

**[Papers]**

- “Determinants of Institutional Change and Collective Action in Coral Reef Management : Evidence from Lombok, Indonesia”  
**Aceng Hidayat**.....1-13
- “The Implementation of Improvement of Coral Reefs Uses”  
**Achmad Fahrudin and Christian Noell**.....14-24
- “Improvement of Animal Performance Through Probiotics Administration in Animal Nutrition”  
**Samadi**.....25-30
- “Online-Monitoring of Endogenous Fluorescence Signals in Fermentation-Cultures of *Rhodospirillum rubrum*”  
**Moh. Jeffri Suhardianto, Hartmut Grammel, and Effionora Anwar**.....31-38
- “Development of a New Class of the Ionic Liquids Based on 1,3-Dimethyl-1,2,3-benzotriazolium Cation”  
**Ahmad Mudzakir**.....39-48
- “Using Rainfall-Runoff-Model as Tool of Urban Flood Studies ”  
**Budi Heru Santosa**.....49-54
- “Unmanned Aerial Vehicle Technologies for Civil Applications: Potentials, Constraints, and Challenges”  
**Hendarko**.....55-64
- “Videos of Lessons: A Mean to Understand “Classroom Reality” and a Resource to Improve Science Lessons”  
**Ari Widodo**.....65-72
- “The Effects of Customer’s Psychological Factors on the Decision for Joining Syariah Folk Credit Banking”  
**Wheny Khristianto and Ahmad Rifa’i**.....73-86

# Editorial Board

## Chief Editor :

Dr. Ratno Nuryadi *Shizuoka University, Japan*  
Dr. Andi Utama *Bioteknologi-LIPI, Indonesia*

## Advisory Committee :

Dr. Masatoshi Iguchi *Bogor Research Station, Indonesia*  
Prof. Yoshiki Mikami *Nagaoka University of Technology, Japan*  
Prof. Emer.Dr. Kazutoshi Yamada *Chiba Industry Advancement Center, Japan*  
Dr. Mulyanto *BATAN, Indonesia*  
Adi Junjungan Mustafa *Chiba University, Japan & BAKOSURTANAL, Indonesia*  
Rudi Lumanto *The University of Electro-Communications, Japan*

## Committee :

Dr. Agus Setiyono *FKH-IPB, Indonesia*  
Agus Fanar Syukri *The University of Electro-Communications, Japan*  
Dr. Anto Tri Sugiarto *KIM-LIPI, Indonesia*  
Dr. Anto Satriyo Nugroho *P3TIE-BPPT, Indonesia & Chukyo University, Japan*  
Dr. Arief Budi Witarto *Bioteknologi-LIPI, Indonesia,*  
Dr. Budhy Kurniawan *FMIPA-UI, Indonesia*  
Dr. Edi Sukur *PT. Dirgantara Indonesia, Indonesia*  
Dr. Eniya Listiani Dewi *P3TM-BPPT, Indonesia*  
Dr. Is Helianti *BPPT, Indonesia*  
Dr. Muhammad Budi Setiawan *BATAN, Indonesia*  
Dr. Nurul Taufiqu Rochman *Fisika-LIPI, Indonesia*  
Dr. Rifaid M. Nur *Pengelolaan Limbah Radioaktif, BATAN, Indonesia*  
Dr. Sri Harjanto *FT-UI, Indonesia & Akita University, Japan*  
Dr. Yopi *Biotek-LIPI, Indonesia & Chuo University, Japan*

## ISTECS JOURNAL, Vol. V (Special Issue) / 2004

---

Publisher : Institute for Science and Technology Studies (ISTECS)  
Jl. Kalibata Selatan No.51 Rt 01/03  
Jakarta 12740, Indonesia.  
Tel / Fax : +62-21-798-4133  
<http://www.istecs.org>, e-mail: [hq@istecs.org](mailto:hq@istecs.org)

---

## Foreword

This special issue of the Istecs Journal presents selected articles delivered at the “*One day seminar of Indonesian students*” with the theme “*The opportunity and challenge of applying science and technology in Indonesia*”. The event organized by Istecs chapter Europe in collaboration with Indonesian student association (*PPI*) was held in Kiel, Germany on October 25, 2003. This seminar is of important for Indonesian students to discuss the challenge of applying their expertise and experience obtained from German universities and research centers for the development of Indonesia.

