu sebesar 16%, di urutan keempat ada kelompok 5-10 juta sebesar 10%, selanjutnya adalah kelompok responden yang memiliki pendapatan antara 10 hingga 15 juta sebesar 4%, sedangkan kelompok responden yang memiliki pendapatan antara 15 hingga 20 juta dan diatas 20 juta adalah tidak ada atau sebesar 0%.

4.2. Uji Validitas dan Reabilitas

Pada awal penelitian ini dilakukan *pretest* dengan cara menyebarkan kuisioner kepada 30 (tiga puluh) responden dengan maksud untuk mengetahui model pengukuran serta indikator yang *valid* dan *reliable* untuk mengukur model penelitian.

Pengujian validitas dilakukan dengan mencari korelasi dari setiap indikator terhadap skor totalnya dengan menggunakan rumus teknik korelasi "*Pearson Product Moment*" dengan bantuan software SPSS versi 11,5.

Adapun dasar pengambilan keputusan uji validitas adalah dengan membandingkan *p-value* dengan *level of significant* yang digunakan yaitu sebesar 5%. Jika *p-value* kurang dari alpha 0,05 maka item pernyataan valid, demikian pula sebaliknya jika *p-value* lebih besar dari alpha 0,05 maka item pernyataan tidak valid. Dasar pengambilan keputusan uji validitas juga dapat dilakukan dengan membandingkan koefisien korelasi dengan angka kritis ($r\text{-tabel}=0,361$). Jika koefisien korelasi lebih besar dari $r\text{-tabel}$ maka item pernyataan valid, sebaliknya jika koefisien korelasi kurang dari $r\text{-tabel}$ maka item pernyataan tidak valid.

Berikut ini adalah hasil pengujian validitas yang dilakukan dengan teknik korelasi *Product Moment* :

Tabel 4.4 Hasil Pengujian Validitas

Butir Pernyataan	Koefisien Korelasi	<i>p-value</i>	Keputusan
Materialisme :			
▪ X1	0,475**	0,000	Valid
▪ X2	0,632**	0,000	Valid
▪ X3	0,540**	0,000	Valid
▪ X4	0,427**	0,000	Valid
▪ X5	0,520**	0,000	Valid
▪ X6	0,420**	0,000	Valid

Butir Pernyataan	Koefisien Korelasi	<i>p-value</i>	Keputusan
Pelayanan :			
▪ X7	0,388**	0,000	Valid
▪ X8	0,469**	0,000	Valid
▪ X9	0,384**	0,000	Valid
▪ X10	0,396**	0,000	Valid
▪ X11	0,506**	0,000	Valid
▪ X12	0,735**	0,000	Valid
▪ X13	0,722**	0,000	Valid
Lokasi Bank Syariah:			
▪ X14	0,669**	0,000	Valid
▪ X15	0,614**	0,000	Valid
▪ X16	0,378**	0,000	Valid
▪ X17	0,460**	0,000	Valid
▪ X18	0,607**	0,000	Valid
Pengetahuan tentang Bank syariah :			
▪ X19	0,500**	0,000	Valid
▪ X20	0,612**	0,000	Valid
▪ X21	0,614**	0,000	Valid
▪ X22	0,571**	0,000	Valid
▪ X23	0,365**	0,000	Valid
▪ X24	0,438**	0,000	Valid
Komitmen Keagamaan :			
▪ X25	0,649**	0,000	Valid
▪ X26	0,710**	0,000	Valid
▪ X27	0,522**	0,000	Valid
▪ X28	0,577**	0,000	Valid

Butir Pernyataan	Koefisien Korelasi	<i>p-value</i>	Keputusan
Minat untuk mendapatkan pembiayaan :			
▪ X29	0,623**	0,000	Valid
▪ X30	0,658**	0,000	Valid
▪ X31	0,368**	0,000	Valid
▪ X32	0,709**	0,000	Valid
▪ X33	0,541**	0,000	Valid

** correlation is significant at the 0.01 level (1-tailed).

* correlation is significant at the 0.05 level(1-tailed)

Sumber : data kuesioner diolah dengan SPSS versi 13.0

Dari tabel diatas diketahui bahwa dari empat puluh tiga butir pernyataan yang digunakan untuk mengukur konstruk Materialisme, Pelayanan, Lokasi bank syariah, Pengetahuan tentang bank syariah, Komitmen keagamaan, dan Minat nasabah untuk mendapatkan pembiayaan masing – masing memiliki *p-value* kurang dari 0,05. Sedangkan nilai koefisien korelasi berkisar diantara 0,365 sampai dengan 0,735 lebih besar dibandingkan dengan r-tabel 0,361. Hal ini berarti bahwa masing-masing butir pernyataan tersebut adalah valid. Dengan kata lain butir-butir pernyataan tersebut dapat mewakili atau membentuk konstruk dari Materialisme, Pelayanan, Lokasi bank syariah, Pengetahuan tentang bank syariah, Komitmen keagamaan dan Minat nasabah untuk mendapatkan Pembiayaan, sehingga semua butir-butir pertanyaan diatas dapat digunakan dalam penelitian selanjutnya.

4.3. Uji Reliabilitas

Reliabilitas mengindikasikan seberapa konsistensi pengukuran yang dilakukan sepanjang waktu atau berbagai pertanyaan. Atau dengan kata lain, reliabilitas mengindikasikan stabilitas dan konsistensi instrumen pengukuran konsep dan membantu untuk melihat ketepatan pengukuran (Nasution dan Usman, 2007 : hal 112).

Mengingat alat ukur yang digunakan untuk mengukur variabel-variabel dalam penelitian ini adalah kuesioner yang terdiri dari beberapa pertanyaan, maka perlu diuji reliabilitas dari setiap variabel yang digunakan dengan melihat *Cronbach's coefficient alpha* sebagai koefisien dari reliabilitas. *Cronbach's coefficient alpha* dapat diartikan sebagai hubungan positif antara item/pertanyaan satu dengan yang lainnya. Di mana menurut (Nasution dan Usman, 2007 : hal 112) jika nilai *Cronbach's coefficient alpha* berada diatas 0.8 adalah baik, tetapi bila berada di bawah nilai 0.6 tidak baik atau tidak *reliable* (Nasution dan Usman, 2007: Hal 112).

