

EFISIENSI

KAJIAN ILMU ADMINISTRASI

Penataan Ruang Kantor dalam Menunjang Efektivitas Pekerjaan Kantor (*Daimatun Nafiah*). Halaman 1-22

Peran Komunikasi Non Verbal dalam Menunjang Profesionalisme Sekretaris (*Iin Kristiyanti*). Halaman 23-45

Pengaruh Pengetahuan dan Orientasi Religius Terhadap Minat menjadi Nasabah *Islamic Mini Bank* FE UNY (*Isroah, Mimin Nur Aisyah, Amanati Novi Yushita*). Halaman 46-68

Studi Tentang Implementasi Sistem Manajemen Arsip Elektronik Pada Kantor (*Sutirman, Nadia Sasmita Wijayanti, Purwanto*). Halaman 70-97

Peran Administrasi dalam Membangun Masyarakat Berkarakter (*Muhyadi*). Halaman 98-109

Jurnal Prodi P. ADP FE UNY	Vol. XIV	No.1	Hal. 1 - 112	Yogyakarta, Februari 2016	ISSN 1412-1131
-------------------------------	----------	------	--------------	------------------------------	-------------------



KEMENTERIAN RISET, TEKNOLOGI, DAN PENDIDIKAN TINGGI
UNIVERSITAS NEGERI YOGYAKARTA
FAKULTAS EKONOMI
JURUSAN PENDIDIKAN ADMINISTRASI

Alamat: Karangmalang Yogyakarta, 55281, Telp. (0274) 586168 Ext. 583 Fax. (0274) 554902
Website : <http://journal.uny.ac.id/index.php/efisiensi> | e-mail : efisiensi@uny.ac.id

REDAKSI

- Ketua Dewan Redaksi** : Dr. Sutirman, M.Pd.
- Sekretaris Redaksi** : Siti Umi Khayatun Mardiyah, M.Pd.
- Anggota Redaksi** : Joko Kumoro, M.Si.
Muslikhah Dwihartanti, M.Pd.
Arwan Nur Ramadhan, M.Pd.
Rosidah, M.Si.
- Sekretariat** : Isti Kistiananingsih, S.Pd.
- Alamat Redaksi** : Program Studi Pendidikan Administrasi
Perkantoran, Jurusan Pendidikan Administrasi,
Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri
Yogyakarta.

Kampus Karangmalang Yogyakarta 555281.
Telp. (0274) 586168 Ext. 583 Fax. (0274) 554902

Website :
<http://journal.uny.ac.id/index.php/efisiensi>
Email: efisiensi@uny.ac.id

Redaksi menerima tulisan terkait hasil penelitian dan kajian-kajian ilmu administrasi. Redaksi berhak menyingkat dan mengedit tulisan yang akan dimuat tanpa mengubah substansi isinya. Hak cipta dilindungi oleh undang-undang.

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur kami panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Kuasa yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya, sehingga Jurnal Efisiensi Volume XIV Nomor 1 Februari 2016 dapat diterbitkan. Jurnal Efisiensi ini hadir sebagai media untuk mengekspresikan berbagai gagasan dan menyajikan informasi hasil-hasil penelitian dalam bidang administrasi. Gagasan-gagasan dan temuan-temuan penelitian yang dipublikasikan melalui jurnal Efisiensi ini diharapkan dapat bermanfaat dan memberikan kontribusi bagi pengembangan ilmu administrasi.

Tulisan yang disajikan pada jurnal Efisiensi Volume XIV ini diawali dengan gagasan tentang pentingnya penataan tata ruang kantor untuk menghasilkan efektivitas pekerjaan kantor. Rangkaian pekerjaan dalam suatu kantor dapat diselesaikan dengan cepat dan tepat apabila ruang kantor ditata dengan baik sesuai dengan alur pekerjaan. Pengaturan ruang tempat bekerja yang sistematis sesuai dengan urutan pekerjaan dapat mendukung tercapainya efektivitas kerja di kantor.

Tulisan berikutnya membahas tentang peran komunikasi non verbal dalam menunjang profesionalisme sekretaris. Sekretaris sebagai profesi yang tugasnya banyak berhubungan dengan pihak lain, dituntut memiliki kemampuan berkomunikasi yang baik. Seorang sekretaris tidak hanya dituntut menguasai keterampilan komunikasi verbal, melainkan juga harus menguasai keterampilan komunikasi non

verbal. Komunikasi non verbal diperlukan untuk memperkuat dan memperjelas pesan dari komunikator kepada komunikan.

Selanjutnya disajikan temuan hasil penelitian tentang pengaruh pengetahuan dan orientasi religius terhadap minat menjadi nasabah *Islamic Mini Bank* FE UNY. Selain itu juga disajikan temuan hasil penelitian tentang implementasi sistem manajemen arsip elektronik pada kantor pemerintahan kota Yogyakarta. Tulisan ini menyajikan informasi mengenai penerapan sistem manajemen arsip elektronik oleh lembaga-lembaga pemerintah di lingkungan pemerintah kota Yogyakarta.

