

## Pengaruh Literasi Keuangan Syariah dan *Shariah Governance* Terhadap Keputusan Mahasiswa dalam Menggunakan Jasa Perbankan Syariah

**Siti Homisyah Ruwaiddah**

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Syarifuddin Lumajang, Indonesia  
e-mail: [skhomisyah@gmail.com](mailto:skhomisyah@gmail.com)

### **Abstrak:**

Rendahnya *market share* perbankan syariah (5,95%) atas perbankan nasional salah satunya adalah disebabkan oleh rendahnya literasi keuangan syariah masyarakat, khususnya sektor perbankan syariah. Permasalahan dalam penelitian ini yaitu antara literasi keuangan syariah dengan inklusi keuangan syariah, apakah benar ada pengaruh positif atau sebaliknya yaitu pengaruh negatif. Selain itu, permasalahan yang berkaitan dengan penerapan prinsip-prinsip syariah (*shariah governance*) pada bank syariah, adakah pengaruh antara *shariah governance* terhadap inklusi keuangan syariah ataukah tidak terdapat pengaruh. Sehingga masyarakat menggunakan jasa keuangan syariah bukan atas dasar literasi yang dimiliki ataupun memperhatikan penerapan *shariah governance*.

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif, yang terdiri dari variabel independen (pengambilan keputusan) dan variabel dependen (literasi keuangan syariah dan *shariah governance*). Metode yang digunakan dalam pengambilan sampel yaitu *Convinience sampling* yaitu penentuan sampel berdasarkan kebetulan bertemu dengan peneliti yang dipandang cocok dan mau dijadikan sebagai sumber data.

Hasil penelitian menunjukkan pada uji t (parsial) satu variabel berpengaruh signifikan yakni literasi keuangan syariah dengan nilai  $T_{hitung} = 2,436 > T_{tabel} = 1,990$ . Dan berpengaruh simultan terhadap keputusan mahasiswa  $F_{hitung} = 3,469 > F_{tabel} = 3,12$ . Nilai *R-Square* sebesar 0,060% keterpengaruhannya literasi keuangan syariah dan *shariah governance* terhadap keputusan mahasiswa didominasi oleh variabel literasi keuangan syariah, dibuktikan dengan nilai koefisien regresi literasi keuangan syariah sebesar 0,222.

**Kata Kunci:** *Multi Level Marketing*, Kebebasan Finansial

### **1. Pendahuluan**

Pangsa pasar adalah persentase dari kategori produk atau layanan tertentu yang dikeluarkan oleh perusahaan dalam kategori yang sama di pasar secara keseluruhan.<sup>1</sup> Pada Juni 2019,

pengembangan pangsa pasar keuangan Islam mencapai 8,29%, penurunan yang signifikan dari 8,50% pada 2018. Hal ini disebabkan oleh penurunan pangsa pasar keuangan syariah, yang didorong oleh beberapa sektor, yaitu sektor pasar modal syariah, industri keuangan Islam dan perbankan syariah. Dilihat dari pangsa pasar industri perbankan syariah, ketiga faktor ini telah mengalami pertumbuhan

<sup>1</sup> Thorik Gumara, *Marketing Muhammad* “Strategi Andal dan Jitu Praktik Bisnis Nabi muhammad SAW”, Bandung,Masania Prim, 2007, 31

yang signifikan, tetapi industri perbankan syariah lebih akrab atau dikenal masyarakat.<sup>2</sup>

Industri perbankan Syariah Indonesia telah menunjukkan perkembangan positif, termasuk pertumbuhan aset yang tinggi, pembayaran yang disalurkan (PYD) dan dana pihak ketiga (DPK). Pada tahun 2019, pangsa pasar perbankan syariah Islam mengalami penurunan sebesar 3,33% dari tahun sebelumnya. Pada Juni 2019, pangsa pasar perbankan syariah menyumbang 5,95% dari industri perbankan nasional, atau memiliki aset Rp. 499,34 triliun.<sup>3</sup>

Meskipun pangsa pasar industri keuangan Islam telah mencapai 8,29%, dibandingkan dengan model pangsa industri keuangan tradisional, jumlah ini relatif kecil. Ini berarti bahwa industri keuangan didominasi oleh industri keuangan tradisional. Rendahnya pangsa pasar industri keuangan Islam disebabkan oleh berbagai faktor, termasuk tingkat pengetahuan keuangan publik yang rendah, terutama keuangan Islam.

Organisasi untuk Kerja Sama dan Pengembangan Ekonomi (OECD, 2016) mendefinisikan pengetahuan keuangan sebagai pemahaman tentang konsep dan risiko keuangan, serta keterampilan, motivasi dan kepercayaan diri untuk menggunakan pengetahuan dan pemahaman mereka untuk membuat keputusan keuangan yang efektif. Kesejahteraan ekonomi (kesejahteraan finansial) untuk individu dan masyarakat, dan partisipasi dalam bidang ekonomi.<sup>4</sup>

Remund (2010) menunjukkan bahwa literasi keuangan adalah ukuran

pemahaman seseorang tentang konsep keuangan, dan memiliki kemampuan dan kepercayaan diri untuk mengelola keuangan pribadi melalui keputusan jangka pendek yang tepat, rencana keuangan jangka panjang, dan perhatian pada peristiwa dan kondisi ekonomi. Huston (2010) mengatakan bahwa pengetahuan keuangan mencakup pengetahuan tentang instrumen keuangan dan penerapannya dalam bisnis dan kehidupan.

Indeks tingkat pengetahuan keuangan publik Indonesia mencapai 29,66%, sedangkan tingkat pengetahuan keuangan Islam hanya 8,11%. Indeks pengetahuan keuangan masing-masing sektor juga sangat rendah. Sektor perbankan syariah adalah 6,63%, sektor pasar modal syariah adalah 0,02%, dan sektor asuransi syariah 2,51%. Rendahnya pengetahuan keuangan syariah akan mempengaruhi penggunaan dan pemanfaatan jasa keuangan syariah, yang mengarah pada pangsa pasar industri keuangan syariah, khususnya perbankan syariah lebih rendah dari perbankan tradisional.<sup>5</sup>

Rencana pengembangan literasi keuangan Syariah sebenarnya merupakan upaya strategis untuk mendukung pemerintah (OJK) dalam mencapai rencana nasional untuk pembangunan dan peningkatan literasi keuangan yang diprakarsai oleh Presiden Soesilo Bambang Yudoyono pada akhir 2013. Tujuan dari Rencana Pengembangan Literasi Keuangan Islam adalah untuk memperluas dan meningkatkan pengetahuan, pemahaman, dan partisipasi publik dalam penggunaan produk dan layanan keuangan Islam. Literasi keuangan Islam tidak hanya diharapkan untuk meningkatkan pengetahuan publik, tetapi juga dapat mengubah perilaku

<sup>2</sup> Otoritas Jasa Keuangan (OJK), Snapshot Perbankan Syariah 2018&2019.

<sup>3</sup> Otoritas Jasa Keuangan (OJK), Snapshot Perbankan Syariah 2018&2019.

<sup>4</sup> Otoritas Jasa Keuangan (OJK), Survey Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan Revisi 2017, 16

<sup>5</sup> Otoritas Jasa Keuangan (OJK), *Survey Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan Revisi 2017*, 16

masyarakat dalam mengelola keuangan dengan lebih baik, dan mampu dan cerdas dalam memilih investasi halal dan menguntungkan, yang dapat mencegah orang mengikuti komunitas besar yang sering terjadi investasi bodong.<sup>6</sup>

Diharapkan bahwa kekuatan pendorong (pergerakan) literasi keuangan syariah akan memungkinkan masyarakat untuk memahami lembaga layanan keuangan Islam dan produk dan layanan keuangan Islam, termasuk fungsi, manfaat dan risiko, hak dan kewajiban yang terkait dengan produk dan layanan keuangan Islam, dan memiliki hak untuk menggunakan produk dan layanan.<sup>7</sup> Selain itu, Kampanye Literasi Keuangan Islam (harakah al-wa'iyah lil muamalah al-maliyah) diharapkan dapat mendorong penggunaan produk dan layanan keuangan yang lebih besar sesuai dengan kebutuhan komunitas Muslim, terutama masyarakat Indonesia. Ini akan mendorong industri jasa keuangan syariah untuk meningkatkan pendidikan publik dan secara aktif mengembangkan produk keuangan syariah berdasarkan perubahan kebutuhan masyarakat.<sup>8</sup>

Survei Nasional Literasi Keuangan yang dilakukan oleh OJK pada tahun 2013 menunjukkan adanya hubungan erat antara literasi keuangan dengan kemampuan seseorang untuk memanfaatkan produk dan layanan jasa keuangan. Survei menunjukkan bahwa semakin tinggi literasi keuangan seseorang, maka semakin besar pula tingkat pemanfaatan produk dan layanan jasa keuangannya. Pengujian statistik dengan menggunakan data hasil Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan tahun 2016, juga memberikan hasil yang sama yaitu adanya korelasi positif antara literasi

<sup>6</sup> Agustianto, *Membangun Literasi Keuangan Syariah* (Bagian 2)

<sup>7</sup>Agustianto, *Membangun Literasi* (Bagian 2)

<sup>8</sup> Agustianto, *Membangun Literasi Keuangan Syariah*(Bagian 2)

keuangan dengan inklusi keuangan baik pada industri jasa keuangan konvensional maupun syariah. Namun, hasil pengujian tersebut menunjukkan bahwa korelasi literasi keuangan dengan inklusi keuangan syariah relatif lebih lemah dibandingkan dengan korelasi antara literasi keuangan dan inklusi keuangan konvensional. Artinya, belum tentu masyarakat dengan literasi keuangan syariah yang baik akan menggunakan produk dan layanan jasa keuangan syariah.<sup>9</sup> Rata-rata indeks inklusi keuangan syariah (11,1%) lebih tinggi dibandingkan indeks literasi keuangan syariah (8,1%), artinya masyarakat menggunakan produk dan layanan jasa keuangan syariah tersebut.<sup>10</sup>

Selain faktor literasi keuangan Syariah, ada faktor-faktor lain yang menghambat pencapaian pangsa bank syariah, termasuk: (1) kurangnya pemahaman tentang bisnis perbankan Syariah di masyarakat; (2) kualitas sumber daya yang terbatas; (3) kualitas sumber daya yang terbatas; ) Produk ini kurang inovatif berdasarkan hukum Syariah. Selain itu, tata kelola perusahaan yang baik (GCG) yang belum diterapkan di industri perbankan syariah juga telah mempengaruhi realisasi pangsa pasar.

Diskusi tentang tata kelola perusahaan yang baik (good governance) dimulai dengan pemisahan antara pelaku (pemilik) dan agen (manajer) di perusahaan modern.Untuk memecahkan masalah keagenan secara efektif antara pemilik, manajer, dan pemangku kepentingan lainnya, diperlukan pengendalian tata kelola yang efektif.<sup>11</sup>

Cadbury dalam Niki (Niki:2016) mengungkapkan adanya corporate governance akan membawa pada

<sup>9</sup> Agustianto, *Membangun Literasi* (Bagian 2)

<sup>10</sup> Otoritas Jasa Keuangan (OJK), *Survey Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan Revisi 2017*, 13

<sup>11</sup>Rusdiyanto dkk, *Board of Sharia Supervisory dan Good Corporate Governance pada Perbankan Syariah*, PT. Refika Aditama:Bandung, 1

implikasi dari sisi ekonomi dan kesejahteraan social. Setidaknya dengan diterapkannya corporate governance akan tersedia insentif dan ukuran kinerja yang jelas dalam meraih tujuan perusahaan dan adanya mekanisme untuk penilaian akuntabilitas dan transparansi dalam memastikan bahwa peningkatan kesejahteraan lahir sebagai akibat dari peningkatan nilai perusahaan yang telah didistribusikan secara merata.