Nine articles covering a wide variety of topics are presented in this journal. The first two articles discuss the conditions and management of coral reefs in Indonesia. Subsequently, two articles explore the utilization of microorganisms for improving animal performance and for monitoring endogenous fluorescence signals. The next three articles present new technologies for developing a new class ionic liquid base, a model for managing flood, and the application of unmanned aerial vehicle technologies. This special issue also includes two social science articles about the use of videos for improving lessons and customer’s psychological factors in the decision for joining Syariah Folk Credit Bank.

The Istecs board would like to acknowledge the efforts of organizing committee to arrange the conference: Dr. Mohammad Mukhlis Kamal (*IPB, Indonesia*), Dr. Achmad Fahrudin (*IPB, Indonesia*), Dr. Ari Widodo (*UPI, Indonesia*), Dr. Gatot Pramono (*Bakosurtanal, Indonesia*), Dr. Poerbandono (*ITB, Indonesia*). Finally, we would like also to appreciate our guest editors for this special issue: Prof. Dr. Nuryani Rustaman (*UPI, Indonesia*), Dr. Achmad Fahrudin (*IPB, Indonesia*), Dr. Eugenius Renjaan (*Universitas Pattimura, Indonesia*), Dr. Muhammad Arif Budiman (*Orion Genomics, USA*), Ichwan Zuardy (*University of Bremen, Germany*), and Dr. Lukman Baga (*IPB, Indonesia*).

Dr. Ratno Nuryadi  
Dr. Andi Utama  
*Chief Editor*

**The Effects of Customer's Psychological Factors on the Decision for Joining  
Syariah Folk Credit Banking  
(Pengaruh Beberapa Faktor Psikologis Pada Pengambilan Keputusan Nasabah  
Untuk Menjadi Anggota Bank Perkreditan Rakyat Syariah)**

Wheny Khristianto and Ahmad Rifa'i

Jurusan Administrasi Niaga  
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Lampung  
Jl. Sumantri Brojonegoro, No. 1 Bandar Lampung, Indonesia 35145  
Email: wheny@yahoo.com  
(Received November 2, 2003; accepted for publication May 26, 2004)

---

**ABSTRACT**

The development of banking has stimulated the growth of various types of financial institutions. One of them is folk credit banking or Bank Perkreditan Rakyat (BPR). Its main concept is the sharing of profits between customers and bank. This system does not involve interest value or is known as a non-interest banking (BTB). Syariah folk credit banking (BPRS) is one type of BTB.

The objective of this research is to explain the influence of some psychological factors which affect customer's decision on joining the Syariah Folk Credit Banking. The research type is explanatory research in which relation among variables are explained to verify the hypothesis. The research was conducted at Sakai Sambayan's Syariah Folk Credit Banking in Natar, South Lampung. The results show that significant and positive relation between motivation variable and making of decision to become a member is 9,3%, while between perception and making of decision to be a member is 23,5%. Both variables (motivation and perceptible) have an influence of 37,8%. Rest of percentage (62,2%) is influenced by other factors which are unknown in this research.

**Keywords:** Non-Interest Banking, credit, syariah, psychological factor, consumer, motivation and perception.

**ABSTRAKSI**

Implikasi dari perkembangan dunia perbankan adalah timbulnya berbagai jenis dan bentuk lembaga keuangan. Salah satunya adalah Bank Perkreditan Rakyat (BPR). Konsep sistem yang diterapkan oleh lembaga ini adalah bentuk bagi hasil nasabah dengan bank itu sendiri. Sistem ini tidak memperhitungkan adanya bunga atau biasa disebut juga Bank Tanpa Bunga (BTB) yang salah satu bentuknya adalah Bank Perkreditan Rakyat Syariah (BPRS).

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mendapatkan gambaran beberapa faktor psikologis yang mempengaruhi konsumen, khususnya pada pengambilan keputusan nasabah untuk menjadi anggota BPRS dan menjelaskan pengaruh antara beberapa faktor psikologis terhadap pengambilan keputusan bagi nasabah berdasarkan teori dan data yang ada. Hipotesisnya adalah adanya pengaruh positif dan signifikan antara faktor-faktor psikologis terhadap pengambilan keputusan nasabah menjadi anggota BPRS.