Tulisan terakhir yang disajikan membahas peran administrasi dalam membangun masyarakat berkarakter. Krisis karakter yang melanda generasi bangsa Indonesia harus diatasi dengan berbagai disiplin ilmu. Tulisan ini menyajikan gagasan tentang membangun masyarakat berkarakter melalui disiplin ilmu administrasi.

Akhirnya, redaksi menyampaikan ucapan terima kasih yang setulus-tulusnya kepada para penulis yang telah menyumbangkan gagasan dan hasil penelitiannya. Semoga gagasan dan temua-temuan hasil penelitian yang disajikan pada jurnal Efisiensi Volume ini dapat merangsang diskusi yang lebih mendalam dan dapat menjadi referensi untuk menyelesaikan permasalahan yang ada di masyarakat. Selamat membaca.

Salam,
Redaksi

DAFTAR ISI

Halaman Cover	i
Redaksi	ii
Kata Pengantar.....	iii
Daftar Isi	v
1. Penataan Ruang Kantor dalam Menunjang Efektivitas Pekerjaan Kantor (<i>Daimatun Nafiah</i>)	1
2. Peran Komunikasi Non Verbal dalam Menunjang Profesionalisme Sekretaris (<i>Iin Kristiyanti</i>)	23
3. Pengaruh Pengetahuan dan Orientasi Religius terhadap Minat Menjadi Nasabah <i>Islamic Mini Bank</i> FE UNY (<i>Isroah, Mimin Nur Aisyah, Amanita Novi Yushita</i>)	46
4. Studi Tentang Implementasi Sistem Manajemen Arsip Elektronik pada Kantor Pemerintahan Kota Yogyakarta (<i>Sutirman, Nadia S. Wijayanti, Purwanto</i>)	70
5. Peran Administrasi dalam Membangun Masyarakat Berkarakter (<i>Muhyadi</i>)	98
Rambu-rambu Teknis Penulisan Jurnal Efisiensi	110

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

Isroah, Mimin Nur Aisyah, Amanita Novi Yushita

isroah@uny.ac.id, mimin_nuraisyah@uny.ac.id, amanitanovi@uny.ac.id

ABSTRAK

Kajian ini bertujuan untuk mengetahui: 1) pengaruh pengetahuan tentang konsep perbankan syariah terhadap minat menjadi nasabah IMB FE UNY; 2) Pengaruh pengetahuan tentang produk IMB terhadap minat menjadi nasabah IMB FE UNY; 3) Pengaruh orientasi religius terhadap minat menjadi nasabah IMB FE UNY; 4) Pengaruh pengetahuan tentang prinsip dan konsep perbankan syariah, pengaruh pengetahuan tentang produk IMB, serta pengaruh orientasi religius secara bersama-sama terhadap minat menjadi nasabah IMB FE UNY. Hasil penelitian menunjukkan bahwa: 1) Pengetahuan tentang prinsip dan konsep perbankan syariah berpengaruh positif terhadap minat menjadi nasabah IMB FE UNY (*koef* 0,317; *sig* 0,045); 2) Pengetahuan tentang produk IMB berpengaruh positif terhadap minat menjadi nasabah IMB FE UNY (*koef* 0,556; *sig* 0,0002); 3) Orientasi religius tidak secara signifikan mempengaruhi minat untuk menjadinsabah IMB (*koef* 0,114, *sig* 0,171); dan 4) Pengetahuan tentang prinsip dan konsep perbankan syariah, pengetahuan tentang produk IMB, dan orientasi religius secara simultan berpengaruh positif terhadap minat menjadi nasabah IMB FE UNY (*koef* 0,109; 0,472; 0,071 dan *sig* 0,014)

Kata kunci : pengetahuan konsep perbankan syariah, pengetahuan produk, orientasi, religius, Islamic Mini Bank (IMB)

Pendahuluan

Di Indonesia, perkembangan lembaga keuangan Islam mulai terlihat sejak didirikannya Bank Muamalat Indonesia pada tahun 1991 sebagai bank yang mengusung mekanisme perbankan syariah yang pertama di Indonesia. Dalam kurun waktu dua dasawarsa ini ekonomi Islam berkembang dengan pesat, ditandai dengan banyaknya pendirian bank-bank syariah (baik yang menerapkan sistem murni syariah maupun *dual window*) serta maraknya pendirian berbagai lembaga keuangan syariah non bank.