*Good corporate governance* (tata kelola yang baik) tidak terlepas adanya keinginan agar perusahaan dapat berjalan dengan baik, efisien serta mendapatkan output yang memuaskan. semua mekanisme berjalan dengan baik mulai dari top manajemen sampai level bawah, tercermin pada adanya aturan yang menjamin terlaksananya tugas pokok dan fungsi masing-masing serta dilaksanakannya tugas tersebut sehingga tercipta suasana kerja yang baik pula. Sementara disisi yang lain, perusahaan juga menampakkan pengaruh di masyarakat (*stakeholders*) sebagai perusahaan yang tumbuh dan memberikan banyak manfaat sebagai imbas dari pelaksanaan praktik yang sehat atau tata kelola yang baik.<sup>12</sup>

Perkembangan insudtri keuangan syariah khusunya sector perbankan tentunya membutuhkan system tata kelola perusahaan yang dapat menjamin tercapainya tujuan-tujuan perusahaan. System tata kelola lembaga keuangan syariah tentunya memiliki pendekatan yang berbeda dengan system tata kelola perbankan pada umumnya. Hal ini disebabkan adanya keharusan bagi lembaga keuangan syariah untuk memastikan terlaksananya prinsip-prinsip syariah pada seluruh produk, instrument, operasi, praktik dan manajemen perbankan syariah. Perbankan syariah sebagai salah satu lembaga keuangan juga

dituntut untuk melaksanakan *Good Corporate Governance* dalam operasionalnya.

Adapun teori yang digunakan adalah *agency theory* dimana ada perbedaan kepentingan antara *principal* dengan *agent* (pengelola). Agent yang dipilih diharapkan dapat bekerja bagi kepentingan pemilik modal namun dalam perjalannya *agent* juga memiliki kepentingan tersendiri (Fama & Jensen: 1983). Untuk perbankan syariah ada karakteristik yang berbeda, sehingga dapat menggunakan teori agency juga, namun dengan sudut pandang baru. Perbedaan karakteristik antara perusahaan pada umumnya dengan perbankan syariah, adalah adanya ketundukan syariah yang akan menjembatani kepentingan pemilik dan agen serta stakeholder lainnya (Safieddine: 2009)<sup>13</sup>

Selain itu, hasil penelitian IRTI menunjukkan bahwa GCG belum diterapkan dengan baik di perbankan syariah di berbagai negara. Penerapan GCG telah terbukti dalam studi yang dilakukan oleh beberapa lembaga keuangan Islam di dunia Muslim, dan studi ini dapat meningkatkan reputasi dan kepercayaan publik terhadap bank-bank Islam. Capra mengatakan bahwa kegagalan untuk mematuhi hukum Islam akan mengakibatkan transfer pelanggan ke bank lain mencapai 85%. Oleh karena itu, untuk meningkatkan reputasi dan kepercayaan bank-bank Islam dan melindungi kepentingan para pemangku kepentingan, untuk membangun sistem perbankan Islam Islam yang sehat dan dapat dipercaya, prinsip-prinsip GCG dalam Islam harus diadopsi.

Perbedaan implementasi *GCG* pada perbankan syariah dan konvensional terletak pada *shariah compliance*, yaitu kepatuhan pada syariah. Sedangkan prinsip-prinsip transparansi, kejujuran,

<sup>12</sup> Rusdiyanto dkk, *Board of Sharia Supervisory dan 2*

<sup>13</sup> Rusdiyanto dkk, *Board of Sharia Supervisory dan Good Corporate Governance Governance pada Perbankan Syariah*, PT. Refika Aditama: Bandung, 2

kehati-hatian, dan kedisiplinan merupakan prinsip universal yang juga terdapat dalam aturan GCG konvensional. Hasil penelitian Idat menunjukkan bahwa terjadi penurunan kepatuhan Bank Syariah terhadap prinsip syariah.<sup>14</sup> Berdasarkan survei dan penelitian mengenai preferensi masyarakat yang dilakukan oleh Bank Indonesia bekerja sama dengan lembaga penelitian perguruan tinggi, ditemukan adanya keraguan masyarakat terhadap kepatuhan syariah oleh Bank Syariah. Komplain yang sering muncul adalah aspek pemenuhan kepatuhan terhadap prinsip-prinsip syariah (*shariah compliance*).

Salah satu pilar penting pengembangan bank syariah adalah untuk mematuhi hukum syariah, yang merupakan perbedaan utama antara bank syariah dan bank tradisional. Hasil utama dari studi Bank Indonesia menunjukkan bahwa beberapa pelanggan yang menggunakan layanan perbankan syariah cenderung berhenti menjadi pelanggan, terutama karena keraguan tentang penerapan prinsip-prinsip Syariah. Pelanggan sering mempertanyakan kepatuhan bank terhadap standar Syariah, yang menyiratkan bahwa perbankan Syariah sejauh ini hanya memberi sedikit perhatian pada ajaran Islam. Bahkan, reputasi bank syariah dan kepercayaan publik terhadap bank syariah akan berdampak pada kesetiaan publik menggunakan layanan perbankan syariah. Meningkatkan reputasi dan kepercayaan pelanggan dapat digunakan sebagai indikator keberhasilan pengembangan bank syariah, dan juga dapat digunakan sebagai prediksi keberhasilan pengembangan bank syariah di masa

depan untuk meningkatkan pangsa pasarnya.<sup>15</sup>

Dalam teori ekonomi, mengatakan bahwa manusia adalah makhluk ekonomi, selama kemampuan keuangan mereka memungkinkan, mereka akan selalu berusaha untuk memaksimalkan kepuasan mereka, sehingga tujuan pengambilan keputusan adalah apa yang ingin dicapai semua orang, salah satunya adalah untuk mencapai kepuasan mereka sendiri.

Demikian pula, ketika menggunakan produk dan layanan perbankan syariah, setiap anggota (pelanggan / konsumen) harus memiliki alasan untuk memutuskan produk dan layanan mana yang akan mereka pilih untuk memenuhi kebutuhan mereka. Pengambilan keputusan adalah tindakan yang dilakukan konsumen ketika memutuskan untuk menggunakan dua barang / jasa yang paling menguntungkan dan memilih sesuai dengan kebutuhan mereka. Anggota dapat membuat salah satu dari beberapa pilihan produk yang ada dari pernyataan ini.

Pengambilan keputusan dapat diartikan sebagai memilih dan menentukan satu yang dianggap paling menguntungkan dari beberapa opsi.<sup>16</sup> Philip Kotler dan Armstrong percaya bahwa esensi pengambilan keputusan adalah secara sistematis menekankan esensi masalah, mengumpulkan fakta dan data, menentukan kematangan alternatif, dan mengambil tindakan berdasarkan hasil perhitungan adalah tindakan yang paling

---

<sup>14</sup>Dhani Gunawan Idat, "Trend Bank Syariah: Penurunan Terhadap Kepatuhan Prinsip Syariah," *Media Akuntansi*, Edisi 33 (Mei 2002 ), 30-31.

<sup>15</sup>Rahman El-Junusi, "Implementasi Syariah Governance serta Implikasinya terhadap Reputasi dan Keperayaan Bank Syariah", 2018, IAIN Walisongo, Semarang, 7

<sup>16</sup>Siswanto, *Pengantar Manajemen*(Jakarta: PT Bumi Aksara, 2005), 171.

tepat.<sup>17</sup> Dalam proses pengambilan keputusan, ada beberapa tahap, termasuk pengenalan permintaan, evaluasi alternatif, keputusan pembelian dan perilaku pasca pembelian.

Dalam proses pengambilan keputusan menggunakan produk dan layanan, ada beberapa faktor yang mempengaruhi atau mendukung perilaku masyarakat. Faktor-faktor ini juga meliputi: (1) budaya, termasuk budaya, subkultur, dan kelas sosial; (2) masyarakat, termasuk kelompok, keluarga, peran, dan status; (3) individu, termasuk usia dan tahapan siklus hidup, pekerjaan, dan status ekonomi, gaya hidup, kepribadian dan konsep diri; (4) Psikologi, termasuk motivasi, pendapat, pengetahuan, kepercayaan dan sikap.<sup>18</sup>

Organisasi untuk Kerjasama Ekonomi dan Pengembangan (OECD) (2006) menjelaskan bahwa tanpa pengetahuan keuangan yang memadai, individu tidak akan dapat memilih produk tabungan atau investasi yang cocok untuk diri mereka sendiri dan mungkin berisiko penipuan.<sup>19</sup>

Dalam sebuah studi yang dilakukan oleh Ananggadipa Abhimantra, Andisa Rahmi Maulina dan Eka Agustianingsih, "analisis faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan Nasabah (mahasiswa) untuk memilih tabungan bank syariah" menyimpulkan bahwa faktor-faktor seperti pengetahuan, kepercayaan agama, produk, reputasi, dan layanan Bank memiliki efek positif pada keputusan untuk memilih menabung di bank syariah, meskipun dampaknya tidak signifikan. Nilai R-squared yang

<sup>17</sup>Philip Kotler dan Armstrong, *Prinsip-prinsip Pemasaran Edisi Dua Belas Jilid 1*(Jakarta: Erlangga, 2008), 167

<sup>18</sup>Philip Kotler dan Armstrong, *Prinsip-prinsip Pemasaran Edisi Dua Belas Jilid 1*(Jakarta: Erlangga, 2008), 223

<sup>19</sup>Otoritas Jasa Keuangan (OJK), *Survey Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan Revisi 2017*,17

disesuaikan sebesar 45,5% membuktikan ini. Produk memiliki pengaruh terbesar, diikuti oleh keyakinan agama, reputasi, layanan dan pengetahuan.<sup>20</sup>

Dengan berfokus pada arah variabel yang direncanakan "Strategi Nasional Literasi Keuangan Indonesia Revisi" yang dirancang oleh Otoritas Jasa Keuangan 2017 (OJK), literasi keuangan Syariah dan tata kelola perusahaan yang baik akan ditingkatkan dalam bentuk implementasi Syariah (Teori dan implementasi Indonesia) Dalam bentuknya, penulis ingin mempelajari dampak dari implementasi rencana pada peningkatan literasi keuangan Islam dan tata kelola hukum Islam di Indonesia melalui mahasiswa di Institut Agama Islam (IAI) Syarifuddin Lumajang, khususnya Program Studi Ekonomi Syariah.

Untuk penelitian yang dilakukan oleh penulis, yakni dilaksanakan di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) yang mana sasaran penelitian ini adalah mahasiswa aktif FEBI angkatan 2016 dan 2017. Alasan mengapa memilih angkatan tersebut, yaitu telah selesai menempuh mata kuliah perbankan syariah dan manajemen keuangan syariah yang menjadi acuan penulis untuk judul skripsi "Pengaruh Literasi Keuangan Syariah dan *Shariah Governance* Terhadap Keputusan Mahasiswa Dalam Menggunakan Jasa Perbankan Syariah (Studi Kasus Pada Mahasiswa Program Studi Ekonomi Syariah IAI Syarifuddin Lumajang).

Istilah Literasi Keuangan Syariah Menurut Peraturan Otoritas Jasa Keuangan (POJK) No. 76 / POJK.07 / 2016, peraturan ini melibatkan peningkatan literasi keuangan dan memasukkan pengambilan keputusan

<sup>20</sup>Abhimantra dkk, "Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah (Mahasiswa) dalam Memilih Menabung pada Bank Syariah", Proceeding PESAT (Psikologi, Ekonomi, Sastra, Arsitektur & Teknik Sipil) Vol. 5 Oktober 2013 Bandung, 8-9 Oktober 2013 ISSN: 1858-2559

industri konsumen dan / atau industri jasa keuangan masyarakat dan manajemen keuangan untuk mencapai kesejahteraan.<sup>21</sup>Organisasi untuk Kerja Sama dan Pengembangan Ekonomi (OECD, 2016) mendefinisikan pengetahuan keuangan sebagai pemahaman dan pemahaman tentang konsep dan risiko keuangan, serta keterampilan, motivasi dan kepercayaan diri untuk menggunakan pengetahuan dan pemahaman mereka untuk membuat keputusan keuangan yang efektif. Kesejahteraan ekonomi (kesejahteraan finansial) untuk individu dan masyarakat, dan partisipasi dalam bidang ekonomi.<sup>22</sup>

Carpena et al. (2011) menunjukkan bahwa pengetahuan keuangan memiliki 3 (tiga) dimensi, yaitu (1) keterampilan komputasi, (2) pemahaman keuangan dasar dan (3) sikap terhadap pengambilan keputusan keuangan, dan Willis (2008) menunjukkan Latar belakang pengetahuan keuangan meliputi pengetahuan, pendidikan dan informasi tentang keuangan dan sumber-sumbernya, bank, deposito, kredit, asuransi dan perpajakan.<sup>23</sup>

Kemudian, pengetahuan keuangan yang dimiliki oleh seseorang akan berkembang menjadi keterampilan keuangan, di mana keterampilan keuangan itu sendiri adalah kemampuan untuk menerapkan pengetahuan keuangan yang dimiliki oleh mereka untuk kehidupan sehari-hari (Palameta et al., 2016). Cukup efektif terkait dengan sumber daya keuangan dan ekonomi (Kurihara, 2013).