Berikut ini adalah hasil pengujian reliabilitas untuk masing-masing variabel penelitian :

Tabel 4.5 Hasil Pengujian Reliabilitas

Konstrak	Items	Koefisien <i>Cronbach's Alpha</i>	Keputusan
Materialisme	6	0,704	<i>Reliable</i>
Pelayanan	7	0,614	<i>Reliable</i>
Lokasi bank syariah	5	0,725	<i>Reliable</i>
Pengetahuan bank syariah	6	0,676	<i>Reliable</i>
Komitmen Keagamaan	4	0,911	<i>Reliable</i>
Minat mendapatk pembiayaan	5	0,807	<i>Reliable</i>

Sumber : data diolah dengan SPSS versi 11.5

Berdasarkan tabel diatas, koefisien *Cronbach's Alpha* pada kontrak yang digunakan dalam penelitian memenuhi kriteria reliabilitas yang direkomendasikan.

Dengan menggunakan 6 pernyataan untuk mengukur variabel Materialisme, nilai koefisien *Cronbach's Alpha* sebesar 0,704. Sementara itu nilai koefisien *Cronbach's Alpha* untuk variabel Pelayanan dengan menggunakan 7 item pernyataan adalah sebesar 0,614. Nilai koefisien *Cronbach's Alpha* untuk variabel Lokasi bank syariah dengan menggunakan 5 item pernyataan adalah sebesar 0,725. Nilai koefisien *Cronbach's Alpha* untuk variabel Pengetahuan

tentang bank syariah dengan menggunakan 6 item pernyataan adalah sebesar 0,676. Nilai koefisien *Cronbach's Alpha* untuk variabel Komitmen keagamaan dengan menggunakan 4 item pernyataan adalah sebesar 0,911. Nilai koefisien *Cronbach's Alpha* untuk variabel Minat untuk mendapatkan pembiayaan dengan menggunakan 5 item pernyataan adalah sebesar 0,807.

Dari hasil uji reliabilitas diatas, jelas diketahui bahwa variabel-variabel dalam penelitian mempunyai koefisien *Cronbach's Alpha* diatas 0,60. Hasil ini menjadi sebuah indikator bahwa jawaban rersponden terhadap pernyataan-pernyataan yang digunakan untuk mengukur masing-masing variabel tersebut adalah konsisten dan variabel dapat dipercaya (*reliable*). Dari hasil uji validitas dan reliabilitas diatas jelas bahwa semua indikator variable dapat digunakan sebagai model pengukuran.

4.4. Pengujian Asumsi Klasik

Dalam metode *Ordinary Least Square* (OLS) pelaksanaan analisis data harus memenuhi asumsi-asumsi agar dapat memperoleh nilai estimasi yang efisien dari suatu persamaan regresi linear berganda. Adapun asumsi-asumsi tersebut adalah :

a. Tidak terdapat heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variasi dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain. Heteroskedastisitas adalah suatu keadaan dimana masing-masing kesalahan (*disturbance error*) mempunyai variasi yang tidak sama. Hal ini disebabkan karena *eror learning model*, adanya perbaikan dalam pengumpulan data dan kesalahan spesifikasi model.

Heteroskedastisitas dapat dideteksi dengan berbagai macam pengujian dimana salah satunya adalah dengan melihat grafik plot antara nilai prediksi variabel terikat (ZPRED) dengan residualnya (SRESID) (Ghazali, 2001 : 69). Deteksi ada tidaknya heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan melihat ada tidaknya pola tertentu pada grafik *scatterplot* antara SRESID dan ZPRED dimana sumbu X adalah Y yang telah diprediksi, dan sumbu Y adalah residual ($Y \text{ prediksi} - Y \text{ sesungguhnya}$) yang telah di *standardized*. Dalam uji grafik plot, kriteria melihat ada tidaknya heteroskedastisitas adalah (Santoso, 2000 : 210) :

1. Jika ada pola tertentu, seperti titik-titik yang ada membentuk pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar, kemudian menyempit), maka diindikasikan telah terjadi heteroskedastisitas.
 2. Jika tidak ada pola yang jelas, serta titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terdapat heteroskedastisitas.
- b. Tidak terdapat multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah di dalam model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel bebas. Jika variabel bebas saling berkorelasi, maka variabel-variabel ini tidak orthogonal. Variabel orthogonal adalah variabel bebas yang nilai korelasi antar sesama variabel bebas sama dengan nol (Ghazali, 2001 : 57).

Menurut Ghazali (2001 : 57), cara mendeteksi adanya multikolinearitas adalah :

1. R^2 cukup tinggi tetapi uji t nya untuk masing-masing koefisien regresinya menunjukkan tidak signifikan. Tingginya nilai R^2 merupakan syarat yang cukup akan tetapi bukan merupakan syarat yang penting untuk terjadinya multikolinearitas, sebab pada R^2 yang rendah juga bisa terjadi multikolinearitas.
2. Menggunakan matriks korelasi
Jika korelasi antar variabel independen < 0.9 dianggap tidak terjadi multikolinearitas.
3. Melihat nilai *tolerance* (TOL) dan *variance inflation factor* (VIF)
Kedua ukuran ini menunjukkan setiap variabel bebas manakah yang dijelaskan oleh variabel bebas lainnya. Tolerance mengukur variabilitas variabel bebas yang terpilih yang tidak dapat dijelaskan oleh variabel bebas lainnya. Jadi, nilai tolerance yang rendah sama dengan nilai VIF yang tinggi (karena $VIF = 1/tolerance$) dan menunjukkan adanya kolonieritas yang tinggi. Bila cut-off yang dipakai adalah nilai tolerance 0.10 atau sama dengan nilai VIF di atas 10. Jika tolerance > 0.10 atau VIF < 10 maka dikatakan tidak terjadi multikolinearitas.

Pada model diatas dilakukan uji asumsi klasik, dimana suatu model dapat dikatakan valid atau tidak bias apabila telah mempunyai sifat *Best Linear Unbiased Estimator* (BLUE) seperti yang telah digambarkan dalam flowchart di Bab III. Pada bagian ini hanya membahas dua asumsi yang memiliki pengaruh serius yaitu :

1. Tidak adanya multikolinearitas diantara variabel bebas satu dengan yang lain.
2. Varians bersyarat dari (e) adalah konstan. Asumsi ini dikenal sebagai asumsi homoskedastis.