Perkembangan positif yang ditunjukkan oleh perbankan syariah di Indonesia memberikan peluang bagus bagi

para mahasiswa yang ingin menekuni dunia perbankan syariah. Beberapa mata kuliah di Fakultas Ekonomi UNY di desain untuk membekali mahasiswa dengan pengetahuan mengenai dunia perbankan, seperti mata kuliah Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya, Akuntansi Perbankan, dan Manajemen Perbankan. Pengetahuan yang bersifat teoretis ini perlu dilengkapi dengan pengetahuan serta ketrampilan terkait dengan sistem operasional keuangan perbankan, khususnya perbankan syariah. Mendukung hal tersebut, Fakultas Ekonomi UNY mendirikan laboratorium perbankan syariah. Melalui laboratorium perbankan syariah ini mahasiswa dapat melakukan

simulasi praktik sistem operasional keuangan perbankan syariah.

Antusiasme mahasiswa, dosen dan karyawan terhadap keberadaan IMB tampaknya cukup menggembirakan. Meskipun begitu, masih perlu dilakukan sosialisasi yang lebih luas tentang IMB agar layanan perbankan syariah yang ditawarkan oleh IMB dapat diketahui dan dinikmati oleh berbagai kalangan di lingkungan UNY. Menjadi suatu hal yang menarik untuk mengetahui faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi minat mereka untuk menjadi nasabah IMB. Minat di sini tidak hanya terkait dengan minat awal untuk membuka tabungan di IMB, namun juga minat dalam

menggunakan produk-produk serta bertransaksi di IMB.

Salah satu faktor mendasar yang diduga mempengaruhi minat menjadi nasabah IMB adalah pengetahuan, yaitu pengetahuan calon nasabah mengenai konsep perbankan syariah dan pengetahuan mengenai produk-produk perbankan syariah dari IMB. Meskipun sudah ada beberapa matakuliah yang mengenalkan konsep perbankan syariah serta kegiatan kemahasiswaan di CIES (*Center for Islamic Economics Studies*), namun tidak semua mahasiswa tertarik dengan hal tersebut, ditambah lagi dengan proporsinya yang sangat kecil dibandingkan dengan muatan ekonomi konvensional. Dengan me-

miliki pengetahuan mengenai konsep/prinsip dalam perbankan syariah dan memahami apa perbedaannya dengan perbankan konvensional diharapkan dapat menimbulkan ketertarikan seseorang untuk menjadi nasabah IMB. Minat ini juga dapat timbul setelah calon nasabah mengetahui lebih lanjut karakteristik produk yang ditawarkan oleh IMB, manfaat serta kepuasan yang dapat diberikan oleh produk-produk IMB tersebut.

Selain terkait dengan pengetahuan yang bersifat rasional, antusiasme masyarakat terhadap perbankan syariah juga dihubungkan dengan aspek kepribadian masing-masing individu. Dalam kajian ini, peneliti

berusaha melihat orientasi dari penggunaan produk perbankan syariah, apakah orientasi tersebut merupakan orientasi yang bersifat keagamaan (*religious*), yaitu keinginan mengaplikasikan syariah dalam kehidupan sehari-hari, ataukah lebih cenderung pada orientasi ekonomi, yaitu mendapatkan manfaat dari transaksi syariah yang menguntungkan secara ekonomis. Orientasi religius merupakan konstruk yang akan membantu menjelaskan masalah tersebut. Orientasi religius menunjukkan cara seseorang dalam mengaplikasikan keyakinan dan nilai-nilai agamanya. Individu yang memiliki orientasi religius internal memiliki komitmen tinggi

terhadap nilai-nilai keagamaan dan menjalankan kehidupannya berdasarkan nilai-nilai keagamaan tersebut. Adapun individu dengan orientasi religius eksternal cenderung menggunakan agama sebagai alat untuk mencapai tujuannya.

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

dan orientasi religius eksternal (ekonomi).

Teori dan Pembahasan

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

ungkinkan seseorang untuk menjadi nasabah suatu penyedia jasa, dalam hal ini adalah nasabah IMB (*Islamic Mini Bank*) FE UNY.

Menurut Crow dan Crow (1980) ada tiga faktor utama yang membentuk minat, antara lain: 1) faktor dorongan dari dalam, yaitu faktor yang mengarah pada kebutuhan-kebutuhan yang muncul dari dalam diri individu, meliputi: dorongan fisik, mempertahankan diri dari rasa takut, rasa lapar, rasa sakit, serta dorongan rasa ingin tahu yang membangkitkan minat untuk mengadakan penelitian, dan sebagainya; 2) faktor motif sosial, yaitu mengarah pada penyesuaian diri terhadap lingkungan agar dapat diterima

oleh lingkungannya atau kegiatan untuk memenuhi kebutuhan sosial, seperti: bekerja, mendapatkan status, perhatian dan penghargaan; (3) faktor emosional/perasaan, yaitu yang berhubungan dengan perasaan/emosi, dimana keberhasilan dalam melakukan aktivitas yang didorong oleh minat akan membawa rasa senang dan memperkuat minat yang ada, sementara kegagalan menghasilkan yang sebaliknya.