Jenis penelitian ini adalah penelitian penjelasan (*explanatory research*), yang menjelaskan hubungan antar variable penelitian dan menguji hipotesis yang telah dirumuskan. Penelitian ini dilakukan di Natar, Lampung Selatan, dengan mengambil sampel pada nasabah BPRS Sakai Sambayan.

---

Berdasarkan hasil penelitian terdapat hubungan yang signifikan dan positif antara variable motivasi responden dengan pengambilan keputusan untuk menjadi anggota BPRS yaitu sebesar 9,3%. Sedangkan variable persepsi dengan pengambilan keputusan untuk menjadi anggota BPRS yaitu sebesar 23,5%. Kedua variabel tersebut (motivasi dan persepsi) secara bersama-sama mempunyai pengaruh sebesar 37,8% sisanya sebesar 62,2% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

**Kata kunci :** Bank Tanpa Bunga, kredit, syaria'ah, faktor psikologis, konsumen, motivasi dan persepsi.

---

## 1. PENDAHULUAN

Dengan menjamurnya bank-bank selama pola operasinya tidak berubah yaitu konvensional (dengan sistem bunga), maka jelas usaha skala kecil dan menengah tidak akan pernah menikmati hasilnya, walaupun mereka rajin menabung. Atau dengan kata lain, ada asumsi bahwa bank-bank tersebut hanyalah untuk masyarakat kelas menengah ke atas. Asumsi tersebut bukannya tanpa akibat, karena pada kenyataannya sebagian besar pengusaha kelas bawah dan menengah mengambil kredit dari "Bank Thitil".

Dalam diskursus mengenai ekonomi, usaha kecil sebagai bagian integral dunia usaha yang merupakan kegiatan ekonomi rakyat, mempunyai kedudukan potensi dan peran yang strategis untuk mampu mewujudkan struktur perekonomian yang semakin seimbang.

Melihat kondisi tersebut, perlu dipikirkan bentuk bank baru atau lembaga keuangan yang sesuai. Seperti yang diinformasikan oleh Majalah Info Bank (No.124, 1990:24) [1] disebutkan bahwa pada tahun 1990, hasil survei menunjukkan sikap masyarakat terhadap bunga bank adalah berikut : 31,7 tidak setuju, 25,9% kurang setuju, 8,1% sangat tidak setuju, 34,3% setuju. Hal ini menunjukkan bahwa hampir dua pertiga responden tidak setuju dengan adanya bunga bank.

Sebagai tindak lanjut, pemerintah memberi alternatif dengan penetapan Bank Perkreditan Rakyat (BPR) yang beroperasi dengan sistem bagi hasil. Penetapan ini tercantum dalam Undang-Undang Perbankan No. 7 tahun 1992 pasal 5 ayat 1, yang diatur lebih lanjut pada Bab 3 pasal 13. Namun, undang-undang itu belum memberikan landasan hukum yang cukup kuat terhadap perkembangan bank syariah karena belum secara tegas mencantumkan kata *Prinsip Syariah* dalam kegiatan usaha bank [2]. Selain itu, pengertian bank bagi hasil yang dimaksudkan dalam undang-undang tersebut belum mencakup secara tepat pengertian bank syariah yang mempunyai cakupan lebih luas dari bagi hasil. Demikian pula dengan ketentuan operasional, sampai dengan tahun 1988 belum terdapat perangkat hukum operasional lengkap yang secara khusus mengatur kegiatan usaha bank syariah.

---

Dengan diberlakukannya Undang-Undang No. 10 Tahun 1998 yang menetapkan sistem perbankan di Indonesia sebagai “*dual banking system*“ : konvensional dan syariah dimana bank-bank konvensional beroperasi berdampingan dengan bank-bank syariah, maka landasan hukum bank syariah telah cukup jelas dan kuat dari segi kelembagaannya maupun landasan operasionalnya. Selanjutnya dengan diberlakukannya Undang-Undang No. 23 Tahun 1999, Bank Indonesia dapat melaksanakan kebijakan moneter berdasarkan prinsip-prinsip syariah, sehingga Bank Indonesia dapat pula mempengaruhi likuiditas perekonomian melalui bank-bank syariah seperti menggunakan Sertifikat Wadiah Bank Indonesia (SBWI) untuk menampung kelebihan likuiditas bank syariah tanpa bunga.