<sup>21</sup> Salinan Peraturan Otoritas Jasa Keuangan Nomor 76/ POJK.07/2016 Tentang Peningkatan Literasi Dan Inklusi Keuangan Di Sektor Jasa Keuangan Bagi Konsumen Dan/Atau Masyarakat

<sup>22</sup>Otoritas Jasa Keuangan (OJK), *Survey Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan Revisi 2017*, 16

<sup>23</sup>Otoritas Jasa Keuangan (OJK), *Survey Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan Revisi 2017*, 16

Masyarakat diharapkan dapat memiliki keyakinan terhadap lembaga jasa keuangan serta produk dan layanannya setelah memiliki pengetahuan dan keterampilan yang memadai.Tidak hanya terhadap industri jasa keuangan, keyakinan terhadap kemampuan juga harus dimiliki masing-masing individu.Keyakinan tersebut termasuk keyakinan dalam melaksanakan aktivitas keuangan seperti mencatat rencana investasi dan pengeluaran, menyusun rencana anggaran, dan sebagainya (Tustin, 2010).<sup>24</sup>

Pengetahuan, keterampilan, dan keyakinan finansial yang dimiliki oleh individu akan memengaruhi sikap dan perilaku finansial, dan peningkatan pengetahuan yang dimiliki oleh individu akan memengaruhi partisipasi aktif dalam aktivitas terkait keuangan dan perilaku finansial yang lebih aktif dari individu tersebut. Selain itu, dibandingkan dengan orang-orang dengan sikap keuangan dalam jangka pendek, hubungan antara perilaku dan sikap orang-orang dengan sikap positif dalam jangka panjang dapat menunjukkan perilaku keuangan yang lebih baik (Atkinson & Messy, 2012).<sup>25</sup>

Berbagai penelitian telah menunjukkan bahwa literasi keuangan memiliki peran strategis dalam meningkatkan kemampuan manajemen keuangan pribadi; Modigliani dan Brumberg (1954) dan Friedman (1957) dari Lusardi & Mitchell (2014) menjelaskan bahwa konsumen dapat mengelola tabungan dan pengeluaran dengan sebaik-baiknya, sehingga sambil memberikan penghasilan, hidupnya. Studi lain yang dilakukan oleh Lusardi & Mitchell (2007) menyimpulkan bahwa rumah tangga dengan tingkat pengetahuan keuangan yang rendah

<sup>24</sup> Otoritas Jasa Keuangan (OJK), *Survey Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan Revisi 2017*, 16

<sup>25</sup>Otoritas Jasa Keuangan (OJK), *Survey Nasional Literasi*, 16

sering tidak berencana untuk pensiun dan memiliki aset yang rendah. Adams dan Rau (2011) menekankan bahwa literasi keuangan memainkan peran penting dalam persiapan pensiun. Penelitian menunjukkan bahwa memahami prinsip-prinsip dasar tabungan (seperti bunga majemuk) memiliki dampak langsung pada persiapan keuangan untuk lansia. Boon et al. (2011) juga menemukan bahwa orang dengan pengetahuan keuangan lebih mampu melaksanakan perencanaan keuangan pribadi. Dalam penelitian lain, Carpina et al. (2011) menemukan bahwa pendidikan keuangan mempengaruhi pengetahuan dan sikap masyarakat tentang produk keuangan dan penggunaan berbagai alat perencanaan keuangan yang tersedia.<sup>26</sup>

OECD (OECD, 2006) menjelaskan bahwa tanpa pengetahuan keuangan yang memadai, individu tidak akan dapat memilih produk tabungan atau investasi yang cocok untuk diri mereka sendiri dan cenderung terkena risiko penipuan. Peneliti Bank Dunia, Xu dan Zia (2012) menemukan bahwa di negara maju, tingkat pengetahuan keuangan terkait dengan perencanaan pensiun dan kebiasaan investasi yang lebih kompleks.<sup>27</sup>

Literasi keuangan adalah terjemahan dari financial literacy yang artinya melek keuangan. Menurut buku pedoman Strategi Nasional Literasi Keuangan Indonesia (OJK, 2013), yang dimaksud dengan literasi keuangan adalah “Rangkaian proses atau aktivitas untuk meningkatkan pengetahuan (*knowledge*), Keyakinan (*Confidence*) dan Keterampilan (*Skill*) konsumen dan masyarakat luas

sehingga mereka mampu mengelola keuangan yang lebih baik.”<sup>28</sup>

Dapat disimpulkan dari berbagai dokumen ini bahwa pengetahuan keuangan telah menjadi keterampilan hidup setiap orang, sehingga mereka dapat merencanakan dan mengelola keuangan dengan baik untuk mencapai kesejahteraan.<sup>29</sup>

Pengetahuan Keuangan Islam adalah kegiatan yang dirancang untuk meningkatkan pengetahuan, kepercayaan, dan keterampilan konsumen dan seluruh masyarakat untuk mengelola keuangan berbasis keuangan Islam dengan lebih baik. Dalam pengertian ini, dapat dikatakan bahwa pengetahuan publik tentang keuangan Islam memungkinkan setiap orang untuk mengelola hak keuangan mereka dalam hal pendapatan dan pengeluaran secara bijak dan sesuai dengan prinsip-prinsip ajaran Islam, yaitu, untuk menghapus unsur-unsur seperti riba, gharar dan maysir.<sup>30</sup>

Literasi keuangan Islam, yang membedakan dari literasi keuangan tradisional, adalah prinsip pembagian keuntungan, tidak hanya pembagian keuntungan, tetapi juga pembagian kerugian. Mengelolanya dapat membawa kemakmuran atau menghindari kemiskinan.<sup>31</sup>

Ada 3 indikator dalam literasi keuangan syariah yaitu pengetahuan, kemampuan, dan keyakinan. Adapun pemaparan dari indikator yang pertama yakni pengetahuan. Notoatmodjo (2007) mengemukakan bahwa pengetahuan adalah hasil dari pemahaman manusia,

<sup>26</sup> Otoritas Jasa Keuangan (OJK), *Survey Nasional Literasi*, 17

<sup>27</sup> Otoritas Jasa Keuangan (OJK), *Survey Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan Revisi 2017*, 17

<sup>28</sup> Agustianto, *Membangun Literasi Keuangan Syariah* (Bagian 2)

<sup>29</sup> Agustianto, *Membangun Literasi* (Bagian 2)

<sup>30</sup> Sri Lestari dan Hajar Mukaromah, *Literasi Keuangan Syariah Pengelola Koperasi Pondok Pesantren An-Nawawi Kec. Gebang Kab. Purworejo, Jurnal Hukum Islam An-Nawa*, Vol.XXII-Januari-Juni, 69

<sup>31</sup> Sri Lestari dan Hajar Mukaromah, *Literasi Keuangan Syariah*, 70

yang terjadi setelah orang melihat benda-benda tertentu. Perasaan terjadi melalui panca indera manusia, yaitu penglihatan, pendengaran, penciuman, perasa dan sentuhan. Sebagian besar pengetahuan manusia diperoleh melalui mata dan telinga, dan pengetahuan itu sendiri dipengaruhi oleh beberapa faktor yang mungkin diperoleh dari pendidikan formal dan informal. Pengetahuan rendah, absolut juga rendah. Karena itu bukan pendidikan absolut dalam pendidikan formal, tetapi juga pendidikan non-formal.

Pengetahuan adalah Pemahaman seseorang terhadap suatu objek mencakup dua aspek, yaitu aspek positif dan aspek negatif. Kedua aspek ini pada akhirnya akan menentukan sikap seseorang terhadap objek yang diketahui, sehingga mengembangkan sikap yang lebih positif terhadap objek tersebut. Pengetahuan atau kognisi adalah bidang yang sangat penting yang membentuk perilaku seseorang, karena perilaku berbasis pengetahuan lebih tahan lama daripada perilaku berbasis pengetahuan.

Indikator yang kedua yakni kemampuan, kemampuan merupakan hal telah ada dalam diri kita sejak lahir. Kemampuan yang ada pada diri manusia juga bisa disebut dengan potensi. Potensi yang ada pada manusia pada dasarnya bisa diasah. Dalam hal ini banyak para ahli mengartikan kemampuan secara bervariasi akan tetapi pada dasarnya masih memiliki konteks yang sama. Salah satunya ialah Mohammad Zain, ia berpendapat bahwa kemampuan merupakan potensi yang ada berupa kesanggupan, kecakapan, kakuatan kita berusaha dengan diri sendiri. Sedangkan Anggiat M.Sinaga dan Sri Hadiati lebih mendefinisikan kemampuan lebih pada keefektifan orang tersebut dalam melakukan segala macam pekerjaan. Yang artinya kemampuan merupakan dasar dari seseorang tersebut melakukan sebuah

pekerjaan secara efektif dan tentunya efisien. Hal tersebut didukung oleh pendapat Robbin yang mengartikan bahwa kemampuan merupakan sebuah kapasitas yang dimiliki oleh tiap-tiap individu untuk melaksanakan tugasnya.

Sehingga dapat diambil kesimpulan bahwa kemampuan merupakan suatu penilaian atau ukuran dari apa yang dilakukan oleh orang tersebut. Dari pengertian di atas dapat disimpulkan bahwa kemampuan merupakan kecakapan setiap individu untuk menyelesaikan pekerjaannya atau menguasai hal-hal yang ingin dikerjakan dalam suatu pekerjaan, dan kemampuan juga dapat dilihat dari tindakan tiap-tiap individu.

Indikator literasi keuangan syariah yang terakhir yaitu keyakinan, menurut etimologi, kata iman berasal dari kata *aa ma na* (bahasa Arab) yang berarti mempercayai, ketenangan, kemananan, atau ketentraman. Maka iman berarti kepercayaan. percaya bersal dari kata *pracaya* (Bahasa Sansekerta) yang berarti menerima, sedangkan keyakinan berasal dari kata *yaqin* (bahasa arab) yang berarti percaya sungguh-sungguh. Dari penjelasan pengertian diatas, dapatlah dikatakan bahwa kepercayaan berbeda dengan keyakinan. istilah keyakinan dan keimanan berda di “atas” istilah kepercayaan, dan keyakinan ekuivalen dengan iman. Kepercayaan hanya menerima dengan budi (*ratio*), sedangkan keyakinan menerima dengan akal.

Keyakinan adalah asumsi dan kepercayaan yang dianggap benar oleh seseorang individu atau kelompok, mengenai konsep, kejadian, orang-orang dan hal-hal tertentu.

Diskusi tentang tata kelola perusahaan yang baik (good corporate governance) dimulai dengan pemisahan antara pelaku (pemilik) dan agen

(manajer) di perusahaan modern.<sup>32</sup> Untuk memecahkan masalah keagenan secara efektif antara pemilik, manajer, dan pemangku kepentingan lainnya, diperlukan pengendalian tata kelola yang efektif.<sup>33</sup>

Cadbury Nikki (Niki: 2016) mengungkapkan bahwa keberadaan tata kelola perusahaan akan memiliki manfaat ekonomi dan sosial. Setidaknya dengan penerapan tata kelola perusahaan, akan ada insentif dan indikator kinerja yang jelas untuk mencapai tujuan perusahaan, dan pembentukan mekanisme evaluasi akuntabilitas dan transparansi untuk memastikan bahwa peningkatan kesejahteraan disebabkan oleh peningkatan nilai perusahaan yang didistribusikan secara merata.

Tata kelola perusahaan yang baik (good governance) tidak terlepas dari keinginan perusahaan untuk operasi yang baik, efisien dan hasil yang memuaskan. Dari manajemen puncak ke manajemen bawah, semua mekanisme beroperasi dengan baik, yang tercermin dari adanya aturan yang memastikan implementasi setiap prinsip dan fungsi dan pelaksanaan tugas-tugas ini, sehingga menciptakan lingkungan kerja yang baik. Di sisi lain, karena penerapan praktik yang baik atau tata kelola yang baik, perusahaan terus mengembangkan dan memberikan banyak manfaat, sehingga juga memiliki pengaruh di masyarakat (*stakeholder*).<sup>34</sup>

Penerapan tata kelola perusahaan yang baik telah mencapai tahap mengkomunikasikan kepada publik pekerjaan yang dilakukan oleh perusahaan untuk memastikan bahwa tata

kelola perusahaan dapat dilaksanakan. Hal yang sama berlaku untuk keberadaan entitas Syariah (dalam hal ini perbankan Syariah).