Pengetahuan didefinisikan sebagai segala sesuatu yang diketahui, atau segala sesuatu yang diketahui berkenaan dengan suatu hal (KBBI). Pengetahuan adalah informasi yang telah dikombinasikan dengan pemahaman dan potensi untuk menindaki; yang

lantas melekat di benak seseorang (Wikipedia). Menurut Kottler (2000), pengetahuan adalah suatu perubahan dalam perilaku suatu individu yang berasal dari pengalaman.

Pola perilaku yang dimiliki konsumen dipengaruhi oleh pengetahuan mereka. Dengan tingkat pengetahuan yang dimilikinya, konsumen dapat memproses informasi yang baru, membuat pertimbangan dan mengambil keputusan. Dalam menghadapi penawaran produk/jasa, informasi yang dimiliki konsumen mengenai produk/jasa akan mempengaruhi perilaku dalam pembelian produk/jasa. Peter dan Olson (1996) membagi pengetahuan menjadi tiga jenis

pengetahuan produk, yaitu: 1) pengetahuan tentang karakteristik atau atribut produk; 2) pengetahuan tentang manfaat produk, dan 3) pengetahuan tentang nilai/kepuasan yang diberikan oleh produk.

Perbankan syariah menawarkan produk yang berbeda dengan perbankan konvensional, terutama dari aspek tidak adanya riba, gharar dan praktik-praktik lain yang dilarang dalam Islam. Produk perbankan syariah adalah sesuatu yang relatif baru mengingat masyarakat sudah terlalu lama berada dalam sistem ekonomi konvensional sehingga prinsip-prinsip seperti *time value of money* dan sistem bunga dalam pinjaman begitu lekat dalam keseharian

masyarakat. Tidaklah mudah memperkenalkan sesuatu yang berbeda dari yang biasa dikenal. Namun demikian sosialisasi mengenai konsep dan produk perbankan terus dilaksanakan supaya masyarakat dapat mengetahui dengan jelas prinsip-prinsip serta bentuk produk yang ditawarkan oleh perbankan syariah.

Prinsip-prinsip dasar produk bank syariah yang diaplikasikan dalam kegiatan menghimpun dana (Produk pendanaan), antara lain: 1) Wadiah (*Depository*), titipan dari satu pihak kepada pihak lain, baik individu maupun badan hukum, yang harus dijaga dan dikembalikan setiap saat bila pemilik menghendaki;

2) Mudharabah Muthlaqah (*General Investment*), kerjasama antara dua pihak dimana pihak pertama menyediakan modal dan memberikan kewenangan penuh kepada pihak kedua dalam menentukan jenis dan tempat investasi, sedangkan keuntungan dan kerugian dibagi menurut kesepakatan bersama; 3) Mudharabah Muqayyadah, kerjasama antara dua pihak dimana pihak pertama menyediakan modal dan memberikan kewenangan terbatas kepada pihak kedua dalam menentukan jenis dan tempat investasi, sedangkan keuntungan dan kerugian dibagi menurut kesepakatan dimuka.

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

1) Murabahah (*Deferred Payment Sale*), Suatu perjanjian yang disepakati antar bank syariah dengan nasabah dimana bank menyediakan pembiayaan untuk pembelian bahan baku/modal kerja lainnya yang dibutuhkan nasabah yang akan dibayar kembali oleh nasabah sebesar harga jual (harga beli bank + margin keuntungan) pada waktu yang telah ditentukan; 2) Mudharabah (*Trust Financing, Trust Investment*), Kerjasama antara dua pihak dimana pihak pertama menyediakan modal sedangkan pihak kedua

mengelola dana dimana keuntungan dan kerugian dibagi bersama menurut kesepakatan dimuka; 3) Musyarakah (*Partnership, Project Financing Participation*), Perjanjian pembiayaan antara bank syariah dengan nasabah yang membutuhkan pembiayaan, dimana bank dan nasabah secara bersama membiayai suatu usaha/proyek yang juga dikelola secara bersama atas prinsip bagi hasil sesuai dengan penyertaan dimana keuntungan dan kerugian dibagi sesuai kesepakatan dimuka; 4) Salam (*In-front Payment Sale*), Pembiayaan jual beli dimana pembeli memberikan uang terlebih dahulu terhadap barang yang dibeli yang telah disebutkan

spesifikasinya dengan pengantaran kemudian; 5) Istishna (*Purchase by Order or Manufacture*), pembiayaan jual beli yang dilakukan bank dan nasabah dimana penjual (pihak bank) membuat barang yang dipesan oleh nasabah; 6) Ijarah (*Operational Lease*), perjanjian sewa yang memberikan kepada penyewa untuk memanfaatkan barang yang akan disewa dengan imbalan uang sewa sesuai dengan persetujuan dan setelah masa sewanya berakhir maka barang dikembalikan kepada pemilik, namun penyewa juga dapat memiliki barang yang disewa dengan pilihan pemindahan kepemilikan atas barang yang disewa dari pihak bank oleh pihak lain.