4.4.1. Pengujian Heteroskedastisitas

Heteroskedastisitas terjadi apabila suatu model memiliki variansi yang tidak konstan, sehingga akan ada beberapa kelompok data yang memiliki error yang berbeda-beda. Apabila diplotkan akan membentuk suatu pola. Heteroskedastis akan terdeteksi bila plot menunjukkan pola yang sistematis. Masalah heteroskedastis lebih banyak ditemukan pada jenis data *cross section*, karena pengamatan dilakukan pada individu yang berbeda dalam waktu yang sama. Namun tidak menutup kemungkinan masalah *heteroskedastis* bila *scatterplot* membentuk suatu pola yang sistematis.

Pengujian untuk mendeteksi heteroskedastisitas terbagi dua yaitu : secara grafis dan uji formal (Nachrowi & Hardius, 2006 : 113).

1. Metode Garfik

Heteroskedastisitas merupakan suatu kondisi dimana $Var(u_i^2)$ tidak konstan, atau bila titik-titik pada gambar grafik tidak mencerminkan suatu pola yang sistematis (random). Ini menunjukkan bahwa tidak ada perbedaan $Var(u_i^2)$ pada tingkat nilai X atau sekelompok X. Dengan kata lain $Var(u_i^2)$ konstan untuk semua nilai X, maka variannya dapat kita katakan homoskedastis.

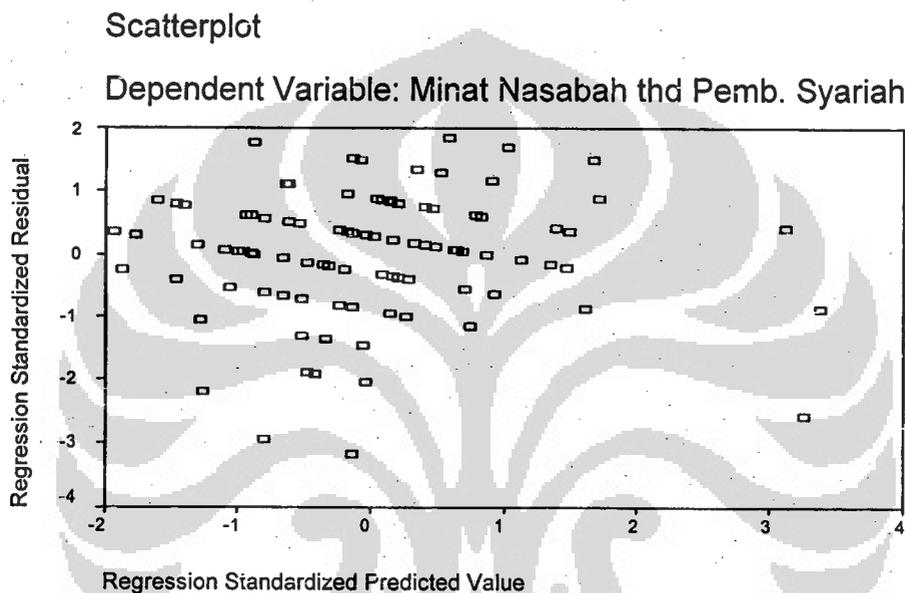
2. Uji Formal

Uji formal yang tersedia cukup banyak, antara lain yaitu Uji *Park* dan *Goldfeld-Quandt*. Pada prinsipnya kedua uji ini menyerupai uji secara grafis. Tetapi

melalui langkah meregresikan u_i^2 dengan X untuk regresi sederhana atau \hat{y} untuk regresi majemuk.

Untuk melihat apakah terdapat masalah *heteroskedastis* dalam penelitian ini, digunakan bantuan SPSS 11,5 melalui uji grafik dengan ZRESID (*Regression Standardized Residual*) dalam *dialogue box* diletakkan pada kotak 'Y' dan ZPRED (*Standardized Predicted Value*) pada kotak 'X' seperti tampak pada gambar 4.7.

Gambar 4.7. Scatterplot

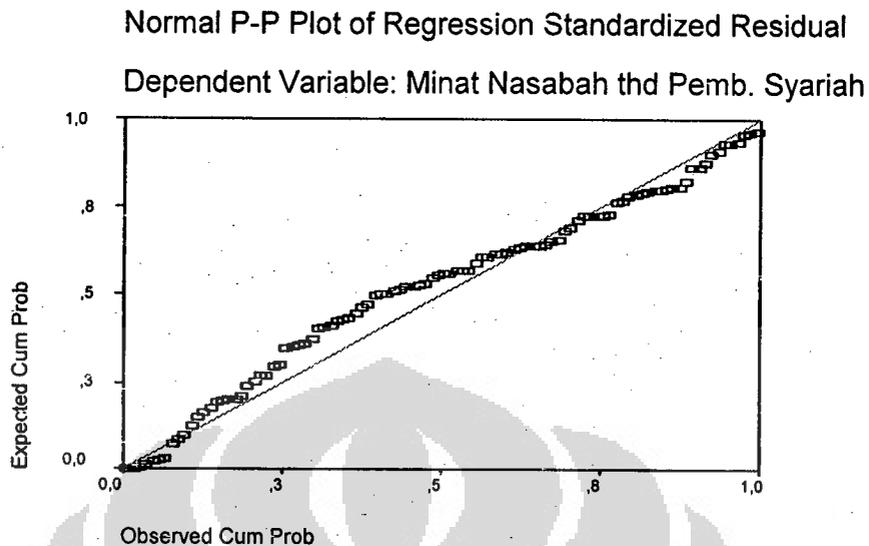


Dari gambar 4.7 diatas diketahui bahwa plot diatas tidak membentuk suatu pola, dengan demikian dapat dinyatakan bahwa residual tidak heteroskedastis atau dengan kata lain residual homoskedastis.

Sedangkan untuk melihat normalitas dapat dilakukan dengan menggunakan fasilitas '*Standardized Residual Plots*' dan '*Normal Probability Plot*' pada SPSS 11.5 dengan tujuan menentukan apakah residual dari model yang didapat mempunyai distribusi normal atau tidak.

Dari gambar 4.8 dibawah ini diketahui bahwa plot ini mempunyai aturan jika titik-titik (gradien antara Probabilita Kumulatif Observasi dan Probabilita Kumulatif Harapan) berada sepanjang garis, maka residual mengikuti distribusi normal. Dengan melihat penyimpangan titik-titik yang relatif tidak jauh dari garis, maka dapat disimpulkan bahwa residual telah mengikuti distribusi normal.