Tentu saja, pengembangan industri keuangan Islam, khususnya pengembangan industri perbankan, membutuhkan sistem tata kelola perusahaan yang dapat menjamin realisasi tujuan perusahaan. Sistem tata kelola lembaga keuangan Islam tentu memiliki metode yang berbeda untuk sistem tata kelola perbankan. Ini karena lembaga keuangan Islam perlu memastikan bahwa prinsip-prinsip Syariah diterapkan dalam semua produk, alat, operasi, praktik, dan manajemen industri perbankan Islam. Bank syariah juga diharuskan menerapkan tata kelola perusahaan yang baik dalam operasi mereka sebagai lembaga keuangan.

Teori yang digunakan adalah teori keagenan. Ada perbedaan dalam kepentingan antara kepala sekolah dan agen (manajer). Agen yang dipilih harus bekerja untuk kepentingan pemilik modal, tetapi juga memiliki kepentingan sendiri dalam proses agen (Fama dan Jensen: 1983).<sup>35</sup> Perbankan syariah memiliki karakteristik yang berbeda, sehingga mereka juga dapat menggunakan teori keagenan, tetapi dengan perspektif baru. Perbedaan karakteristik antara perusahaan biasa dan bank syariah adalah keberadaan hukum Islam, yang akan menjembatani kepentingan pemilik, agen dan pemangku kepentingan lainnya (Safieddine: 2009)<sup>36</sup>.

Perbedaan karakteristik juga membawa struktur bisnis perbankan Islam ke Komite Pengawas Syariah Islam atau juga dikenal sebagai Komite

<sup>32</sup>Rusdiyanto dkk, *Board of Sharia Supervisory dan Good Corporate Governance Governance pada Perbankan Syariah*, PT. Refika Aditama: Bandung, 1

<sup>33</sup>Rusdiyanto dkk, *Board of Sharia Supervisory dan, 1*

<sup>34</sup>Rusdiyanto dkk, *Board of Sharia Supervisory dan, 2*

<sup>35</sup>Rusdiyanto dkk, *Board of Sharia Supervisory dan Good Corporate Governance Governance pada Perbankan Syariah*, 2019, PT. Refika Aditama: Bandung, 2

<sup>36</sup>Rusdiyanto dkk, *Board of Sharia Supervisory dan, 2*

Pengawas Syariah (DPS). Tidak ada tempat bagi Dewan Pengawas Syariah dalam struktur organisasi bank tradisional.<sup>37</sup>

Pemerintah Indonesia melalui Bank Indonesia telah menetapkan aturan untuk menjamin pelaksanaan GCG melalui Peraturan Bank Indonesia No.11/33/PBI/2009 tanggal 7 Desember 2009 dan Surat Edaran Bank Indonesia No.12/13/DPbS tanggal 30 April 2010 tentang Pelaksanaan *Good Corporate Governance* bagi Badan Usaha Syariah (BUS) dan Unit Usaha Syariah (UUS) yaitu penerapan 5 prinsip dasar keterbukaan (*Transparency*), Akuntabilitas (*Accountability*), Pertanggungjawaban (*Responsibility*), Profesional (*Professional*), dan Kewajaran (*Fairness*). Selain itu Otoritas Jasa Keuangan (OJK) juga menetapkan aturan tentang penerapan tata kelola terintegrasi bagi konglomerasi keuangan melalui Peraturan Otoritas Jasa Keuangan No.18/POJK.03/2014.<sup>38</sup>

Dalam *Shariah governance* terdapat beberapa indikator, dua diantaranya adalah *good corporate governance* dan *shariah compliance*. “*Corporate governance refers to the structures and processes for the directions and control of companies. Corporate concerns the relationships among the management, Board of Directors, controlling shareholders, minority shareholders and other stakeholders. good corporate governance contributes to sustainable sustainable economic development by enhacancing the performance of companies and increasing their acces to outside capital*”(IFC, 2014:1) dalam Abdillah et.al.(2015).

*Good Corporate Governance (GCG)* merupakan sistem yang dirancang untuk mengarahkan pengelolaan perusahaan secara profesional berdasarkan prinsip-prinsip transparansi, akuntabilitas,

tanggung jawab, independen, kewajaran, dan kesetaraan. Penerapan *good corporate governance* (GCG) merupakan salah satu syarat bagi perusahaan di Indonesia untuk dapat bersaing dalam skala nasional dan internasional karena perusahaan yang memiliki tata kelola yang baik akan memiliki daya tahan lebih kuat dalam menghadapi berbagai risiko. Disamping itu, *good corporate governance* (GCG) juga dapat meningkatkan nilai dan kepercayaan sebuah perusahaan karena *good corporate governance* dapat mendorong terbentuknya pola kerja manajemen yang bersih, transparan, dan profesional.

Setiap perusahaan harus memastikan bahwa asas *Good Corporate Governance* (GCG) diterapkan pada setiap aspek bisnis dan di semua jajaran perusahaan. Asas *Good Corporate Governance* (GCG) yaitu : transparansi, akuntabilitas, responsibilitas, independensi, serta kewajaran dan kesetaraan diperlukan unyuk mencapai kesinambungan usaha (*sustainability*) perusahaan dengan memperhatikan pemangku kepentingan (*stakeholder*).

Diperlukan inovasi dalam penciptaan nilai-nilai perusahaan sehingga perusahaan mampu bersaing dan bagaimana peran setiap elemen dalam organisasi perusahaan menciptakan lingkungan yang sehat dan mampu menciptakan stigma biaya dalam pelaksanaan pemberdayaan masyarakat dan lingkungan menjadi suatu investasi yang akan memberikan daya dukung bagi perusahaan sehingga tercipta hubungan yang saling menguntungkan antara perusahaan sebagai penyelenggara produksi dengan masyarakat sebagai pengguna hasil-hasil produksi serta lingkungan tempat usaha berdiri. Harmonisasi ini akan menciptakan tata kelola perusahaan yang baik serta menjadikan perusahaan mampu berdiri dan berusaha secara berkelanjutan.

<sup>37</sup>Rusdiyanto dkk, *Board of Sharia Supervisory dan 2*

<sup>38</sup>Rusdiyanto dkk, *Board of Sharia Supervisory dan Good Corporate Governance Governance pada Perbankan Syariah*, PT. Refika Aditama:Bandung, 3

Selanjutnya tentang indikator *shariah compliance* salah satu prinsip *good corporate governance* yang membedakan perusahaan lainnya adalah adanya *shariah compliance*. Dilanggarinya *shariah compliance* akibat lemahnya pengawasan DPS memiliki dampak terhadap *risk management*. Jenis manajemen resiko yang berkaitan erat dengan peran DPS adalah risiko reputasi yang selanjutnya berdampak pada *displaced commercial risk*, seperti resiko likuiditas dan risiko lainnya.

Menurut Jurnal Rahman El-Junusi, “Implementasi *Syariah Governance* serta Implikasinya terhadap Reputasi dan Kepercayaan Bank Syariah”, mengemukakan *shariah compliance* adalah ketaatan bank syariah terhadap prinsip-prinsip syariah. Tuntutan pemenuhan prinsip syariah (*shariah compliance*), bila dirujuk pada sejarah perkembangan bank syariah, alasan pokok dari keberadaan perbankan syariah adalah munculnya kesadaran masyarakat muslim yang ingin menjalankan seluruh aktivitas keuangannya berdasarkan Al-Qur'an dan Sunnah. Oleh karena itu, jaminan mengenai pemenuhan terhadap *shariah compliance* dari seluruh aktivitas pengelolaan dana nasabah oleh bank syariah merupakan hal yang sangat penting dalam kegiatan usaha bank syariah.

Kepatuhan shari'ah (*Shariah compliance*) merupakan manifestasi pemenuhan seluruh prinsip shari'ah dalam lembaga yang memiliki wujud karakteristik, integritas dan kredibilitas di bank syariah. Dimana budaya kepatuhan tersebut adalah nilai, perilaku dan tindakan yang mendukung terciptanya kepatuhan bank syariah terhadap seluruh ketentuan Bank Indonesia. Sedangkan menurut Adrian Sutedi, makna kepatuhan shari'ah secara operasional adalah kepatuhan kepada Fatwa Dewan Shari'ah Nasional (DSN) karena Fatwa DSN merupakan perwujudan prinsip dan aturan shari'ah

yang harus ditaati dalam perbankan shari'ah.

Tuntutan Pemenuhan Prinsip Syariah (*shariah compliance*), bila dirujuk pada sejarah perkembangan bank syariah, menjadi penting karena alasan pokok dari keberadaan perbankan syariah adalah munculnya kesadaran masyarakat muslim yang ingin menjalankan seluruh aktivitas keuangannya berdasarkan al-Qur'an dan Sunnah. Oleh karena itulah, jaminan mengenai pemenuhan terhadap syariah (*shariah compliance*) dari seluruh aktivitas pengelolaan dana nasabah oleh bank syariah merupakan hal yang sangat penting dalam kegiatan usaha bank syariah. Hasil penelitian Chapra & Ahmad juga menandaskan hal ini, dimana sejumlah 288 nasabah (62%) responden dari 463 nasabah yang terlibat dalam survei tata kelola (GCG) yang dilakukannya (berasal dari 14 bank syariah di Bahrain, Bangladesh dan Sudan) menjawab akan memindahkan dananya ke bank syariah yang lain jika ditengarai terjadi “pelanggaran syariah” dalam operasional bank syariah.<sup>5</sup> Hal ini menunjukkan bahwa aspek kepatuhan terhadap prinsip syariah amat signifikan mempengaruhi perilaku nasabah dalam memilih bank syariah. Oleh karena itu, penerapan *shariah governance* bank syariah merupakan keharusan dan hal ini diharapkan dapat meningkatnya reputasi dan kepercayaan masyarakat terhadap bank syariah.

Reputasi bank syariah dapat menunjukkan seberapa jauh bank syariah dipercaya oleh masyarakat. Reputasi memegang peran yang penting dalam menjalin hubungan kemitraan antara bank syariah dengan nasabah. Reputasi menjadi dasar penilaian dalam menentukan apakah suatu perusahaan layak untuk dijadikan mitra kerjasama. Hasil penelitian yang dilakukan oleh Ganesan menemukan pengaruh positif antara reputasi dengan kepercayaan yang pada akhirnya akan mengarah pada terciptanya hubungan

jangka panjang antara bank dengan nasabah. Sementara, hasil penelitian Saxton menunjukkan hasil bahwa reputasi berhubungan positif dengan kepercayaan.

Prinsip utama bank syariah tercermin dalam produk-produk yang dihasilkannya bebas bunga dengan menggunakan prinsip bagi hasil. Dari beberapa definisi yang telah dijelaskan oleh pakar di atas, dapat dipahami bahwa kepatuhan shari'ah (*shariah compliance*) merupakan pemenuhan terhadap nilai-nilai shari'ah di lembaga keuangan shari'ah (dalam hal ini perbankan shari'ah) yang menjadikan fatwa DSN MUI dan peraturan Bank Indonesia (BI) sebagai alat ukur pemenuhan prinsip shari'ah, baik dalam produk, transaksi, dan operasional di bank syariah.

*Shariah compliance* merupakan indikator yang sangat mempengaruhi reputasi dan kepercayaan bank syariah, sehingga bank syariah harus hati-hati menjalankan operasionalnya. Sementara diketahui bahwa memastikan telah adanya shariah compliance merupakan tugas utama Dewan Pengawas Syariah. Oleh karena itu, bank syariah harus meningkatkan profesionalitas dan kapabilitas DPS dalam menjalankan tugas menjaga ketakutan terhadap syariah.