Dalam perkembangan sistem keuangan dan keuangan ekonomi bebas bunga memang sangat dipengaruhi oleh opini yang berkembang di masyarakat secara umum. Menurut Budi Utomo, hasil survei yang dilakukan oleh Tim Penelitian dan Pengembangan Bank Syariah, Bank Indonesia didapatkan data yang menunjukkan bahwa pandangan masyarakat mengenai sistem bunga dikelompokkan menjadi tiga pendapat : (1) bertentangan dengan ajaran agama, (2) tidak bertentangan dengan ajaran agama, (3) tidak tahu/ragu-ragu. Sebagai contoh di Jawa Barat survei membuktikan kelompok 1 sebanyak 62%, kelompok 2 sebanyak 22%, dan kelompok 3 sebanyak 16%. Di Jawa Tengah dan DIY membuktikan bahwa kelompok 1 sebanyak 48%, kelompok 2 sebanyak 21%, dan kelompok 3 sebanyak 31%. Sementara di Jawa Timur yang notabene mayoritas NU menunjukkan hasil bahwa 44,2% dari nasabah menyatakan setuju bahwa bunga bank adalah haram, sedangkan 55,8% dari responden memiliki pandangan bahwa bunga bank adalah halal [2].

Data di atas menunjukkan bahwa kesadaran masyarakat akan haramnya bunga bank cukup besar. Hal lain yang bisa dijadikan indikator kesadaran masyarakat ini adalah dengan semakin meningkatnya jumlah BPR Syariah (BPRS) dari waktu ke waktu dan aliran dana masyarakat pada perbankan syariah tersebut. Dalam makalahnya, Budi Utomo juga menyebutkan bahwa data per 28 Pebruari 2001, di seluruh Indonesia terdapat 151 bank umum dan 2.425 BPR, dengan jumlah total volume usaha hingga Desember 2000 sebesar Rp. 1.030 triliun, dana masyarakat sebesar Rp. 699,1 triliun, dan penyaluran kredit Rp. 281,7 triliun. Dari total volume usaha perbankan nasional tersebut, terdapat 2 bank umum syariah (Bank Muamalat Indonesia dan Bank Syariah Mandiri), dan 3 bank umum yang membuka kantor cabang syariah (BNI, Bank IFI, dan Bank Jabar) yang secara total terdapat 38 cabang syariah, dan 79 BPRS, dengan total volume usaha sebesar Rp. 1,79 triliun (0,17%), total dana masyarakat sebesar Rp. 1,03 triliun (0,15%), dan total pembiayaan sebesar Rp. 1,28 triliun (0,46%) [2].

Selain itu, peranan perbankan syariah dalam mobilisasi dana dan penyaluran

---

pembiayaan mengalami peningkatan yaitu masing-masing menjadi 0,05% dan 0,08% pada tahun 1998 menjadi 0,07% dan 0,17% pada tahun 1999. Peningkatan peran perbankan syariah dalam penyaluran pembiayaan yang sedemikian rupa, disebabkan terutama adanya peningkatan volume penyaluran pembiayaan dari Rp. 445 miliar pada tahun 1998 menjadi Rp. 472 miliar pada tahun 1999 dan pada saat yang bersamaan penyaluran kredit oleh perbankan konvensional menurun dari Rp. 545 triliun menjadi Rp. 227 triliun.

Kesemua hal di atas merupakan bukti bahwa Bank Tanpa Bunga (BTB) dengan seluruh karakteristiknya telah mendapat sambutan positif dari masyarakat. Salah satu bentuk dari BTB tersebut adalah BPRS. Tentunya fenomena di atas juga menunjukkan perilaku konsumen, dalam hal ini adalah nasabah, tidak lagi terpaku pada bank konvensional. Akan tetapi sudah menjadikan BPRS sebagai salah satu alternatif dalam aktivitas ekonomi. Perilaku nasabah ini tentu salah satunya dipengaruhi oleh faktor psikologis sebagai faktor internal yang dapat memberikan pengaruh yang kuat dalam mempengaruhi konsumen pada perilaku pembeliannya.

Oleh karena itu, dalam penelitian ini peneliti ingin menggambarkan tentang beberapa faktor psikologis sebagai bagian dari perilaku konsumen dan menjelaskan pengaruh beberapa faktor psikologis terhadap pengambilan keputusan bagi nasabah.