Gambar 4.8 Normalitas



4.4.2. Pengujian Multikolinearitas

Multikolinearitas adalah keadaan dimana terdapat hubungan linear antara regressor. Untuk mendeteksi adanya multikolinearitas adalah dengan melihat nilai *tolerance* (TOL) dan *variance inflation factor* (VIF). Konsekuensi jika terdapat masalah multikolinearitas ini adalah penaksir kuadrat terkecil (*ordinary least square*) tidak dapat dilakukan dan pengaruh terpisah dari variabel bebas tidak dapat diduga secara persis.

Untuk mendeteksi ada-tidaknya unsur *multikolinieritas* dalam regresi yang dibentuk, pertama-tama analisis regresi akan diawali dengan regresi multivariable. Berdasarkan perhitungan dengan menggunakan *SPSS 11,5* maka semua nilai *tolerance* (TOL) dan *variance inflation factor* (VIF) kelima variabel independen dapat dilihat pada tabel 4.7 dibawah ini.

Tabel 4.7
Collinearity Statistics Independent Variable Perbankan Syariah

Independent Variable	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
MATERIALISME	0.924	1.082
PELAYANAN	0.855	1.169
LOKASI B.S.	0.868	1.152
PENGETAHUAN B.S.	0.946	1.057
KOMITMEN KEAGAMAAN	0.789	1.267

Pemeriksaan terhadap nilai TOL dan VIF terlampir pada tabel diatas, nilai Tolerance untuk setiap variabel bebas tidak ada yang bernilai 0 (nol), semuanya > 0.10. Nilai tolerancinya yang paling kecil adalah variabel KOMITMEN KEAGAMAAN sebesar 0,789 yang masih dalam batas toleransi kolinieritas moderat. Hal ini juga diperkuat dengan nilai VIF variabel KOMITMEN KEAGAMAAN sebesar 1,267 yang nilainya tidak jauh dari 1 (satu) dan tidak lebih dari 10 (sepuluh), hal ini mengindikasikan bahwa tidak terdapat multikolinieritas diantara kelima variabel indenpenden tersebut.

4.5. Analisis Model

Model ini digunakan untuk menilai hubungan multivariansi antara masing-masing variabel bebas dengan variabel terikat. Untuk menguji hipotesis, pengaruh materialisme, pelayanan, lokasi bank syariah, pengetahuan perbankan dan komitmen keagamaan terhadap minat nasabah untuk mendapatkan pembiayaan dibuat persamaan regresi sebagai berikut :

4.5.1. Persamaan Regresi pada BNI syariah cabang XYZ

Persamaan regresi yang menggambarkan hubungan multivariansi antara variabel materialisme, pelayanan, lokasi bank syariah, pengetahuan perbankan syariah, komitmen keagamaan terhadap minat nasabah mendapatkan pembiayaan dari bank syariah didapat dari pengolahan regresi dengan menggunakan *software SPSS 11.5*, dihasilkan persamaan model sebagai berikut :

$$\text{MNT} = 24,091 - 0,058 \text{ MATS} + 0,052 \text{ PELY} + 0,095 \text{ LOKS} - 0,153 \text{ PGHTN} - 0,080 \text{ KOMT}$$

Nilai koefisien determinasi adalah diantara nol dan satu. Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen sangat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel independen. Pengukuran ini menjelaskan *goodness of fit* dari model dimana semakin mendekati nilai 1 maka model semakin *goodness of fit* sementara semakin mendekati 0 maka model semakin tidak *goodness of fit*. (Ghazali, 2001 : 45). Persamaan diatas dengan adjusted R^2 sebesar 10,9 % menunjukkan bahwa variabel materialisme, pelayanan, lokasi bank syariah, pengetahuan perbankan syariah, komitmen keagamaan dapat menerangkan variasi tingkat minat untuk mendapatkan pembiayaan dari bank syariah sebesar 10,9%, sedangkan sisanya sebesar 89,1% diterangkan oleh variabel lain.

Kemudian berdasarkan uji t statistic, variabel pengetahuan tentang bank syariah memiliki signifikan ($0,007 < 0,05$) secara statistik. Artinya variabel pengetahuan tentang bank syariah berpengaruh secara signifikan terhadap minat untuk mendapatkan pembiayaan bank syariah cabang . Sedangkan variabel materialisme, pelayanan, lokasi bank syariah, komitmen keagamaan memiliki signifikan ($0,305, 0,383, 0,201, 0,538 > 0,05$), artinya variabel materialisme, pelayanan, lokasi bank syariah, komitmen keagamaan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap tingkat minat untuk mendapatkan pembiayaan dibank syariah cabang XYZ.

4.5.2. Uji F (Uji Serentak)

Uji F (uji model) adalah uji yang dilakukan dengan menggunakan distribusi F untuk melihat pengaruh variabel bebas secara bersama-sama terhadap minat untuk mendapatkan pembiayaan dari bank syariah.

Adapun hipotesis dari pengujian F adalah sebagai berikut :

$$H_0 : \beta_1 = \beta_2 = \beta_3 = \beta_4 = \dots = \beta_k = 0$$

$$H_a : \beta_1 \neq \beta_2 \neq \beta_3 \neq \beta_4 \neq \dots \neq \beta_k \neq 0$$

Keputusan menerima atau menolak hipotesis yang diajukan dilakukan dengan aturan sebagai berikut :

1. Bila $F_{hitung} < F_{tabel}$, maka H_0 diterima, H_a ditolak
2. Bila $F_{hitung} > F_{tabel}$, maka H_0 ditolak, H_a diterima

Atau dengan membandingkan antara nilai Sig (2-tailed) dari F_{hitung} dengan alpha 5%, jika :

1. Sig (2-tailed) dari $F_{hitung} > 0.05$, maka H_0 diterima, H_a ditolak
2. Sig (2-tailed) dari $F_{hitung} < 0.05$, maka H_0 ditolak, H_a diterima

Jika H_0 diterima berarti tidak ada pengaruh yang signifikan dari variabel independen terhadap variabel dependen. Sedangkan, jika H_a diterima berarti ada pengaruh yang signifikan dari variabel independen terhadap variabel dependen.