Pelanggaran *shariah compliance* yang dibiarkan DPS atau luput dari pengawasan DPS jelas akan merusak citra dan kredibilitas bank syariah di mata masyarakat, sehingga dapat menurunkan kepercayaan masyarakat kepada bank syariah. Untuk itulah peran DPS di bank syariah harus benar-benar dioptimalkan, kualifikasi menjadi DPS harus diperketat, dan formalisasi perannya harus diwujudkan di bank syariah tersebut. Hasil penelitian Bank Indonesia kerjasama dengan Ernst dan Young menyimpulkan bahwa peran DPS belum optimal. Dilanggarnya *shariah compliance* akibat lemahnya pengawasan DPS memiliki dampak terhadap risk

manajemen. Jenis manajemen risiko yang terkait erat dengan peran DPS adalah risiko reputasi yang selanjutnya berdampak pada *displaced commercial risk*, seperti risiko likuiditas dan risiko lainnya. Jika peran DPS tidak optimal dalam melakukan pengawasan syariah terhadap praktik syariah yang berakibat pada pelanggaran *shariah compliance*, maka citra dan kredibilitas bank syariah di mata masyarakat menjadi negatif, sehingga dapat menurunkan kepercayaan masyarakat kepada bank syariah. Oleh karena itulah, implementasi *shariah governance* akan berpengaruh terhadap reputasi dan kepercayaan pada bank syariah. Semakin baik implementasi *shariah governance* yang dilakukan bank syariah, semakin baik reputasi bank syariah dan pada akhirnya akan meningkatkan kepercayaan nasabah pada bank syariah.

Pengambilan keputusan adalah tindakan yang dilakukan konsumen ketika memutuskan untuk menggunakan dua produk atau layanan yang paling menguntungkan dan memilih dua atau lebih opsi berdasarkan kebutuhan mereka. Ketika mempertimbangkan keputusan konsumen sebagai pemecah masalah, kami berasumsi bahwa konsumen memiliki apa yang ingin mereka capai atau penuhi (konsistensi atau nilai yang diinginkan dalam rantai akhir). Konsumen membuat keputusan perilaku yang ingin mereka capai.<sup>39</sup>

Philip Kotler dan Armstrong percaya bahwa esensi dari pengambilan keputusan adalah untuk secara sistematis menekankan sifat masalah, mengumpulkan fakta dan data, menentukan kematangan alternatif dan mengambil tindakan, yang merupakan

---

<sup>39</sup>Supranto Nandan Lama Krisna, *Perilaku Konsumen & Strategi Pemasaran untuk Meningkatkan Persaingan Bisnis*(Jakarta: Mitra Wacana Media, 2011), 3

yang paling tepat berdasarkan perhitungan tindakan.<sup>40</sup>

Keputusan terprogram yakni keputusan yang dianggap sebagai keputusan eksekusi harian tanpa masalah utama, karena setiap keputusan hanya untuk membuat pekerjaan berjalan dengan baik dan stabil. Bahkan, adalah mungkin untuk menyelesaikan keputusan terprogram pada tingkat lini produksi terendah tanpa memerlukan input pengambilan keputusan dari pihak-pihak yang sangat relevan seperti manajer menengah dan senior. Jika manajer tingkat menengah diminta untuk berpartisipasi, itu hanya ketika melacak bagian teknis tertentu. Sebuah contoh keputusan yang diprogram adalah pekerjaan yang dilakukan oleh desain SOP (prosedur operasi standar) dengan cara ini.

Dibandingkan dengan keputusan yang diprogram, keputusan yang tidak terprogram biasanya untuk memecahkan masalah baru yang belum pernah ditemukan sebelumnya, berulang, terstruktur, dan sulit untuk mengenali bentuk, sifat, dan pengaruh. Secara relatif tidak ada struktur, dan frekuensi kejadian lebih rendah daripada keputusan yang diprogram. Di antara keputusan yang tidak diprogram, sebagian besar keputusan lebih kompleks dan membutuhkan keterampilan khusus untuk diselesaikan, seperti manajemen senior dan konsultan yang sangat terampil. Misalnya, keputusan yang tidak terprogram adalah kasus khusus, penelitian strategis, dan berbagai masalah yang memiliki dampak signifikan terhadap organisasi.<sup>41</sup>

<sup>40</sup>Philip Kotler dan Armstrong, *Prinsip-prinsip Pemasaran Edisi Dua Belas Jilid 1*(Jakarta: Erlangga, 2008), 225

<sup>41</sup>Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran 9e (Analisis, Perencanaan, Implementasi, dan Kontrol)*, 1997, 186

Menurut Kotler dalam bukunya yang berjudul *Managemen Pemasaran Edisi 12*, ada empat indikator pengambilan keputusan, yaitu : kemantapan pada sebuah produk, kebiasaan dalam menggunakan produk, memberikan rekomendasi kepada orang lain., dan melakukan penggunaan secara berulang-ulang.<sup>42</sup>

Menurut Mujamil Komar yang dikutip oleh Aminatul Zahroh pengambilan keputusan adalah proses memilih sejumlah alternatif yang ditawarkan.<sup>43</sup> Menurut Kotler dan Armstrong, konsumen dapat membuat keputusan pembelian dengan menunjukkan gambar di bawah ini :



Penjelasan tahapan keputusan pembelian diuraikan sebagai berikut:

- Tahap pertama; pengenalan kebutuhan: proses pengambilan keputusan pembeli dimana konsumen mengenali suatu masalah atau kebutuhan. Kebutuhan dapat dipicu oleh rangsangan internal ketika salah satu kebutuhan normal seseorang seperti rasa lapar dan haus yang muncul pada tingkat yang cukup tinggi untuk menjadi dorongan.
- Tahap kedua; Pencarian Informasi: seseorang yang telah tertarik mungkin mencari lebih banyak informasi. Konsumen mungkin hanya meningkatkan perhatian atau mungkin aktif mencari informasi. konsumen dapat memperoleh informasi dari

<sup>42</sup>Philip Kotler dan Kevin Lene Keller, *Managemen Pemasaran Edisi 12*(t.p, PT Mancanegara Cemerlang, 2007), 216.

<sup>43</sup>Aminatul Zahroh, *Total Quality Management* (Yogyakarta: Ar-Ruzz Media, 2014), 166.

beberapa sumber manapun antara lain sumber pribadi, sumber komersial, sumber pabrik dan sumber pengalaman.<sup>44</sup>

- Tahap *ketiga*; Evaluasi Berbagai Alternatif: yaitu konsumen menggunakan informasi untuk mengevaluasi merek-merek alternatif dalam suatu susunan pilihan. Bagaimana konsumen mengevaluasi alternatif pembelian tergantung pada konsumen individu dan situasi pembelian tertentu.
- Tahap *keempat*; Keputusan Pembelian: adalah membeli merek yang paling disukai dimana konsumen benar-benar membeli produk.<sup>45</sup> *Perilaku Pasca Pembelian*, tahap ini adalah proses pengambilan keputusan pembeli dimana konsumen mengambil tindakan lebih lanjut setelah membeli berdasarkan kepuasan atau ketidak puasan yang mereka rasakan.<sup>46</sup>

Terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi pengambilan keputusan termasuk aspek budaya, sosial, pribadi dan psikologis.

- Faktor Budaya

Faktor budaya memiliki pengaruh yang luas dan mendalam terhadap perilaku. Peran budaya, sub budaya dan kelas sosial pembeli sangatlah penting. Budaya adalah penentu keinginan dan perilaku yang paling mendasar. Sub-budaya terdiri dari

---

<sup>44</sup> Philip Kotler dan Armstrong, *Prinsip-prinsip Pemasaran Edisi Dua Belas Jilid 1*(Jakarta: Erlangga, 2008), 223.

<sup>45</sup>Philip Kotler dan Armstrong, *Prinsip-prinsip Pemasaran*, 225.

<sup>46</sup>Philip Kotler dan Armstrong, *Prinsip-prinsip Pemasaran*, 227.

bangsa, agama, kelompok ras dan daerah geografis.

#### Faktor Sosial

Sebagai tambahan atas faktor budaya, perilaku seorang konsumen di pegaruhi oleh faktor-faktor sosial seperti kelompok acuan, keluarga, serta peran dan status. Kelompok acuan seseorang terdiri dari semua kelompok yang memiliki pengaruh langsung (tatap muka) atau tidak langsung terhadap perilaku seseorang. Keluarga adalah organisasi pembelian konsumen yang paling penting dalam masyarakat. Posisi seseorang dalam tiap-tiap kelompok dapat deidefinisikan dalam peran dan status.

#### Faktor Pribadi

Keputusan pembeli juga di pengaruhi oleh karakteristik pribadi. Karakteristik tersebut adalah usia dan tahap siklus hidup, perkerjaan, keadaan ekonomi, gaya hidup serta kepribadian dan konsep diri pembeli. *Usia dan tahap siklus hidup*, orang membeli barang dan jasa yang berbeda-beda sepanjang hidupnya. Selera orang terhadap pakaian, perabot, dan reaksi juga berhubungan dengan usia. *Pekerjaan dan keadaan ekonomi*, pekerjaan seseorang juga mempengaruhi pola konsumsinya. Pemilihan produk sangat dipengaruhi oleh keadaan ekonomi seseorang: penghasilan yang dapat dibelanjakan, tabungan dan aktiva, utang, kemampuan untuk meminjam, dan sikap terhadap kegiatan belanja atau menabung.<sup>47</sup>

---

<sup>47</sup>Philip Kotler dan Kevin Lene Keller, *Manajemen Pemasaran Edisi 12*(t.p, PT Mancanegara Cemerlang, 2007), 223.

*Kepribadian dan Konsep Diri* masing-masing orang memiliki karakteristik kepribadian yang berbeda yang mempengaruhi perilaku pembeliannya. Kepribadian adalah ciri bawaan psikologis manusia (*human psychological traits*) yang khas menghasilkan tanggapan yang relatif konsisten dan bertahan lama terhadap rangsangan lingkungannya. *Gaya Hidup* adalah pola hidup seseorang di dunia yang terungkap pada aktivitas, minat, dan opininya.<sup>48</sup>

- Faktor Psikologi

Pemilihan pembeli seseorang di pengaruhi empat faktor utama yaitu motivasi, persepsi, pegetahuan, setra keyakianan dan pendirian. *Motifasi* seseorang memiliki banyak kebutuhan pada waktu tertentu. Beberapa kebutuhan bersifat *biogenis*; muncul dari tekanan biologis seperti lapar, haus, tidak nyaman. kebutuhan lain besifat *psikogenis*; mereka muncul dari tekanan psikologi seperti kebutuhan akan pengakuan, penghargaan, atau rasa ingin memiliki. *Persepsi* adalah proses bagaimana seorang individu memilih, mengorganisasi, dan menginterpretasi masukan-masukan informasi untuk menciptakan gambaran dunia yang memiliki arti. Persepsi seseorang yang termotivasi sikap untuk bertindak. Bagaimana seseorang termotivasi bertindak akan dipengaruhi oleh persepsinya terhadap situasi tertentu. Pembelajaran meliputi perubahan dalam perilaku

seseorang yang timbul dari pengalaman. Keyakinan dan sikap yakni melalui bertindak dan belajar, orang mendapatkan keyakinan dan sikap kemudian hal ini mempengaruhi perilaku pembelian.<sup>49</sup>

Bank Islam atau di Indonesia lazim disebut sebagai Bank Syariah, merupakan lembaga keuangan yang berfungsi memperlancar mekanisme ekonomi di sektor riil melalui aktivitas kegiatan usaha (investasi, jual beli, atau lainnya) berdasarkan prinsip syariah, yaitu aturan perjanjian berdasarkan hukum Islam antara bank dan pihak lain untuk penyimpanan dana dan atau pembiayaan kegiatan usaha, atau kegiatan lainnya yang dinyatakan sesuai dengan nilai-nilai syariah. Nilai-nilai makro yang dimaksud adalah keadilan, maslahah, sistem zakat, bebas dari bunga (*riba*), bebas dari kegiatan spekulatif yang nonproduktif seperti perjudian (*maysir*), bebas dari hal-hal yang tidak jelas dan meragukan (*gharar*), bebas dari hal-hal yang rusak atau tidak sah (*bathil*), dan penggunaan uang sebagai alat tukar. Sedangkan nilai-nilai mikro yang harus dimiliki oleh pelaku perbankan syariah adalah sifat-sifat mulia yang dicontohkan oleh Rasulullah SAW, yaitu jujur (*shiddiq*), dipercaya (*amanah*), menyampaikan (*tabligh*), dan cerdas (*fathonah*). Selain itu, dimensi keberhasilan bank syariah meliputi keberhasilan dunia dan akhirat (*long term oriented*) yang sangat memperhatikan

<sup>48</sup> Philip Kotler dan Armstrong, *Prinsip-prinsip Pemasaran Edisi Dua Belas Jilid 1* (Jakarta: Erlangga, 2008), 223-224.