## **2. METODE PENELITIAN**

Jenis penelitian ini adalah sebagaimana dikatakan oleh Masri Singarimbun dan Sofyan Efendi (1989:5) [3] adalah penelitian penjelasan (*explanatory research*), yang menjelaskan hubungan antar variable penelitian dan menguji hipotesis yang telah dirumuskan. Sehingga pada jenis penelitian ini jelas ada hipotesis yang akan diuji kebenarannya. Hipotesis itu sendiri menggambarkan hubungan antara dua atau lebih variabel; untuk mengetahui apakah sesuatu variabel berasosiasi atautkah tidak dengan variabel lainnya: atau apakah sesuatu variabel disebabkan/dipengaruhi atautkah tidak oleh variabel lainnya. Penelitian ini dilakukan di Natar, Lampung Selatan, dengan mengambil sampel pada 130 nasabah Bank Perkreditan Rakyat Syariah Sakai Sambayan. Pengambilan sampel dilakukan secara acak sederhana (*simple random sampling*), dimana sampel diambil sedemikian rupa sehingga tiap unit penelitian atau satuan elementer dari populasi mempunyai kesempatan yang sama untuk dipilih sebagai sampel.

Landasan teori dalam penelitian ini, mengacu pada pendapat Philip Kotler (1995:203) [4] dimana faktor-faktor utama yang mempengaruhi perilaku konsumen adalah kebudayaan, sosial, kepribadian dan kejiwaan. Dimana faktor kejiwaan terdiri dari variabel motivasi, persepsi, belajar, dan kepercayaan.

Untuk memudahkan penelitian, peneliti hanya mengambil variabel motivasi dan persepsi. Dua variable ini kemudian disebut sebagai variable bebas. Motivasi menurut Philip Kotler (1991: 245) [5] adalah suatu kebutuhan yang cukup mendesak untuk mengarahkan seseorang agar dapat mencari pemuasan terhadap kebutuhan. Sedangkan persepsi menurut Gibson, Ivancevich dan Donnelly (1991:56) [6] adalah proses kognitif yang dipergunakan oleh seseorang untuk menafsirkan dan memahami dunia sekitar. Sedangkan variable terikat pada penelitian ini adalah pengambilan keputusan nasabah. Pengambilan keputusan menurut S.P. Siagian (1984:75) [7] adalah usaha untuk lebih menjamin bahwa hal-hal yang terjadi dalam organisasi adalah disengaja untuk terjadi demikian, bukan karena kebetulan.

Pada penelitian ini pengukuran dilakukan dengan menggunakan skala ordinal. Selanjutnya agar jawaban responden dapat diukur maka jawaban responden diberi skor. Pemberian skor ini menggunakan skala Likert. Skala Likert adalah tipe sakala yang kadang-kadang digunakan untuk mengukur sikap. Selanjutnya dalam prosedur skala Likert ini sejumlah pertanyaan disusun dengan jawaban responden berada dalam satu kontinum antara sangat setuju sampai kurang setuju. Penilaian terhadap jawaban diberikan sesuai dengan penyusunan item dengan bobot nilai antara 1 sampai dengan 5.

### 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

#### 3. 1. Gambaran Responden Yang Diteliti

Dari hasil penelitian yang telah dilakukan terhadap 130 orang responden melalui penyebaran kuesioner, gambaran tentang karakteristik responden dapat dilihat pada Tabel 1 berikut ini.

Tabel. 1. Karakteristik Responden Pada Faktor Profesi

KETERANGAN	JUMLAH	
	ORANG	PERSENTASE (%)
1. PNS / ABRI	4	3,08
2. Pegawai Swasta	37	28,46
3. Wiraswasta	27	20,77
4. Petani	8	6,15
5. Ibu Rumah Tangga	15	11,54
6. Lain – Lain (mahasiswa, dll)	39	30
JUMLAH	130	100

Sumber : Data primer yang diolah.

Hal ini dapat ditarik suatu kesimpulan bahwa produk ini tidak saja digunakan oleh para pekerja yang berpenghasilan namun juga telah merambat kepada kalangan ibu rumah tangga bahkan para pelajar dan mahasiswa juga ikut menggunakannya. Hal ini menunjukkan bahwa keberadaan produk ini sangat membantu dan menguntungkan berbagai lapisan masyarakat baik dari kalangan dewasa hingga remaja.