Tabel 4.8
Uji F (uji serentak) ANOVA(b)
BNI syariah cabang XYZ

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	33,512	5	6,702	2,304	,051(a)
	Residual	273,478	94	2,909		
	Total	306,990	99			

Mengacu pada tabel diatas jika nilai F signifikasinya lebih kecil dari pada $\alpha = 5\%$, maka H_0 ditolak. Jika signifikasinya lebih besar dari $\alpha = 5\%$, maka H_0 diterima. Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$, maka H_0 ditolak. Dari nilai signifikasi sampai dengan tingkat kepercayaan 0,051 yang lebih besar dari $\alpha = 5\%$, maka H_0 diterima. Artinya, kelima variabel bebas secara bersama-sama tidak mampu menjelaskan variasi dari minat untuk mendapatkan pembiayaan dari bank syariah dengan besaran pengaruh yang ditunjukkan oleh nilai R^2 sebesar 10,9 % sisanya 89,1 % dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini.

4.5.3. Uji t

Pengujian ini dilakukan untuk menguji apakah secara individu (masing - masing) variabel independen mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependennya, atau pengujian terhadap hipotesis dilakukan dengan uji test statistik parsial.

1. Pengujian hipotesis variabel materialisme

$H_0: \beta_1 = 0$, artinya variabel materialisme tidak mempengaruhi minat mendapatkan pembiayaan bank syariah

$H_a: \beta_1 \neq 0$, artinya variabel materialisme mempengaruhi minat mendapatkan pembiayaan bank syariah.

Bila $T > 2$, dan tingkat signifikansi $< 5\%$, maka H_0 ditolak, artinya variabel bebas berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat. Berdasarkan nilai t pada $\alpha = 5\%$, terlihat pada nilai $[t] = 1,031 < 2$, dengan tingkat signifikansi $0,305 > 0,05$, berarti terima H_0 . Dengan kata lain, variabel materialisme tidak berpengaruh signifikan terhadap minat mendapatkan pembiayaan bank syariah. Koefisien untuk variabel materialisme adalah $- 0,058$, yang artinya setiap penurunan 10% materialisme akan mengakibatkan peningkatan minat mendapatkan pembiayaan bank syariah sebesar $5,8 \%$ dengan asumsi variabel bebas lainnya konstan.

2. Pengujian hipotesis variabel pelayanan

$H_0: \beta_1 = 0$, artinya variabel pelayanan tidak mempengaruhi minat mendapatkan pembiayaan bank syariah

$H_a: \beta_1 \neq 0$, artinya variabel pelayanan mempengaruhi minat mendapatkan pembiayaan bank syariah

Bila $T > 2$, dan tingkat signifikansi $< 5\%$, maka H_0 ditolak, artinya variabel bebas berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat. Berdasarkan nilai t pada $\alpha = 5\%$, terlihat pada nilai $[t] = 0,877 < 2$, dengan tingkat signifikansi $0,383 > 0,05$, berarti terima H_0 . Dengan kata lain, variabel pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap minat mendapatkan pembiayaan bank syariah. Koefisien

untuk variabel pembiayaan adalah 0,052, yang artinya setiap kenaikan 10% pelayanan akan mengakibatkan peningkatan minat mendapatkan pembiayaan bank syariah sebesar 5,2 % dengan asumsi variabel bebas lainnya konstan.

3. Pengujian hipotesis variabel lokasi bank syariah

$H_0: \beta_1 = 0$, artinya variabel lokasi bank syariah tidak mempengaruhi minat mendapatkan pembiayaan bank syariah

$H_a: \beta_1 \neq 0$, artinya variabel lokasi bank syariah mempengaruhi minat mendapatkan pembiayaan bank syariah

Bila $T > 2$, dan tingkat signifikansi $< 5\%$, maka H_0 ditolak, artinya variabel bebas berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat. Berdasarkan nilai t pada $\alpha = 5\%$, terlihat pada nilai $[t] = 1,288 < 2$, dengan tingkat signifikansi $0,201 > 0,05$, berarti terima H_0 . Dengan kata lain, variabel lokasi bank syariah tidak berpengaruh signifikan terhadap minat mendapatkan pembiayaan bank syariah. Koefisien untuk variabel lokasi bank syariah adalah 0,095, yang artinya setiap kenaikan 10% lokasi bank syariah akan mengakibatkan peningkatan minat mendapatkan pembiayaan bank syariah sebesar 9,5 % dengan asumsi variabel bebas lainnya konstan.

4. Pengujian hipotesis variabel pengetahuan tentang bank syariah

$H_0: \beta_1 = 0$, artinya variabel pengetahuan tentang bank syariah tidak mempengaruhi minat mendapatkan pembiayaan bank syariah

$H_a: \beta_1 \neq 0$, artinya variabel pengetahuan tentang bank syariah mempengaruhi minat mendapatkan pembiayaan bank syariah

Bila $T > 2$, dan tingkat signifikansi $< 5\%$, maka H_0 ditolak, artinya variabel bebas berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat. Berdasarkan nilai t pada $\alpha = 5\%$, terlihat pada nilai $[t] = 2,745 > 2$, dengan tingkat signifikansi $0,007 < 0,05$, berarti tolak H_0 . Dengan kata lain, variabel pengetahuan tentang bank syariah berpengaruh signifikan terhadap minat mendapatkan pembiayaan bank syariah. Koefisien untuk variabel pengetahuan tentang bank syariah adalah - 0,153, yang

artinya setiap kenaikan 10% pengetahuan tentang bank syariah akan mengakibatkan penurunan minat mendapatkan pembiayaan bank syariah sebesar 15,3 % dengan asumsi variabel bebas lainnya konstan.

5. Pengujian hipotesis variabel komitmen keagamaan

$H_0: \beta_1 = 0$, artinya variabel komitmen keagamaan tidak mempengaruhi minat untuk mendapatkan pembiayaan bank syariah

$H_a: \beta_1 \neq 0$, artinya variabel komitmen keagamaan mempengaruhi minat untuk mendapatkan pembiayaan bank syariah

Bila $T > 2$, dan tingkat signifikansi $< 5\%$, maka H_0 ditolak, artinya variabel bebas berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat. Berdasarkan nilai t pada $\alpha = 5\%$, terlihat pada nilai $[t] = 0,618 < 2$, dengan tingkat signifikansi $0,538 > 0,05$, berarti terima H_0 . Dengan kata lain, variabel komitmen keagamaan tidak berpengaruh signifikan terhadap minat mendapatkan pembiayaan bank syariah. Koefisien untuk variabel adalah $- 0,080$, yang artinya setiap kenaikan 10% komitmen keagamaan akan mengakibatkan penurunan minat mendapatkan pembiayaan bank syariah sebesar 8,0 % dengan asumsi variabel bebas lainnya konstan.