Adapun prinsip produk-produk syariah dalam penyelenggaraan jasa-jasa perbankan: 1) Kafalah (*Guaranty*), akad pemberian garansi/jaminan oleh pihak bank kepada nasabah untuk menjamin pelaksanaan proyek dan pemenuhan kewajiban tertentu oleh pihak yang dijamin; 2) Wakalah (*Deputyship*), Akad perwakilan antara kedua belah pihak (bank dan nasabah) dimana nasabah memberikan kuasa kepada bank untuk mewakili dirinya melakukan pekerjaan/jasa tertentu; 3) Hawalah (*Transfer Service*), Akad pemindahan piutang nasabah kepada bank untuk membantu nasabah mendapatkan modal tunai agar dapat melanjutkan produksinya

dan bank mendapat imbalan atas jasa pemindahan piutang tersebut; 4) Ar-Rahn (*Mortgage*), menahan salah satu harta milik nasabah yang memiliki nilai ekonomis sebagai jaminan atas pinjaman yang diterimanya 5) Al-Qardh (*Soft and Benevolent Loan*), pemberian harta kepada nasabah yang dapat ditagih atau diminta kembali atau dengan kata lain meminjamkan tanpa mengharapkan imbalan.

Orientasi religius didefinisikan sebagai cara seseorang dalam mempraktikkan keyakinan dan nilai-nilai agamanya dalam kehidupan sehari-hari (Allport & Ross, 1967; Batson & Ventis, 1982). Dua aspek orientasi religius yang paling banyak digunakan

dalam penelitian adalah orientasi intrinsik dan orientasi ekstrinsik. Individu dengan orientasi religius internal cenderung untuk menjalankan kehidupan sehari-harinya berdasarkan agamanya. Ia mengidentifikasikan agama sebagai sesuatu yang sangat mendasar dan menjadi tujuan hidupnya. Bagi individu dengan orientasi religius intrinsik, keyakinan pribadi akan kebenaran lebih penting dibandingkan aspek sosial dari agama. Komitmen terhadap keyakinan dan nilai-nilai agamanya sangat tinggi sehingga bersedia mengorbankan kepentingan pribadinya untuk mematuhi keyakinan dan nilai-nilai tersebut.

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

Kajian

Pengaruh pengetahuan tentang konsep perbankan syariah terhadap minat menjadi nasabah IMB FE UNY. Perbankan syariah menawarkan prinsip, konsep serta produk yang berbeda dari perbankan konvensional.

Sesuai dengan aturan Islam, uang adalah alat tukar dan bukan komoditas sehingga tidak diperbolehkan untuk memperjualbelikan atau menyewakan uang. Tidak ada sistem bunga dalam penghimpunan dana maupun pembiayaan, tetapi menggunakan prinsip bagi hasil. Prinsip keadilan, kesederajatan dan prinsip ketentraman digunakan sebagai prinsip dasar dalam hubungan antara bank dengan nasabah. Hal-hal tersebut mungkin terdengar agak asing bagi masyarakat sudah terlalu lama terjebak dalam sistem ekonomi konvensional. Prinsip bagi hasil seringkali disamakan dengan sistem bunga karena masyarakat melihat kesamaan dalam hal pembayaran

angsuran pinjaman yang lebih besar dari pokoknya, padahal dari segi prinsip dan akad sangatlah berbeda.

Perbankan syariah memiliki kewajiban untuk melakukan sosialisasi mengenai prinsip, konsep, dan produk perbankan syariah supaya masyarakat dapat mengetahui dengan perbedaan antara perbankan syariah dengan perbankan konvensional. Dengan mengetahui sekaligus memahami prinsip dan konsep perbankan syariah diharapkan masyarakat memiliki minat untuk beralih ke perbankan syariah. Demikian juga dalam kasus Islamic Mini Bank FE UNY, dengan memiliki pengetahuan tentang prinsip dan konsep perbankan syariah yang

memadai, calon nasabah, baik mahasiswa, dosen maupun karyawan di UNY, berminat menjadi nasabah IMB FE UNY.