---

## 3.2. Variabel Penelitian

### 3.2.1. Variabel Motivasi

Tabel 2. Persentase variable motivasi

No.	Item pertanyaan	Sangat Setuju (%)	Setuju (%)	Cukup setuju (%)	Kurang setuju (%)	Sangat kurang setuju (%)
1.	Keadaan pekerjaan (ekonomi, kedudukan, jabatan) Anda saat ini mengharuskan Anda untuk memakai jasa BPRS	38,47	25,38	17,69	13,08	5,38
2.	Dengan menjadi nasabah di BPRS, Anda merasa dihargai oleh kelompok Anda	24,62	30,77	26,15	13,08	5,38
3.	Menurut Anda BPRS adalah sarana yang dapat memperlancar proses ekonomi masyarakat	44,61	38,47	13,30	4,62	-
4.	Anda merasa aman menjadi nasabah BPRS karena dikelola berdasarkan prinsip perbankan Islam	59,23	30,77	8,46	0,77	0,77

Sumber: Data primer yang diolah.

Berdasarkan variabel motivasi (X1), dapat diketahui bahwa pada item pertama sebanyak 50 jawaban mengatakan sangat setuju bahwa keadaan pekerjaan menyebabkan nasabah untuk menggunakan jasa BPRS dan ini merupakan tingkat kemunculan paling tinggi yaitu sebesar 38,47%. Sedangkan responden yang menjawab setuju sebanyak 33 jawaban atau sekitar 25,38%. Untuk responden yang menjawab cukup setuju sebanyak 23 jawaban atau sekitar 17,69% dan untuk responden yang menjawab kurang setuju sebanyak 17 jawaban atau sekitar 13,08%. Sedangkan responden yang menjawab sangat kurang setuju sebanyak 7 Jawaban atau sekitar 5,38% dan ini merupakan tingkat kemunculan yang paling kecil.

Selanjutnya pada item kedua pada variabel motivasi (X1) diketahui bahwa sebanyak 32 responden atau sekitar 24,62% menjawab sangat setuju apabila dengan memakai BPRS merasa dihargai kelompoknya. Sedangkan jawaban yang mempunyai tingkat kemunculan paling tinggi adalah responden yang menjawab setuju sebanyak 40 jawaban atau sekitar 30,77%. Untuk responden yang menjawab cukup setuju sebanyak 34 jawaban atau sekitar 26,15% dan untuk responden yang menjawab kurang setuju sebanyak 17 jawaban atau sekitar 13,08%. Sedangkan responden yang menjawab sangat kurang setuju sebanyak 7 Jawaban atau sekitar 5,38% dan ini merupakan tingkat kemunculan yang paling kecil.

Sedangkan pada item ketiga dari variabel motivasi (X1), diketahui bahwa sebanyak 58 jawaban mengatakan sangat setuju bahwa BPR Syariah adalah sarana yang memudahkan penggunaannya untuk melakukan aktivitas ekonomi dan ini merupakan tingkat kemunculan paling tinggi yaitu sebesar 44,61%. Sedangkan responden yang

menjawab setuju sebanyak 50 jawaban atau sekitar 38,47%. Untuk responden yang menjawab cukup setuju sebanyak 16 jawaban atau sekitar 13,30% dan untuk responden yang menjawab kurang setuju sebanyak 6 jawaban atau sekitar 4,62% dan ini merupakan tingkat kemunculan jawaban yang paling kecil.. Tidak ada responden yang mengatakan sangat kurang setuju pada item ini, jadi pada dasarnya mereka setuju dengan pertanyaan item ini.

Pada item terakhir atau keempat dari variabel motivasi (X1), diketahui bahwa sebanyak 77 jawaban mengatakan sangat setuju bahwa dirinya merasa aman menggunakan BPRS karena dikelola berdasarkan prinsip perbankan Islam dan ini merupakan tingkat kemunculan paling tinggi yaitu sebesar 59,23%. Sedangkan responden yang menjawab setuju sebanyak 40 jawaban atau sekitar 30,77%. Untuk responden yang menjawab cukup setuju sebanyak 11 jawaban atau sekitar 8,46% dan untuk responden yang menjawab kurang setuju hanya 1 jawaban atau sekitar 0,77%. Hal ini juga didapat pada responden yang menjawab sangat kurang setuju sebanyak 1 jawaban atau sekitar 0,77%.