4.5.4. Interpretasi Model

Dari hasil regresi dengan menggunakan *SPSS 11,5* didapat persamaan regresi seperti diatas, namun karena variabel pengetahuan tentang perbankan dan komitmen keagamaan berslope negatif, yang bertolak belakang dengan penelitian sebelumnya berslope positif maka kedua variabel tersebut dihilangkan dari persamaan regresi. Karena berdasarkan penelitian sebelumnya dengan bertambahnya pengetahuan tentang perbankan syariah dan komitmen keagamaan seseorang akan mengakibatkan minat orang tersebut untuk menggunakan jasa perbankan syariah juga bertambah. Sehingga persamaan regresi dalam penelitian ini menjadi :

$$MNT = 24,091 - 0,058 MATS + 0,052 PELY + 0,095 LOKS$$

Dalam perkembangannya bank BNI syariah cabang XYZ telah berhasil menghimpun dana pihak ketiga yang cukup besar, hal itu disebabkan karena adanya penambahan kantor layanan yang baru sebanyak tiga buah, yaitu : kantor layanan kampus Unisba, kantor layanan Cianjur dan kantor layanan Cigodeu. Namun dari sisi penyaluran dana pihak ketiga tersebut masih mengalami kesulitan untuk segera disalurkan dalam bentuk pembiayaan pada sektor riil, yang umumnya banyak bergerak pada industri dibidang pertextilan, misalnya usaha garmen dan konveksi. Kondisi ini diakibatkan oleh maraknya barang impor yang masuk ke industri pertextilan tersebut, adanya outlet yang menjual pakaian jadi dengan harga yang cukup terjangkau oleh masyarakat khususnya di kota Bandung. Hal inilah yang merupakan salah satu faktor penyebab rendahnya tingkat *Financing to Deposit Ratio* (FDR) di BNI syariah cabang XYZ per September 2007, yaitu sebesar 67,71% jauh dibawah ketentuan minimum bank Indonesia sebesar 85%. Sedangkan minat masyarakat untuk mendapatkan pembiayaan dari bank syariah juga dipengaruhi letak kantor bank BNI syariah cabang XYZ yang berada jauh dari kawasan industri dan perdagangan tetapi didaerah kompleks perumahan. Disamping itu tingkat margin dan bagi hasil, pelayanan, pengetahuan tentang bank syariah dan pemahaman keagamaan masyarakat di bidang muamalah masih kurang sehingga mereka menganggap bank syariah cabang XYZ tidak banyak berbeda dengan bank konvensional.

BAB 5

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Dari ketiga faktor yang diduga berpengaruh terhadap minat nasabah untuk mendapatkan pembiayaan di bank syariah cabang XYZ, yaitu variabel Materialisme, Pelayanan, Lokasi bank Syariah, maka dapat ditarik kesimpulan :

1. Tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel materialisme dengan minat nasabah maupun non nasabah bank BNI Syariah cabang XYZ untuk mendapatkan pembiayaan. Variabel materialisme berpengaruh secara negatif, dimana penurunan setiap satu unit materialisme (bisa berupa tingkat margin, bagi hasil maupun biaya-biaya lainnya) akan mengakibatkan peningkatan minat untuk mendapatkan pembiayaan dari bank syariah sebesar persentase slope persamaan regresinya.
2. Tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel pelayanan dengan minat nasabah maupun non nasabah bank BNI Syariah cabang XYZ untuk mendapatkan pembiayaan. Variabel pelayanan berpengaruh secara positif, dimana peningkatan setiap satu unit pelayanan (bisa berupa tingkat kemudahan memenuhi kelengkapan administrasi, kecepatan proses pencairan pembiayaan) akan mengakibatkan peningkatan minat untuk mendapatkan pembiayaan dari bank syariah sebesar persentase slope persamaan regresinya.
3. Tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel lokasi bank syariah dengan minat nasabah maupun non nasabah bank BNI Syariah cabang XYZ untuk mendapatkan pembiayaan. Variabel lokasi bank syariah berpengaruh secara positif, dimana peningkatan setiap satu unit lokasi (bisa berupa letak yang strategis dan berada di lokasi pusat perniagaan) akan mengakibatkan peningkatan minat untuk mendapatkan pembiayaan dari bank syariah sebesar persentase slope persamaan regresinya.

5.2. Saran

Saran-saran yang dapat diberikan kepada bank BNI Syariah XYZ setelah mengetahui hasil penelitian ini adalah :

1. Lebih mempertimbangkan kepentingan nasabah tanpa mengabaikan prinsip kehati-hatian dalam menentukan tingkat margin dan bagi hasil pembiayaan syariah.
2. Lebih responsif terhadap masukan dari nasabah dalam rangka meningkatkan pelayanan.
3. Lebih mengoptimalkan pertimbangan lokasi yang strategis dan mudah dijangkau, sehingga lebih mudah berinteraksi dengan nasabah atau calon nasabah.
4. Meningkatkan peran Business Developing Services untuk menjabatani kendala perbankan syariah dalam penyaluran pembiayaan terutama untuk kelayakan usaha.
5. Bank BNI syariah cabang XYZ harus lebih mengoptimalkan channelling dengan Bank Perkreditan Rakyat Syariah (BPRS) dalam rangka penyaluran DPK, karena pelayanan BPRS cenderung bisa diterima oleh masyarakat.
6. Perlunya pelatihan SDM dalam rangka meningkatkan kinerja bank syariah baik dalam penghimpunan Dana Pihak Ketiga (*funding*) maupun dalam penyaluran pembiayaan (*financing*).