Pengaruh pengetahuan tentang produk IMB terhadap minat menjadi nasabah IMB FE UNY. Produk-produk yang ditawarkan oleh perbankan syariah harus sesuai dengan prinsip dasar pengelolaan uang dalam Islam. Dalam hal penghimpunan dana misalnya, bank syariah dapat menggunakan prinsip titipan (*wadiah*) dan prinsip investasi (*mudharabah*) baik investasi yang bersifat wewenang penuh (*muthlaqah*) maupun terbatas (*muqayyadah*). Demikian pula dalam hal penyaluran dana/produk pembiayaan, bank syariah dapat

menggunakan prinsip pembiayaan modal kerja (muraabah), investasi (mudharabah), kerjasama (musyarakah), jual beli (salam dan istishna) ataupun sewa (ijarah). Dalam operasionalnya, *Islamic Mini Bank* FE UNY juga menawarkan produk-produk berbasis prinsip syariah yang bersifat menguntungkan pihak bank maupun nasabah. Produk simpanan yang diluncurkan antara lain simpanan Mandiri, Bright, Cendekia, dan simpanan Qurban Taqwa. Adapun produk pembiayaan yang dimiliki meliputi pembelian barang (laptop, sepeda motor, dll) serta pembiayaan usaha kecil. Dengan mendapatkan informasi yang jelas mengenai

produk-produk yang ditawarkan oleh *Islamic Mini Bank* diharapkan calon nasabah memiliki pengetahuan mengenai karakteristik produk, manfaat serta nilai yang bisa diberikan produk IMB kepada nasabah. Dengan pengetahuan terkait produk perbankan syariah tersebut, calon nasabah diharapkan memiliki minat menjadi nasabah IMB FE UNY.

Pengaruh orientasi religius terhadap minat menjadi nasabah IMB FE UNY. Orientasi religius merupakan cara seseorang dalam mempraktikkan keyakinan dan nilai-nilai agamanya dalam kehidupan sehari-hari (Allport & Ross, 1967; Batson & Ventis, 1982). Ada dua macam

orientasi yang muncul, yaitu orientasi intrinsik dan orientasi ekstrinsik. Individu dengan orientasi religius internal cenderung untuk menjalankan kehidupan sehari-harinya berdasarkan agamanya; agama dianggap sebagai hal paling mendasar dan menjadi tujuan hidupnya. Komitmen terhadap keyakinan dan nilai-nilai agamanya sangat tinggi sehingga bersedia mengorbankan kepentingan pribadinya untuk mematuhi keyakinan dan nilai-nilai tersebut. Individu dengan orientasi religius ekstrinsik lebih banyak dipengaruhi oleh keyakinan dan nilai-nilai eksternal/sosial dan berpartisipasi dalam aktivitas sosial untuk memenuhi

kebutuhan pribadinya, misal afiliasi sosial atau keuntungan pribadi (Allport & Ross, 1967). Agama cenderung digunakan sebagai alat untuk mencapai tujuan yang bersifat non keagamaan.

Seseorang dengan orientasi religious yang bersifat internal akan berusaha untuk menjalankan semua aspek kehidupannya sesuai dengan prinsip-prinsip Islam, termasuk dalam aktivitas ekonominya. Keberadaan perbankan syariah dan produk-produk yang ditawarkannya merupakan sebuah alternatif solusi untuk menjalankan aktivitas ekonomi sesuai dengan syariat Islam. Dengan begitu, orang yang berorientasi religious internal diharapkan menyambut baik

keberadaan perbankan syariah dan berminat menjadi nasabah bank syariah. Di sisi lain, seseorang yang berorientasi religious eksternal akan cenderung mempertimbangkan manfaat ekonomis yang akan diperolehnya ketika beralih ke perbankan syariah. Namun demikian, perbankan syariah saat ini mampu menawarkan manfaat ekonomis yang tidak kalah dengan perbankan konvensional. Dari sisi penghimpunan dana maupun pembiayaan, perbankan syariah mampu menawarkan produk yang kompetitif. Dengan demikian, orang yang berorientasi religious pun akan dapat menyadari manfaat produk dan jasa perbankan syariah sehingga bersedia

menjadi nasabah bank syariah. Hal ini juga diharapkan berlaku untuk IMB FE UNY.

Pengaruh pengetahuan tentang prinsip dan konsep perbankan syariah, pengaruh pengetahuan tentang produk IMB, serta pengaruh orientasi religius secara bersama-sama terhadap minat menjadi nasabah IMB FE UNY. Pengetahuan terhadap prinsip dan konsep perbankan syariah akan memberikan kepercayaan terhadap operasional perbankan syariah. Demikian pula dengan lebih detail mengenal produk dan jasa perbankan syariah yang sesuai dengan kebutuhannya, masyarakat akan lebih mudah untuk menerima perbankan syariah dan menimbulkan minat untuk

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

Pengaruh pengetahuan tentang prinsip dan konsep perbankan syariah terhadap minat menjadi nasabah IMB FE UNY. Hasil kajian menunjukkan bahwa pengetahuan tentang prinsip dan konsep perbankan syariah berpengaruh positif terhadap minat menjadi nasabah IMB FE UNY. Hal ini berarti bahwa semakin tinggi pengetahuan seseorang mengenai prinsip dan konsep perbankan syariah akan membuat kecenderungannya untuk menabung di IMB semakin kuat. Pengetahuan adalah suatu hal yang mendorong seseorang untuk membuat suatu keputusan.