### 3. 2. 2. Variabel Persepsi

Tabel 3. Persentase variable persepsi

No.	Item pertanyaan	Sangat Setuju (%)	Setuju (%)	Cukup setuju (%)	Kurang setuju (%)	Sangat kurang setuju (%)
1.	Informasi dari BPRS berperan untuk menambah wawasan.	31,54	36,15	23,85	6,15	2,31
2.	BMT yang dikelola dengan prinsip perbankan Islam punya keunggulan tersendiri.	44,62	31,54	13,85	3,85	3,85
3.	Produk-produk pinjaman dengan prinsip perbankan Islam dapat membantu memecahkan permasalahan ekonomi masyarakat.	42,31	40,77	10,77	5,38	0,77
4.	BPRS merupakan salah satu BPR yang memperoleh tingkat kepercayaan yang baik dari masyarakat.	39,23	30	23,85	6,92	3,85
5.	Dengan prinsip perbankan Islam, kecil kemungkinannya mengalami kasus kredit macet seperti yang terjadi di bank-bank konvensional.	26,92	23,85	18,46	23,08	7,69

Sumber: Data primer yang diolah

Berdasarkan variabel motivasi (X2) dapat diketahui bahwa pada item pertama sebanyak 41 responden atau sekitar 31,54% menjawab sangat setuju apabila informasi dari pihak BPRS berperan untuk menambah wawasan nasabah untuk menggunakan jasa BPRS. Pada item ini responden lebih banyak memilih jawaban setuju yaitu sebanyak 47

---

jawaban atau sekitar 36,15%. Sedangkan responden yang memilih jawaban cukup setuju sebanyak 31 orang atau sebesar 23,85% dan kurang setuju sebanyak 8 orang atau sekitar 6,15%. Adapun jumlah paling sedikit pada item ini ada pada jawaban tidak setuju yaitu sebesar 2,31% atau sebanyak 3 orang.

Pada item kedua dari variable motivasi (X2) dengan pertanyaan Apakah BPRS yang dikelola dengan prinsip perbankan Islam punya keunggulan tersendiri, sebanyak 58 orang atau sekitar 44,62% menjawab sangat setuju dengan pertanyaan diatas dan merupakan jumlah jawaban paling banyak pada item ini. Selanjutnya responden yang menjawab dengan setuju sebanyak 41 orang atau sekitar 31,54% dan sebanyak 18 orang menjawab cukup setuju atas pertanyaan ini atau sekitar 13,85%. Untuk jawaban kurang setuju pada item ini, sebanyak 8 orang atau sekitar 3,85% dari total responden telah memilihnya, dan 5 orang atau sekitar 3,85% saja yang memilih jawaban tidak setuju atas pertanyaan diatas.

Sedangkan pada item ketiga dengan pertanyaan setujukah anda produk-produk BPRS dapat membantu memecahkan masalah ekonomi masyarakat, dapat diketahui bahwa ternyata responden lebih banyak menjawab sangat setuju atas pertanyaan diatas dengan 55 orang atau sekitar 42,31% dari total responden. Sedangkan yang memilih jawaban setuju sebanyak 53 orang atau sekitar 40,77%, dan 14 orang memilih jawaban cukup setuju sebanyak 14 orang atau sekitar 10,77%. Selanjutnya, responden yang menjawab kurang setuju sebanyak 7 orang atau sekitar 5,38%, dan hanya 1 orang atau sekitar 0,77% responden yang menjawab tidak setuju atas pertanyaan tersebut.

Pada pertanyaan keempat dari variable motivasi (X2), dengan pertanyaan setujukah anda BPRS merupakan salah satu Bank Perkreditan Rakyat yang memperoleh tingkat kepercayaan yang baik dari masyarakat sebanyak 51 orang atau sekitar 39,23% menjawab sangat setuju dengan pertanyaan diatas dan merupakan jumlah jawaban paling banyak pada item ini. Selanjutnya responden yang menjawab dengan setuju sebanyak 39 orang atau sekitar 30% dan sebanyak 31 orang menjawab cukup setuju atas pertanyaan ini atau sekitar 23,85%. Untuk jawaban kurang setuju pada item ini, sebanyak 9 orang atau sekitar 6,92% dari total responden telah memilihnya, dan 5 orang atau sekitar 3,85% saja yang memilih jawaban tidak setuju atas pertanyaan diatas.