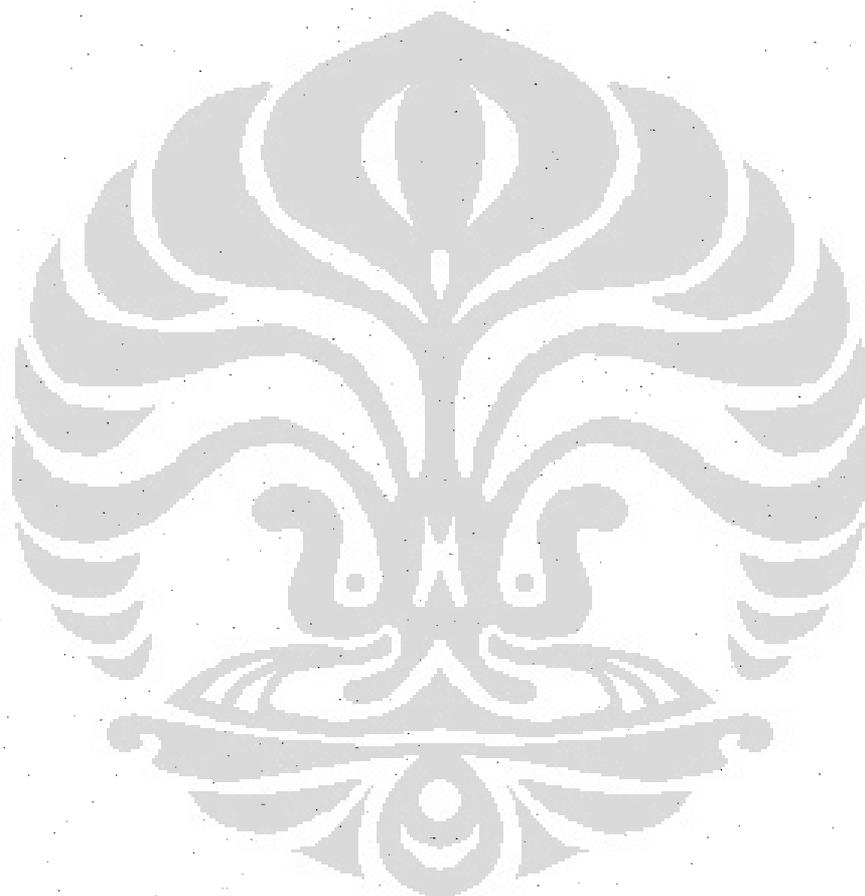
DAFTAR PUSTAKA

- Bank Indonesia, Direktorat Perbankan Syariah, 2006, Buku Saku Perbankan Syariah, Jakarta.
- Bank Indonesia, 2002, Cetak Biru Pengembangan Perbankan Syariah Indonesia, Bank Indonesia, Jakarta.
- Baraba, Achmad, 1999, Prinsip Dasar Operasional Perbankan Syariah, Bank Indonesia Jakarta.
- Edwin, Mustafa N. dan Usman, Hardius, 2006, Proses Penelitian Kuantitatif, Jakarta.
- Karim, Adiwarman, 2003, Bank Islam, Analisis Fiqih dan Keuangan, Edisi ketiga, Jakarta.
- Levin, Richard dan David S. Rubin, Statistics For Management, Prentice Hall International, New Jersey.
- Mooduto, M. Arie, 2006, Islamic Way Of Life and SDI Bank Syariah, Lembaga Pengembangan Perbankan Indonesia, Jakarta.
- Muhammad, M.Ag., 2002, Kebijakan Fiskal dan Moneter Dalam Ekonomi Islami, Penerbit Salemba Empat, Jakarta.
- Nachrowi, Djalal N. dan Usman, Hardius, 2006, Pendekatan Populer dan Praktis Ekonometrika untuk Analisis Ekonomi dan Keuangan, Jakarta.
- Nurgiyantoro, Burhan, Gunawan dan Marzuki, 2002, Stitistik Terapan untuk penelitian Ilmu-ilmu Sosial, Gajah Mada University Press, Yogyakarta.
- Riyadi, Selamat, 2006, Banking Assets and Liability Management, Edisi ketiga, Jakarta.
- Saeed, Abdullah, 2004, Menyoal Bank Syariah, Kritik atas Interpretasi Bunga Bank Kaum Neo-Revivalis, Paramadina, Jakarta.
- Salvatore, Dominic and Eugene A Diulio, 1980, Theory and Problems of Principles of Economic, Mc Graw-Hill, Inc.
- Samsudin, 2005, Mengapa Nasabah Memilih Menggunakan Jasa Bank Syariah ?, Studi Kasus pada BSM cabang Thamrin, Eksis, Vo.1 No.2, April-Juni 2005/Shafar-Jumadil Ula 1426 H.

Sekaran, Uma, 2000, *Research Methods for Business, A Skill Building Approach*, Hermitage Publishing Service, New York.

Sudarsono, Heri, 2004, *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah*, Edisi kedua, Jakarta.

Supriyatno, Eko, 2005, *Ekonomi Islam, Pendekatan Ekonomi Makro Islam dan Konvensional*, Graha Ilmu, Yogyakarta.



Variables Entered/Removed(b)

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	KOMITMEN KEAGAMAAN, PENGETAHUAN BS, MATERIALISME, LOKASI BS, PELAYANAN(a)		Enter

a All requested variables entered.

b Dependent Variable: MINAT THDP PEMBIAYAAN BS

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics				
					R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change
1	,330(a)	,109	,062	1,70568	,109	2,304	5	94	,051

a Predictors: (Constant), KOMITMEN KEAGAMAAN, PENGETAHUAN BS, MATERIALISME, LOKASI BS, PELAYANAN

ANOVA(b)

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	33,512	5	6,702	2,304	,051(a)
	Residual	273,478	94	2,909		
	Total	306,990	99			

a Predictors: (Constant), KOMITMEN KEAGAMAAN, PENGETAHUAN BS, MATERIALISME, LOKASI BS, PELAYANAN

b Dependent Variable: MINAT THDP PEMBIAYAAN BS

Coefficients(a)

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	24,091	2,433		9,903	,000		
	MATERIALISME	-,058	,056	-,104	-1,031	,305	,924	1,082
	PELAYANAN	,052	,059	,092	,877	,383	,855	1,169
	LOKASI BS	,095	,074	,135	1,288	,201	,868	1,152
	PENGETAHUAN BS	-,153	,056	-,275	-2,745	,007	,946	1,057
	KOMITMEN KEAGAMAAN	-,080	,130	-,068	-,618	,538	,789	1,267

a Dependent Variable: MINAT THDP PEMBIAYAAN BS

Lampiran 7 Kuisisioner

KUESIONER PENELITIAN**KUISIONER RESPONDEN**

Series Number : _____ (Kosongkan)

Kepada Yth. Responden*Selamat pagi/siang/sore,*

Nama saya Dedek Abdul Halim, Mahasiswa Program Pascasarjana Program Studi Timur Tengah dan Islam Jurusan Ekonomi dan Keuangan Syariah Universitas Indonesia, sedang meneliti tentang faktor-faktor yang mempengaruhi minat nasabah untuk mendapatkan pinjaman / pembiayaan dalam rangka meningkatkan financing to Deposit Ratio(FDR) di bank syariah. Oleh karena itu saya mohon bantuan Anda untuk memberikan pendapat mengenai hal tersebut. Jawaban atas pertanyaan dalam kuisisioner ini diharapkan merupakan keadaan yang benar-benar sesuai dengan opini Anda. Semua jawaban benar, tidak ada jawaban yang salah. Pernyataan dan data responden hanya akan digunakan untuk keperluan penelitian dan sangat dijaga kerahasiannya.