Dengan mengetahui dan memahami prinsip dan konsep perbankan syariah, seseorang

akan mengetahui perbedaan antara perbankan konvensional dan perbankan syariah. Hal ini akan menjadi dasar yang kuat dalam memutuskan untuk menjadi nasabah IMB yang merupakan lembaga keuangan syariah. Hal ini juga didukung oleh fakta bahwa meskipun 83% responden memiliki *rekening* di bank umum konvensional, namun 50% persen responden juga memiliki rekening di bank umum syariah. Nampak adanya pergerakan dari pemanfaatan jasa perbankan konvensional menuju jasa perbankan syariah.

Pengaruh pengetahuan tentang produk IMB terhadap minat menjadi nasabah IMB FE UNY. Hasil kajian menunjukkan bahwa pengetahuan

tentang produk IMB berpengaruh positif terhadap minat menjadi nasabah IMB FE UNY. Dengan memiliki pengetahuan mengenai produk-produk yang ditawarkan oleh IMB, nasabah/calon nasabah dapat mengetahui karakteristik serta manfaat yang dimiliki oleh masing-masing produk yang ditawarkan. Kesesuaian antara karakteristik dan manfaat produk akan mendorong calon nasabah dalam memutuskan untuk menjadi nasabah sekaligus memilih produk yang dibutuhkannya.

Dengan demikian, IMB harus mampu melakukan sosialisasi produk-produknya (simpanan dan pembiayaan) dengan baik sehingga nasabah/calon nasabah memiliki pe-

ngetahuan yang memadai tentang produk-produk IMB. Hal ini juga seharusnya mendorong para pegawai IMB untuk menguasai karakteristik produknya dengan baik sehingga mampu memberikan penjelasan dan pelayanan yang memuaskan kepada nasabah/calon nasabah.

Pengaruh orientasi religius berpengaruh terhadap minat menjadi nasabah IMB FE UNY. Dalam kajian ini, orientasi religius tidak secara signifikan mempengaruhi minat untuk menjadi nasabah IMB. Dimungkinkan hal ini terjadi karena dorongan untuk menjadi nasabah IMB lebih disebabkan oleh hal-hal yang bersifat rasional, misalnya pertimbangan atas manfaat

yang diharapkan dari jasa yang ditawarkan IMB. Hal ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang menunjukkan terjadinya pergeseran terhadap minat terhadap perbankan syariah dari dorongan yang bersifat religius/keagamaan menjadi dorongan yang bersifat rasional. Seseorang menjadi nasabah bank syariah bukan hanya karena faktor keagamaan yaitu keinginan untuk bermuamalah sesuai syariah sebagai kewajiban seorang muslim, namun juga mempertimbangkan manfaat ekonomi yang akan diperolehnya dari pelayanan bank syariah.

Di Malaysia, banyak sekali orang non-muslim yang menjadi nasabah bank syariah

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

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

produk IMB, dan orientasi religius secara simultan terhadap minat menjadi nasabah IMB FE UNY sebesar 21,6%. Keputusan untuk menjadi nasabah IMB dipengaruhi oleh pengetahuan, baik pengetahuan tentang prinsip dan konsep perbankan syariah maupun pengetahuan tentang produk IMB. Pengetahuan mendorong seseorang untuk membuat suatu keputusan. IMB sebagai *learning center* hendaknya mengoptimalkan fungsi edukasi sehingga dapat memberikan pengetahuan dan pemahaman mengenai prinsip dan konsep perbankan syariah serta pengetahuan mengenai produk-produk IMB kepada segenap civitas akademika UNY sebagai nasabah/calon

nasabah IMB. Adapun terkait dengan orientasi religius, IMB seyogyanya tidak hanya menonjolkan aspek keagamaan saja, namun secara rasional menekankan pada manfaat sosial ekonomi dari produk dan aktivitas IMB.

Kesimpulan

Dari hasil kajian dan pembahasan dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut: 1) Pengetahuan tentang prinsip dan konsep perbankan syariah berpengaruh positif terhadap minat menjadi nasabah IMB FE UNY. Hal ini ditunjukkan oleh koefisien 0,317 dan signifikansi 0,045. Hasil ini menunjukkan H1 didukung; 2) Pengetahuan tentang produk IMB berpengaruh positif

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

signifikansi 0,045. Hasil ini menunjukkan H4 didukung.