<sup>49</sup> Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran Jilid 1* (Surakarta: PT Pabelan Surakarta, 1997), 153-166

kebersihan sumber, kebenaran proses, dan kemanfaatan hasil.<sup>50</sup>

Pengertian Perbankan syariah menurut pasal 1 butir 1 Undang-Undang nomor 7 tahun 1992 adalah badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalirkannya kepada masyarakat dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat banyak.<sup>51</sup>

Produk-produk pendanaan bank syariah ditujukan untuk mobilisasi dan investasi tabungan untuk pembangunan perekonomian dengan cara yang adil sehingga keuntungan yang adil dapat dijamin bagi semua pihak. Tujuan mobilisasi dana merupakan hal penting karena Islam secara tegas mengutuk penimbunan tabungan dan menuntut penggunaan sumber dana secara produktif dalam rangka mencapai tujuan sosial-ekonomi Islam. Dalam hal ini, bank syariah melakukannya tidak dengan prinsip bunga (riba), melainkan dengan prinsip-prinsip yang sesuai dengan syariat Islam, terutama *wadi'ah* (titipan), *qardh* (pinjaman), *mudharabah* (bagi hasil), dan *ijarah* (sewa).

- Pendanaan dengan Prinsip Wadi'ah

- Giro Wadi'ah

Giro *wadi'ah* adalah produk pendanaan bank syariah berupa simpanan dari nasabah dalam bentuk rekening giro (*current account*) untuk keamanan dan kemudahan

---

<sup>50</sup> Otoritas Jasa Keuangan (OJK), Industri Jasa Keuangan Syariah, 16

<sup>51</sup> Wiroso, *Produk Perbankan Syariah dilengkapi UU Perbankan Syariah dan Kodifikasi Produk Bank Indonesia (Revisi 2011)*, Edisi 1 cetakan 1, (Jakarta:LPFE Usakti, 2009), 44

pemakaianya. Karakteristik giro *wadi'ah* ini mirip dengan giro pada bank konvensional. Nasabah penyimpanan diberi garansi untuk dapat menarik dananya sewaktu-waktu dengan menggunakan berbagai fasilitas yang disediakan bank, seperti cek, bilyet giro, kartu ATM, atau dengan menggunakan perintah pembayaran lainnya atau dengan cara pemindahbukuan tanpa biaya.

- Tabungan Wadi'ah

Tabungan *wadi'ah* adalah produk pendanaan bank syariah berupa simpanan dari nasabah dalam bentuk rekening tabungan (*savings account*) untuk keamanan dan kemudahan pemakaianya, seperti giro *wadi'ah*, tetapi tidak seflexibel giro *wadi'ah*, karena nasabah tidak dapat menarik dananya dengan cek. Karakteristik tabungan *wadi'ah* ini juga mirip dengan tabungan pada bank konvensional ketika kepada nasabah penyimpan diberi garansi untuk dapat menarik dananya sewaktu-waktu dengan menggunakan berbagai fasilitas yang disediakan bank, seperti kartu ATM, dan sebagainya tanpa biaya.

- Pendanaan dengan Prinsip Qardh

Simpanan giro dan tabungan juga dapat menggunakan prinsip *qardh*, ketika bank dianggap sebagai penerima pinjaman tanpa bunga dari nasabah deposito sebagai pemilik modal. Bank dapat memanfaatkan dana pinjaman dari nasabah deposito untuk tujuan apa saja, termasuk untuk kegiatan produktif mencari keuntungan. Sementara itu, nasabah deposito dijamin akan memperoleh kembali dananya secara penuh ketika sewaktu-waktu nasabah ingin menarik dananya. Bank boleh juga memberikan bonus kepada nasabah deposito, selama hal ini tidak disyaratkan di awal perjanjian.

- Pendanaan dengan Prinsip Mudharabah

- Tabungan Mudharabah  
Bank syariah menerima simpanan dari nasabah dalam bentuk rekening tabungan (*savings account*) untuk keamanan dan kemudahan pemakaian, seperti rekening giro, tetapi tidak seefektif rekening giro, karena nasabah tidak dapat menarik dananya dengan cek. Ada sedikit perbedaan antara *wadi'ah* yang digunakan untuk rekening tabungan dan *wadi'ah* yang digunakan untuk rekening giro.
- Deposito/Investasi Umum (tidak terikat)  
Bank syariah menerima simpanan deposito berjangka (pada umumnya untuk satu bulan ke atas) ke dalam rekening investasi umum

(*general investment account*) dengan prinsip *mudharabah al-muthlaqah* (URIA: *Unrestricted Investment Account*). Investasi umum ini sering disebut juga sebagai investasi tidak terikat. Nasabah tidak memberikan persyaratan apapun kepada bank, ke bisnis apa dana yang disimpannya itu hendak disalurkan, atau menetapkan penggunaan akad-akad tertentu, ataupun mensyaratkan dananya diperuntukan bagi nasabah tertentu.

• Deposito/Investasi Khusus (terikat)

Selain rekening investasi umum, bank syariah juga menawarkan rekening investasi khusus (*special investment account*) kepada nasabah yang ingin menginvestasikan dananya langsung dalam proyek yang disukainya yang dilaksanakan oleh bank dengan prinsip *mudharabah almuqayyadah* (RIA: *Restricted Investment Account*). Investasi khusus ini sering disebut juga sebagai investasi terikat. Nasabah menetapkan persyaratan tertentu yang harus dipatuhi oleh bank, misalnya dana digunakan untuk bisnis tertentu, digunakan dengan akad-akad tertentu dan digunakan untuk nasabah tertentu. Rekening investasi khusus ini, biasanya ditujukan kepada

- para nasabah/ investor besar dan institusi.
- **Sukuk Al-Mudharabah**

Akad *mudharabah* juga dapat dimanfaatkan oleh bank syariah untuk penghimpunan dana dengan menerbitkan sukuk yang merupakan obligasi syariah. Dengan obligasi syariah, bank mendapatkan alternatif sumber dana berjangka panjang (lima tahun atau lebih) sehingga dapat digunakan untuk pemberian-pemberian berjangka panjang.

Pendanaan dengan Prinsip Ijarah

    - **Sukuk Al-Ijarah**

Akad *ijarah* dapat dimanfaatkan oleh bank syariah untuk penghimpunan dana dengan menerbitkan sukuk yang merupakan obligasi syariah. Dengan obligasi syariah, bank mendapatkan alternatif sumber dana berjangka panjang (lima tahun atau lebih) sehingga dapat digunakan untuk pemberian-pemberian berjangka panjang. Obligasi syariah ini dapat menggunakan beberapa prinsip yang dibolehkan syariah, seperti menggunakan prinsip bagi hasil (sukuk *al-Mudharabah* dan sukuk *al-Musyarakah*), menggunakan prinsip jual beli (sukuk *al-Murabahah*, sukuk *al-Salam*, dan sukuk *al-Istisna*), menggunakan prinsip sewa (*sukuk al-Ijarah*), dan sebagainya.

Produk Pemberian Produk-produk pemberian bank syariah, khususnya *return bearing financing* yaitu bentuk pemberian yang secara komersial menguntungkan. Pemilik modal bersedia menanggung risiko kerugian dan nasabah juga memberikan keuntungan, yang ditujukan untuk menyalurkan investasi dan simpanan masyarakat ke sektor riil dengan tujuan produktif dalam bentuk investasi bersama (*investment financing*) yang dilakukan bersama mitra usaha (kreditor) menggunakan pola bagi hasil (*mudharabah* dan *musyarakah*) dan dalam bentuk investasi sendiri (*trade financing*) kepada yang membutuhkan pemberian menggunakan pola jual beli (*murabahah*, *salam*, dan *istishna*) dan pola sewa (*ijarah* dan *ijarah muntahiyah bit tamlik*).

Produk Pemberian dengan Bagi Hasil

      - **Mudharabah**

*Al-Mudharabah* adalah akad kerjasama usaha antara dua pihak atau lebih dimana pihak pertama (*shahibul mal*) menyediakan seluruh (100%) modal, sedangkan pihak lainnya menjadi pengelola (*mudharib*). Dimana keuntungan di bagi menurut kesepakatan dalam kontrak, sedang apabila rugi di tanggung oleh pemodal selama bukan akibat kelalaian si pengelola.

      - **Musyarakah**

Musyarakah adalah akad kerjasama antara dua pihak atau lebih untuk usaha tertentu dimana masing-masing pihak memberikan konstribusi dana dengan kesepakatan bahwa keuntungan dan resiko akan ditanggung bersama sesuai dengan kesepakatan.

- Produk Pembiayaan dengan Pola Jual Beli

- Mudharabah

*Al-Mudharabah*

dalah akad kerjasama usaha antara dua pihak atau lebih dimana pihak pertama (*shabibul mal*) menyediakan seluruh (100%) modal, sedangkan pihak lainnya menjadi pengelola (*mudharib*). Dimana keuntungan dibagi menurut kesepakatan dalam kontrak, sedang apabila rugi di tanggung oleh pemodal selama bukan akibat kelalaian si pengelola.

- Musyarakah

Musyarakah adalah akad kerjasama antara dua pihak atau lebih untuk usaha tertentu dimana masing-masing pihak memberikan konstribusi dana dengan kesepakatan bahwa keuntungan dan resiko akan ditanggung bersama sesuai dengan kesepakatan.

- Murabahah

Dalam konsep *murabahah* adalah merupakan salah satu jual beli di mana penjual memberikan informasi kepada pembeli

tentang biaya-biaya yang dikeluarkan untuk mendapatkan komoditas (harga produk pembelian), dan tambahan profit yang diinginkan yang tercermin dalam harga jual,

- Salam

Salam adalah akad jual beli barang pesanan dengan penagguhan pengiriman oleh penjual dan pelunasannya dilakukan segera oleh pembeli sebelum barang pesanan terebut diterima sesuai syarat-syarat tertentu,

- *Istishna'*

*Istisna'* adalah akad jual beli antara pembeli dan produsen yang juga bertindak sebagai penjual. Cara pembayaran dapat berupa pembayaran dimuka, cicilan, atau ditangguhkan sampai jangka waktu tertentu,

- Produk Pembiayaan dengan Pola Sewa

- *Ijarah*

*Ijarah* adalah akad pemindahan hak guna atas barang atau jasa, melalui pembayaran upah sewa, tanpa diikuti pemindahan hak kepemilikan atas barang itu sendiri,

- *Ijarah Muntahiyah bit Tamlik*

*Ijarah wa Iqtina* atau *ijarah muntahiyah bit tamlik* (IMBT) adalah transaksi sewa beli dengan perjanjian untuk menjual atau menghibahkan obyek

sewa di akhir periode sehingga transaksi ini diakhiri dengan alih kepemilikan obyek sewa.

Jasa Perbankan

Jasa perbankan dengan pola lainnya pada umumnya menggunakan akad-akad *tabarru'* yang dimaksudkan tidak untuk mencari keuntungan, tetapi dimaksudkan sebagai fasilitas pelayanan kepada nasabah dalam melakukan transaksi perbankan. Oleh karena itu, bank sebagai penyedia jasa hanya membebani biaya administrasi. Jasa perbankan golongan ini yang bukan termasuk akad *tabarru'* adalah akad *sharf* yang merupakan akad pertukaran uang dengan uang dan *ujr* yang merupakan bagian dari *ijarah* (sewa) yang dimaksudkan untuk mendapatkan upah (*ujroh*) atau *fee*.

### 3. Permasalahan

Berdasarkan permasalahan tersebut, maka pemahaman mengenai perilaku mahasiswa dalam hal ini nasabah perbankan menjadi semakin krusial dan menarik untuk diteliti. Sehingga penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh antara literasi keuangan syariah dan *shariah governance* terhadap keputusan memilih menabung di Bank Syariah. Sehingga bentuk hipotesis penelitiannya adalah sebagai berikut:

**H0 :**Literasi keuangan syariah dan *shariah governance* tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan mahasiswa dalam menggunakan jasa perbankan syariah.