BAGIAN I**DATA RESPONDEN**

(Data Hanya Untuk Kepentingan Penelitian)

1. Jenis Kelamin : Laki-laki Perempuan

2. Usia :

 dibawah 20 thn 20-30 thn 31-40 thn 41-50 thn diatas 50 thn

3. Pendidikan terakhir :

 SMA D3 S-1 S-2 S-3 Lainnya

4. Pekerjaan :

 Pelajar/Mahasiswa Karyawan Pengusaha Profesional TNI/Polisi/PNS Lainnya

5. Pendapatan per bulan:

 dibawah 1 Juta 1 Juta s/d 3 Juta 3-5 Juta >5-10 Juta >10-15 Juta >15-20 Juta diatas 20 Juta

BAGIAN IV**CARA PENGISIAN :**

Pilih salah satu nilai dari 1 sampai 5 sebagai jawaban atas tiap pernyataan berikut ini dengan menyilang kotak kosong yang telah disediakan.

Keterangan Jawaban :

1 = Sangat tidak setuju

4 = Setuju

2 = Tidak setuju

5 = Sangat Setuju

3 = Ragu-ragu

NO	PERNYATAAN	1	2	3	4	5	Variabel
1	Semakin banyak materi yang dimiliki seseorang maka semakin baik tingkat kehidupan orang tersebut						Materialisme
2	Salah satu hal penting yang harus dicapai dalam hidup ini adalah materi						
3	Saya tidak mengukur sukses seseorang dari jumlah materi yang dimiliki						
4	Bank BNI syariah memberikan keuntungan materi yang menarik						
5	Nisbah bagi hasil BNI Syariah lebih tinggi dari pada bank syariah lain						
6	Negosiasi nisbah bagi hasil (penentuan nilai bagi hasil) BNI Syariah mempertimbangkan kondisi calon nasabah						
7	Biaya administrasi BNI Syariah lebih mahal dibanding bank syariah lain						
8	BNI Syariah tempat saya biasa bertransaksi memiliki gedung kantor dan fasilitas interior yang bagus						Pelayanan
9	BNI Syariah tempat saya biasa bertransaksi menawarkan produk-produk perbankan yang dikenal oleh masyarakat.						
10	BNI Syariah tempat saya biasa bertransaksi memenuhi nilai spiritual atau religius						
11	Kantor BNI Syariah tempat saya biasa bertransaksi merupakan kantor yang aman dan nyaman						
12	Kantor BNI Syariah tempat saya biasa bertransaksi memiliki petugas-petugas yang bersikap islami dan ramah						
13	Kantor BNI Syariah tempat saya biasa bertransaksi memiliki pegawai-pegawai yang profesional dan cekatan						
14	Kantor BNI Syariah tempat saya biasa bertransaksi memiliki pegawai-pegawai						

	yang jujur									
15	BNI Syariah memiliki kantor cabang yang lebih banyak dibandingkan kantor cabang bank syariah lain									
16	Jumlah ATM BNI Syariah tersebar di lebih banyak tempat dibandingkan ATM bank syariah lain									
17	Kantor BNI Syariah berada di pusat perniagaan									Lokasi Bank Syariah
18	Kantor BNI Syariah berada di pusat pemukiman									
19	Kantor BNI Syariah berada di lingkungan pusat aktivitas muslim									
20	Kantor BNI Syariah berada di lokasi sentra UKM									
21	Kantor BNI Syariah berada di lokasi yang strategis dan mudah dijangkau									
22	Kantor BNI Syariah berada di gedung perkantoran yang mewah.									
23	Informasi tentang bank syariah cukup kita peroleh dari surat kabar, TV, dan Internet									
24	Informasi tentang bank syariah cukup kita peroleh dari teman dan keluarga									
25	Informasi tentang bank syariah harus kita pelajari dari kampus / sekolah dan seminar ilmiah									
26	Bank syariah adalah bank tanpa bunga tetapi bagi hasil.									
27	Bank syariah adalah bank berdasarkan syariat agama Islam									
28	Bank syariah sama saja dengan bank konvensional									Komitmen Keagamaan
29	Saya sering hadir atau terlibat dalam kegiatan-kegiatan keagamaan									
30	Bagi saya nilai keagamaan lebih penting dibanding dengan nilai materi									
31	Negara ini akan menjadi lebih baik bila masyarakatnya lebih mengutamakan kehidupan beragama									
32	Saya termasuk orang yang menjalankan kewajiban-kewajiban beragama									

Lampiran 7 Kuisisioner

CARA PENGISIAN

Pilih salah satu nilai dari 1 sampai 5 sebagai jawaban atas tiap pernyataan berikut ini dengan menyilang kotak kosong yang telah disediakan.

Keterangan Jawaban :

1 = Sangat tidak setuju

4 = Setuju

2 = Tidak setuju

5 = Sangat Setuju

3 = Ragu-ragu

NO	PERNYATAAN	1	2	3	4	5	Variabel
33	Saya lebih suka mendapatkan pembiayaan dari bank syariah dari pada bank konvensional						Minat mendapatkan pembiayaan di bank syariah
34	Saya suka mendapatkan pembiayaan di bank syariah karena berdasarkan prinsip saling tolong-menolong						
35	Saya termasuk orang yang tidak mempertimbangkan margin pembiayaan bank syariah						
36	Saya lebih suka mendapatkan pembiayaan dari bank syariah karena bank syariah bebas dari riba.						
37	Saya lebih suka mendapatkan pembiayaan dari bank syariah karena marginnya tidak berubah sampai dengan jatuh tempo						
38	Bank syariah berperan langsung melakukan pengawasan dan pembinaan bagi para nasabah pembiayaannya.						

"Terima Kasih"