Dari hasil pengujian dan pembahasan serta keterbatasan kajian ini maka penulis memberikan saran sebagai berikut: 1) IMB hendaknya mengoptimalkan fungsi edukasi sehingga dapat memberikan pengetahuan dan pemahaman mengenai prinsip-prinsip dan konsep perbankan syariah; 2) IMB melakukan program sosialisasi yang lebih luas terutama terkait produk-produk IMB kepada segenap civitas akademika UNY sebagai nasabah/calon nasabah IMB; 3) Selain menekankan pada aspek syariah, IMB seyogyanya secara rasional juga menekankan pada manfaat sosial ekonomi dari produk dan

aktivitas IMB; 4) Untuk pengkaji selanjutnya selain mengambil sampel dari nasabah IMB, sebaiknya juga mengambil sampel dari non-nasabah agar dapat dilakukan perbandingan dan analisis lebih lanjut mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi minat menjadi nasabah IMB secara lebih komprehensif.

Daftar Pustaka

Author (NA). *Mengukur tingkat pengetahuan masyarakat terhadap perbankan syariah*. Diakses pada 10 April 2014.
<http://reiyslbs.wordpress.com/2013/05/20/mengukur-tingkat-pengetahuan->

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

 direct.com) [Accessed:
 06/04/2011]

Biodata

Isroah, M.Si adalah Dosen di Jurusan Pendidikan Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta. Bidang Keahlian adalah Perpajakan.

Amanita Novi Yushita, M.Si. adalah Dosen di Jurusan Pendidikan Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta. Bidang Keahlian adalah Perbankan.

Mimin Nur Aisyah, M.Sc. adalah Dosen di Jurusan Pendidikan Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta. Bidang Keahlian adalah Akuntansi Manajemen

RAMBU-RAMBU TEKNIS PENULISAN

JURNAL EFISIENSI – KAJIAN ILMU ADMINISTRASI

1. Tulisan merupakan suatu kajian ilmiah tentang hasil penelitian dalam bidang administrasi, kajian permasalahan tentang administrasi, dan hasil studi pustaka/pemikiran dan belum pernah dipublikasikan pada media lain baik cetak maupun *online*.
2. Tulisan dari hasil penelitian disusun dengan sistematika ilmiah mencakup unsur-unsur sebagai berikut: Judul, Abstrak, Pendahuluan, Metode, Hasil, Pembahasan, Kesimpulan, Referensi, Ucapan Terima Kasih, dan Profil Penulis. (*download template pada laman jurnal*)
3. Tulisan dari hasil pemikiran dan kajian tentang permasalahan administrasi disusun dengan sistematika ilmiah mencakup unsur-unsur sebagai berikut: Judul, Abstrak, Pendahuluan, Pembahasan, Kesimpulan, Referensi, dan Profil Penulis. (*download template pada laman jurnal*)
4. Judul tulisan dibuat secara singkat namun menggambarkan substansi isi, sebaiknya tidak lebih dari sepuluh kata.
5. Nama penulis dan alamat dicantumkan di bawah judul, tanpa gelar.
6. Abstrak yang menggambarkan intisari keseluruhan isi tulisan, disusun secara naratif, kurang lebih 100 kata, diketik satu spasi. Dibawah abstrak ditulis kata kunci.
7. Penunjukan sumber acuan dilakukan dengan cara sebagai berikut:

- a. Azhar Kasirn (1998: 3) menyatakan bahwa ...
 - b. Senada dengan pendapat Azhar Kasim (1998: 4) bahwa ...
 - c. ... dikemukakan pula oleh Kristiadi (Azhar Kasim, 1998: 4) kebijakan swastanisasi merupakan ...
8. Penulisan daftar pustaka:
 - a. Azhar Kasim. (nama, tahun, halaman). *Pengukuran Efektivitas dalam Organisasi*. Jakarta: Lembaga Penerbit FEUI & PusatAntar Universitas Ilmu-ilmu Sosial.
 - b. March, J.G. dan J.P.Olsen (ed). 1990. *Ambiguity and Choice in Organization*. Oslo Universitetsforlaget.
 9. Profil penulis ditulis dalam narasi, memuat nama lengkap, gelar, tempat dan tanggal lahir, pendidikan terakhir, nama lembaga dan karya ilmiah yang relevan dengan masalah yang dibahas.
 10. Panjang tulisan 10 sampai 15 halaman kuarto ketik spasi ganda (MS Word, Arial 10), diterima redaksi dalam bentuk *print-out* dua eksemplar dan CD (*soft file*).

EFISIENSI

KAJIAN ILMU ADMINISTRASI

Volume XIV, Nomor 1, Februari 2016

ISSN: 1412-1131

Program Studi Pendidikan Administrasi Perkantoran
Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta

Alamat: Karangmalang Yogyakarta, 55281, Telp. (0274) 586168 Ext. 583 Fax. (0274) 554902
Website Prodi : <http://journal.uny.ac.id/index.php/efisiensi> | E-mail Prodi: efisiensi@uny.ac.id