**H1:** Literasi keuangan syariah secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan mahasiswa dalam menggunakan jasa perbankan syariah.

**H2:***Shariah governance* secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan mahasiswa dalam menggunakan jasa perbankan syariah.

**H3 :** Literasi Keuangan Syariah dan *Shariah Governance* secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan mahasiswa dalam menggunakan jasa perbankan syariah.

## 2. Metodologi Penelitian

### Teknik Pengumpulan Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan sekunder. Data primer diperoleh dengan menyebarkan kuisioner, sementara data sekunder diperoleh dari jurnal dan studi pustaka lainnya yang berkaitan dengan penelitian ini.

### Teknik Pengumpulan Populasi dan Sampel

Populasi merupakan seluruh mahasiswa/I aktif Program Studi Ekonomi Syariah. Teknik sampling dilakukan secara *sampling non-probabilita* dan metode pengambilan sampelnya menggunakan *convenience sampling*. *Convenience sampling* dipilih karena pengambilan sampel tidak ditentukan terlebih dahulu, peneliti langsung saja mengumpulkan data dari unit sampel. Karena mahasiswa jurusan Ekonomi Syariah di tutup peneliti hanya memiliki kesempatan bertemu mahasiswa via daring atau sosial media sehingga peneliti membagikan kuesioner pada momen tersebut. Peneliti memberikan kuesioner kepada anggota yang mau atau bersedia mengisi kuesioner yang diajukan, atau mahasiswa yang dianggap cocok dijadikan sebagai sumber data. Dalam penelitian ini mendapatkan mahasiswa jurusan Ekonomi Syariah yakni berjumlah 79 responden yang bersedia mengisi kuesioner dan cukup untuk dijadikan perwakilan.

## Variabel Penelitian

Variabel yang digunakan dalam penelitian ini dibagi menjadi dua yaitu variabel independen dan variabel dependen. Variabel independen terdiri atas literasi keuangan syariah dan *shariah governance*. Sementara itu variabel dependennya adalah keputusan mahasiswa dalam menggunakan jasa perbankan syariah.

## Metode Analisis Data

Metode analisis yang digunakan adalah dengan menggunakan analisis regresi linier berganda. Data yang diperoleh diolah dengan menggunakan SPSS. Alat analisis data yang berupa uji asumsi klasik (meliputi uji normalitas, multikolinearitas, dan heteroskedastisitas), analisis regresi linear berganda, dan uji hipotesis. Analisis regresi linear bertujuan untuk menganalisis pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen.

## 4. Hasil dan Pembahasan

### Analisis Data Deskriptif

Dari 79 kuisioner yang disebar, 50 diantaranya merupakan mahasiswa/i semester 7 dan sisanya mahasiswa/i semester 8. Kuisioner terdiri atas 21 pertanyaan yang berkaitan dengan pengetahuan, keyakinan, kemampuan, *good corporate governance*, *shariah compliance*, dan keputusan untuk menggunakan jasa perbankan syariah. Berdasarkan data yang diperoleh menunjukkan bahwa jumlah responden perempuan lebih besar (47 orang) dibandingkan dengan responden laki-laki (32 orang).

### Analisis Data Validitas dan Reliabilitas

Uji validitas dilakukan untuk menguji keabsahan dari kuisioner yang digunakan untuk mengukur suatu variabel. Dari hasil pengujian yang

dilakukan dengan menggunakan SPSS 24 hasil yang diperoleh menunjukkan bahwa semua indikator yang digunakan untuk mengukur variabel-variabel telah valid. Pengambilan kesimpulan bahwa variabel-variabel yang diuji telah valid didapat dari hasil hasil Corrected Item-Total Correlation yang nilainya lebih dari 0.220.

Sedangkan uji reliabilitas dilakukan untuk mengetahui keandalan dari kuisioner yang telah disebar dalam mengukur suatu variabel. Diperoleh hasil bahwa *Cronbach's Alpha* untuk sebesar 0.804 sehingga item pertanyaan untuk mendapatkan nilai dikatakan reliabel atau andal dengan kriteria sangat tinggi.

### Uji Asumsi Klasik

Sebelum melakukan analisis regresi berganda, dilakukan uji asumsi klasik yang terdiri atas uji normalitas, uji multikolinearitas, dan uji heteroskedastisitas. Pada tahap pertama dilakukan uji normalitas untuk mengetahui apakah data terdistribusi secara normal atau tidak. Dasar pengambilan keputusan pada uji normalitas kolmogorov smirnov yaitu apabila memiliki nilai *asymp. Sig (2-tailed)* > dari 0,05 atau 5%.

Tabel 1 menunjukkan nilai *asymp. Sig (2-tailed)* sebesar  $0,200 > 0,05$ , maka dapat disimpulkan bahwa residual berdistribusi normal.

Tabel 1 : Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

	Data_Uji_Normalitas	
N	79	
Normal	Mean	64.32
Parameters <sup>a,b</sup>	Std. Deviation	6.132
Most Extreme Differences	Absolute	.123
	Positive	.076
	Negative	-.123
Test Statistic		.123
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 <sup>c,d</sup>

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

Uji Multikolinieritas dilakukan dengan menggunakan nilai *Variance Inflation Factor* (VIF). Model dinyatakan terbebas dari gangguan multikolinearitas jika mempunyai nilai VIF di bawah 10 atau tolerance di atas 0,1. Tabel 2 merupakan uji Multikolinearitas.

Hasil dari uji multikolinearitas yang diperoleh pada tabel tersebut ternyata tidak ada nilai *tolerance* yang di bawah 0,1 dan nilai VIF juga tidak ada yang lebih dari 10, maka dapat disimpulkan bahwa tidak terbukti adanya masalah multikolinieritas yang serius.

Tabel 2 : Hasil uji Multikolinieritas  
Coefficients<sup>a</sup>

Model	Unstandardized Coefficients		t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error			Beta	Tolerance
1 (Constant)	10,032	2,936		,001		
Literasi	,222	,091	,304	,017	,774	1,292
Governance	-,052	,188	-,034	-,276	,783	,774
						1,292

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN

Uji Heteroskedastisitas dilakukan dengan memplotkan grafik antara SRESID dengan ZPRED di mana gangguan heteroskedastisitas akan tampak dengan adanya nilai  $\text{sig.} < \alpha$ . Sementara hasil untuk uji heteroskedastisitas dalam penelitian ini adalah nilai  $\text{sig.} > \alpha$ , sehingga dalam penelitian ini bisa dikatakan tidak terjadinya gangguan heteroskedastisitas yang dapat dilihat di tabel 3.

Tabel 3 : Hasil Uji Heterokedastisitas

Model	Coefficients <sup>a</sup>			
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t
	B	Std. Error	Beta	Sig.
1 (Constant)	2,172	1,819		1,194 ,236
LITERASI	-,045	,056	-,103	-,792 ,431
GOVERNANCE	,097	,116	,108	,835 ,406

a. Dependent Variable: RES2

Tabel 4 : Hasil Uji R-Square

Tabel 4 : Hasil Uji R-Square  
Model Summary<sup>b</sup>

Mode	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,289 <sup>a</sup>	,084	,060	2,558	1,642

a. Predictors: (Constant), GOVERNANCE, LITERASI

b. Dependent Variable: KEPUTUSAN

Tabel 2 juga memberikan nilai R sebesar 0,289 pada model penelitian dan koefisien determinasi sebesar 0,060. Tampak bahwa kemampuan variabel bebas dalam menjelaskan varian variabel terikat adalah sebesar 6%. Masih terdapat 94% varians variabel terikat yang belum mampu dijelaskan oleh variabel bebas dalam model penelitian ini.

Hasil uji R square juga menunjukkan bahwa variabel independen secara bersama-sama dapat menjelaskan terhadap variabel dependen sebesar 60%, dan sisanya 40% dijelaskan oleh faktor lain yang tidak terdapat dalam penelitian ini. Serta berdasarkan uji regresi berganda, diperoleh nilai koefisien regresi untuk literasi keuangan syariah sebesar 0,222 dan shariah governance sebesar -0,052. Untuk itu, keterpengaruhannya keuangan syariah dan shariah governance terhadap keputusan mahasiswa didominasi oleh variabel literasi keuangan syariah, dibuktikan dengan nilai koefisien regresi literasi keuangan syariah yang lebih besar dari shariah governance.

Tabel 5 : Hasil uji f(simultan)  
ANOVA<sup>a</sup>

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	45,397	2	22,698	3,469	,036 <sup>b</sup>
Residual	497,337	76	6,544		
Total	542,734	78			

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN

b. Predictors: (Constant), GOVERNANCE, LITERASI

Uji F (uji simultan) adalah untuk melihat pengaruh variabel bebas yaitu literasi keuangan syariah dan shariah governance terhadap variabel terikatnya yaitu keputusan mahasiswa dalam menggunakan

jasa perbankan syariah secara serempak. Tabel 5 merupakan nilai F hitung dalam penelitian ini. Tampak bahwa nilai F hitung pada model penelitian adalah sebesar 3,469. Yang menunjukkan bahwa variabel bebas secara serempak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan mahasiswa dalam menggunakan jasa perbankan syariah.

Tabel 6 : Hasil Uji t (parsial) dan Analisis Regresi Linier Berganda

Coefficients<sup>a</sup>

Model	Unstandardized Coefficients		Standar dized Coeffici ents	T	Sig.
	B	Std. Error			
1 (Constant)	10,032	2,936		3,417	,001
Literasi Governance	,222	,091	,304	2,436	,017
	-,052	,188	-,034	-,276	,783

$$Y = 10,032 + 0,222x_1 + -0,052X_2 + e$$

Dimana :

Y = Keputusan Menggunakan

X1 = Literasi Keuangan Syariah

X2 = *Shariah Governance*

$\beta$  = Koefisien Variabel Bebas

ei = Variabel Pengganggu

Uji t (parsial) adalah untuk melihat pengaruh variabel-variabel bebas secara parsial terhadap variabel terikatnya. Berdasarkan hasil pada tabel perhitungan nilai t hitung dan taraf signifikansinya, maka dapat disusun persamaan regresi linear berganda sebagai berikut:

Interpretasi terhadap persamaan tersebut beserta uji hipotesis akan diberikan sebagai berikut:

#### Pengujian Hipotesis 1

Berdasarkan analisis data di atas, memiliki nilai signifikan  $0,2436 > 0,1,990$ . Sehingga terdapat pengaruh positif antara literasi keuangan syariah dengan keputusan mahasiswa dalam menggunakan jasa perbankan syariah secara signifikan.

#### Pengujian Hipotesis 2

Berdasarkan analisis data di atas, memiliki nilai signifikan  $0,-276 > 0,1,990$ .

Sehingga terdapat pengaruh negative antarashariah governance dengan keputusan mahasiswa dalam menggunakan jasa perbankan syariah tidak signifikan.

Untuk uji t (parsial) variabel literasi keuangan syariah menunjukkan, bahwa berdasarkan uji regresi (uji t) secara parsial pada pengaruh literasi keuangan syariah terhadap keputusan mahasiswa dalam menggunakan jasa perbankan syariah memberikan hasil sebesar  $T_{hitung} > T_{tabel}$  ( $2,436 > 1,990$ ). Sehingga dapat disimpulkan bahwa literasi keuangan syariah berpengaruh signifikan terhadap keputusan mahasiswa dalam menggunakan jasa perbankan syariah. Untuk itu, hipotesis yang mengatakan bahwa literasi keuangan syariah tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan mahasiswa dalam menggunakan jasa perbankan syariah dapat diterima. Serta berdasarkan nilai beta unstandarized coefficient, literasi keuangan syariah memiliki koefisien regresi sebesar 0,222. Artinya, bahwa keterpengaruhannya literasi keuangan syariah terhadap keputusan mahasiswa memiliki arah yang positif, sehingga apabila literasi keuangan syariah meningkat satu satuan, maka keputusan mahasiswa dalam menggunakan jasa perbankan syariah juga akan meningkat sebesar 0,222%.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang telah dilakukan oleh Ika Fitri H dan Satri Utama, "Analisis Tingkat Literasi Keuangan Syariah Mahasiswa serta Pengaruhnya terhadap Minat Mahasiswa menjadi Nasabah pada Lembaga Keuangan Syariah" yang menunjukkan adanya pengaruh signifikan literasi keuangan syariah terhadap minat mahasiswa menjadi nasabah pada LKS. Literasi keuangan syariah berpengaruh signifikan terhadap keputusan mahasiswa dalam menggunakan jasa perbankan syariah, dan variabel dependen yakni literasi keuangan syariah dan *shariah governance* berpengaruh signifikan terhadap keputusan mahasiswa dalam menggunakan jasa perbankan

syariah. Karena mahasiswa Ekonomi Syariah merupakan jurusan yang bergerak dalam pengkajian ekonomi syariah dan keuangan syariah. Mereka telah mengetahui dan memahami dengan baik lembaga jasa keuangan syariah, termasuk kelebihan dan kekurangan yang ada di dalamnya. Atas dasar pengetahuan itulah, mahasiswa Ekonomi Syariah mengambil keputusan untuk menggunakan jasa perbankan syariah.

Untuk uji t (parsial) variabel *shariah governance* menunjukkan, bahwa berdasarkan uji regresi (uji t) secara parsial pada pengaruh *shariah governance* terhadap keputusan mahasiswa Ekonomi Syariah dalam menggunakan jasa perbankan syariah memberikan hasil sebesar  $T_{hitung} < T_{tabel}$  (-2,76 < 1,990). Sehingga dapat disimpulkan bahwa *shariah governance* tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan mahasiswa Ekonomi Syariah dalam menggunakan jasa perbankan syariah. Untuk itu, hipotesis yang mengatakan bahwa *shariah governance* tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan mahasiswa Ekonomi Syariah dalam menggunakan jasa perbankan syariah dapat diterima. Serta berdasarkan nilai *beta unstandardized coefficient*, *shariah governance* memiliki koefisien regresi sebesar -0,052. Artinya, bahwa keterpengaruhannya *shariah governance* terhadap keputusan mahasiswa memiliki arah yang negatif, sehingga apabila penerapan *shariah governance* pada perbankan syariah meningkat satu satuan, maka keputusan mahasiswa dalam menggunakan jasa perbankan syariah juga akan meningkat sebesar -0,052%.

Hal ini tidak sejalan dengan penelitian Rahman El-Junusi yang berjudul "Implementasi *Syariah Governance* serta Implikasinya Terhadap Reputasi dan Kepercayaan Bank Syariah" yang mengatakan tidak adanya pengaruh yang signifikan *shariah governance* terhadap keputusan mahasiswa dalam menggunakan

jasa perbankan syariah. Kendati demikian, hal tersebut dipicu tidak adanya rasa percaya terhadap kepatuhan syariah (*shariah compliance*) oleh mahasiswa karena menganggap kepatuhan terhadap syariah sama saja dengan kepatuhan terhadap perbankan konvensional. Atas dasar itulah mahasiswa kurang percaya terhadap *shariah governance*.

Untuk uji f (serempak) penelitian ini menunjukkan, bahwa berdasarkan uji regresi (uji F) secara simultan pada pengaruh literasi keuangan dan *shariah governance* terhadap keputusan mahasiswa Ekonomi Syariah dalam menggunakan jasa perbankan syariah memberikan hasil sebesar  $F_{hitung} 3,469 > F_{tabel} 3,11$ . Sehingga dapat disimpulkan bahwa literasi keuangan syariah dan *shariah governance* secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap keputusan mahasiswa Ekonomi Syariah dalam menggunakan jasa perbankan syariah. Untuk itu, hipotesis yang mengatakan bahwa literasi keuangan syariah dan *shariah governance* secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap keputusan mahasiswa Ekonomi Syariah IAI Syarifuddin dalam menggunakan jasa perbankan syariah ditolak.

Kemudian, berdasarkan uji regresi R square memberikan hasil sebesar 0,060, yang artinya variabel  $X_1$  dan  $X_2$  dapat memberikan pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel Y sebesar 60%, sisanya 40% dipengaruhi oleh faktor lain diluar penelitian. Serta berdasarkan nilai *Beta Unstandardized Coefficient* pada tabel hasil uji regresi, diperoleh nilai Koefisien regresi untuk literasi keuangan syariah sebesar 0,222 dan *shariah governance* sebesar -0,052. Untuk itu, keterpengaruhannya literasi keuangan syariah dan *shariah governance* terhadap keputusan mahasiswa didominasi oleh variabel literasi keuangan syariah, dibuktikan dengan nilai koefisien regresi literasi keuangan syariah yang lebih

besar dari nilai koefisien regresi *shariah governance*.

Peneliti menduga, literasi keuangan syariah dan *shariah governance* secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap keputusan mahasiswa dalam menggunakan jasa perbankan syariah karena mereka merupakan mahasiswa jurusan Ekonomi Syariah dan pada dasarnya telah mengetahui dan memahami dengan baik teori keuangan syariah, lembaga keuangan syariah dan prinsip-prinsip syariah yang harus dipenuhi oleh lembaga keuangan syariah (*shariah governance*). Pengetahuan yang mereka miliki terkait keuangan syariah dan *shariah governance* serta tujuan mereka menjadi intelektual muslim dalam bidang ekonomi syariah, menjadikan mereka memiliki sifat *kaffah*, yaitu melaksanakan segala syariat islam secara keseluruhan atau totalitas. Sehingga, mereka dalam memutuskan menggunakan jasa keuangan syariah didasarkan pada pengetahuan yang mereka miliki dan lebih memperhatikan penerapan prinsip syariah.

Selain literasi keuangan syariah dan *shariah governance*, ditemukan adanya faktor lain yang dapat mempengaruhi keputusan mahasiswa dalam menggunakan jasa perbankan syariah, di antaranya yaitu:

Pendapatan atau uang saku. Mahasiswa yang memiliki uang saku atau pendapatan lebih, memiliki kemungkinan untuk menggunakan jasa perbankan. Sedangkan, mahasiswa yang memiliki uang saku atau pendapatan cukup, mereka enggan untuk menggunakan jasa perbankan, karena tidak memiliki modal untuk ditabung atau diinvestasikan.

Kepentingan. Mahasiswa belum menggunakan jasa perbankan syariah karena merasa belum memiliki kepentingan terhadap perbankan syariah. Namun demikian, mereka memiliki niatan untuk menggunakan jasa perbankan

syariah apabila dikemudian hari telah memiliki kepentingan.

Produk. Produk perbankan syariah juga memiliki pengaruh besar terhadap keputusan mahasiswa dalam menggunakan jasa perbankan syariah. Mahasiswa cenderung menggunakan jasa perbankan apabila produk yang tersedia dirasa sesuai dengan kebutuhan dan kepentingan mereka.

Pelayanan. Pelayanan yang diberikan oleh perbankan, juga berpengaruh terhadap keputusan mahasiswa dalam menggunakan jasa perbankan, baik perbankan syariah maupun perbankan konvensional. Mahasiswa cenderung menggunakan jasa perbankan yang memiliki pelayanan yang baik serta memberikan kenyamanan.

## 5. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dari hasil pembahasan yang telah diuraikan sebelumnya, maka dalam penelitian ini dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

- Variabel literasi keuangan syariah ( $X_1$ ) terhadap variable keputusan mahasiswa ( $Y$ ) dengan nilai  $\beta = 0,22$  dan signifikansi = 0,17 artinya variabel literasi keuangan syariah berpengaruh secara signifikan terhadap variable keputusan mahasiswa ( $Y$ ) pada mahasiswa Ekonomi Syariah di Institut Agama Islam Syarifuddin Lumajang.
- Variabel *shariah governance* ( $X_2$ ) terhadap keputusan mahasiswa ( $Y$ ), dengan nilai  $\beta = -0,052$  dan signifikansi = 0,783 artinya variabel *shariah governance* ( $X_2$ ) tidak berpengaruh secara signifikan terhadap variabel Keputusan mahasiswa ( $Y$ ) pada mahasiswa Ekonomi Syariah Institut Agama Islam Syarifuddin Lumajang.

- Variabel literasi keuangan syariah (X1) dan shariah governance (X2) bersama-sama berpengaruh secara simultan terhadap variabel keputusan mahasiswa (Y). Dibuktikan dengan Uji Regresi F (simultan) sebesar 0,036 lebih besar dari 0,05. Sehingga, hipotesis yang mengatakan bahwa literasi keuangan syariah dan *shariah governance* secara bersama-sama berpengaruh signifikanterhadap keputusan mahasiswa dalam menggunakan jasa perbankan syariah dapat diterima. Hasil uji R square juga menunjukkan bahwa variabel independen secara bersama-sama dapat menjelaskan terhadap variabel dependen sebesar 60%, dan sisanya 40% dijelaskan oleh faktor lain yang tidak terdapat dalam penelitian ini. Serta berdasarkan uji regresi berganda, diperoleh nilai koefisien regresi untuk literasi keuangan syariah sebesar 0,222 dan *shariah governance* sebesar -0,052. Untuk itu, keterpengaruhannya literasi keuangan syariah dan *shariah governance* terhadap keputusan mahasiswa didominasi oleh variabel literasi keuangan syariah, dibuktikan dengan nilai koefisien regresi literasi keuangan syariah yang lebih besar dari *shariah governance*.

## REFERENSI

- Abhimantra dkk.2013. *Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah (Mahasiswa) dalam Memilih Menabung pada Bank Syariah*. Proceeding PESAT (Psikologi, Ekonomi, Sastra, Arsitektur & Teknik Sipil) Vol. 5 Oktober 2013 Bandung, 8-9 Oktober 2013 ISSN: 1858-2559
- Agustianto, Membangun LItersi Keuangan Syariah (Bagian 2)
- Armstrong, Philip Kotler. 2008. *Prinsip-prinsip Pemasaran Edisi Dua Belas Jilid 1*. Jakarta: Erlangga
- Gumara, Thorik. 2007. *Marketing Muhammad "Strategi Andal dan Jitu Praktik Bisnis Nabi muhammad SAW"*. Bandung, Masania Prim
- Idat, Dhani Gunawan . 2002. "Trend Bank Syariah: Penurunan Terhadap Kepatuhan Prinsip Syariah,.Media Akuntansi
- Jurnal Rahman El-Junusi. 2018. "Implementasi Syariah Governance serta Implikasinya terhadap Reputasi dan Kepercayaan Bank Syariah". IAIN Walisongo. Semarang
- Kotler, Philip dan Armstrong. 2008. *Prinsip-prinsip Pemasaran Edisi Dua Belas Jilid 1*. Jakarta. Erlangga
- Kotler, Philip dan Kevin Lene Keller.2007. *Manajemen Pemasaran Edisi 12*. t.tp, PT Mancanan Jaya Cemerlang
- Kotler, Philip. 1997. *Manajemen Pemasaran Jilid 1*. Surakarta. PT Pabelan Surakarta
- Krisna, Supranto Nandan Lama. 2011. *Perilaku Konsumen & Strategi Pemasaran untuk Meningkatkan Persaingan Bisnis*. Jakarta. Mitra Wacana Media
- Otoritas Jasa Keuangan (OJK), Industri Jasa Keuangan Syariah
- Otoritas Jasa Keuangan (OJK), Snapshot Perbankan Syariah 2018&2019
- Otoritas Jasa Keuangan (OJK), Survey Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan Revisi 2017
- Rusdiyanto dkk. 2019. *Board of Sharia Supervisory dan Good Corporate Governance Governance pada Perbankan Syariah*. PT. Refika Aditama:Bandung
- Salinan Peraturan Otoritas Jasa Keuangan Nomor 76/ POJK.07/2016 Tentang Peningkatan Literasi Dan Inklusi Keuangan Di Sektor Jasa Keuangan Bagi Konsumen Dan/Atau Masyarakat
- Siswanto 2005. *Pengantar Manajemen*. Jakarta. PT Bumi Aksara

Sri Lestari dan Hajar Mukaromah, *Literasi Keuangan Syariah Pengelola Koperasi Pondok Pesantren An-Nawawi Kec. Gebang Kab. Purworejo, Jurnal Hukum Islam An-Nawa, Vol.XXII-Januari-Juni, Wiroso.2009. Produk Perbankan Syariah dilengkapi UU Perbankan Syariah dan*

*Kodifikasi Produk Bank Indonesia (Revisi 2011), Edisi 1 cetakan 1.Jakart. LPFE Usakti Zahroh, Aminatul. 2014. Total Quality Management. Yogyakarta. Ar-Ruzz Media*