Pada item kelima atau terakhir dari variable motivasi (X2) dengan pertanyaan menurut Anda, dengan prinsip perbankan Islam, kecil kemungkinannya mengalami kasus kredit macet seperti di bank-bank yang menerapkan sistem bunga, sebanyak 35 orang atau sekitar 26,92% menjawab sangat setuju dengan pertanyaan diatas dan merupakan jumlah jawaban paling banyak pada item ini. Selanjutnya responden yang menjawab dengan setuju sebanyak 31 orang atau sekitar 23,85% dan sebanyak 24 orang menjawab cukup setuju atas pertanyaan ini atau sekitar 18,46%. Untuk jawaban kurang setuju pada

item ini, sebanyak 30 orang atau sekitar 23,08% dari total responden telah memilihnya, dan 10 orang atau sekitar 7,69% saja yang memilih jawaban tidak setuju atas pertanyaan diatas.

### 3. 2. 3. Variabel Pengambilan Keputusan (Y)

Tabel 4. Persentase variable pengambilan keputusan

No.	Item pertanyaan	Sangat Setuju (%)	Setuju (%)	Cukup setuju (%)	Kurang setuju (%)	Sangat kurang setuju (%)
1.	Tidak adanya prinsip bunga menjadi pertimbangan untuk memakai jasa BPRS.	42,31	30,77	12,31	10,00	4,62
2.	Ringannya beban cicilan pada produk pembiayaan menjadi pertimbangan untuk memakai jasa BPRS.	34,62	36,15	20,77	4,62	3,85
3.	Mudahnya persyaratan untuk menjadi nasabah menjadi pertimbangan untuk memakai jasa BPRS.	35,38	38,46	10,00	11,54	4,62
4.	Adanya sistem pembagian keuntungan setelah usaha menjadi pertimbangan untuk memakai jasa BPRS.	24,62	36,92	26,15	6,15	6,15
5.	Adanya prinsip tanggung bersama apabila ada kerugian menjadi pertimbangan untuk memakai jasa BPRS.	24,62	32,31	16,15	10,00	16,92

Sumber: Data primer yang diolah

Berdasarkan tabel variabel pengambilan keputusan (Y) di atas dapat ditarik suatu kesimpulan bahwa pada item pertama dengan pertanyaan apakah tidak adanya sistem bunga di BPRS menjadi pertimbangan Anda dalam pengambilan keputusan menggunakan jasa BPRS, diketahui bahwa sebanyak 55 responden atau sekitar 42,31% menjawab sangat setuju dengan pertanyaan diatas. Jumlah ini merupakan jumlah jawaban terbesar dalam item ini. Selanjutnya responden yang menjawab setuju sebanyak 40 orang atau sebesar 30,77% dari total responden, dan 16 orang atau sekitar 12,31% menjawab cukup setuju terhadap pertanyaan di atas. Sedangkan mereka yang menjawab kurang setuju terhadap pertanyaan ini sebesar 13 orang atau sekitar 10,00%, dan responden yang menjawab tidak setuju terhadap pertanyaan ini adalah 6 orang dari total responden atau sekitar 4,62%.

Pada item kedua dengan pertanyaan apakah ringannya cicilan pada produk BPRS menjadi pertimbangan Anda dalam pengambilan keputusan menggunakan jasa BPRS, diperoleh hasil bahwa sebanyak 45 orang responden atau sekitar 34,62% sangat setuju atas pertanyaan tersebut. Untuk jawaban setuju mendapatkan jumlah paling besar dengan 47 orang atau sekitar 36,15% dari total responden. Sedangkan mereka yang menjawab cukup setuju sebesar 27 responden atau sekitar 20,77%, dan mereka yang menjawab

---

kirang setuju sebesar 6 orang atau sekitar 4,62%. Sisanya adalah mereka yang menjawab tidak setuju terhadap pertanyaan diatas dengan jumlah 5 orang atau sekitar 3,85%.

Selanjutnya pada item ketiga dengan pertanyaan apakah mudahnya persyaratan menjadi anggota BPRS menjadi pertimbangan Anda untuk menggunakan produk BPRS, diperoleh hasil bahwa sebanyak 46 orang responden atau sekitar 35,38% sangat setuju atas pertanyaan tersebut. Untuk jawaban setuju mendapatkan jumlah paling besar dengan 50 orang atau sekitar 38,46% dari total responden. Sedangkan mereka yang menjawab cukup setuju sebesar 13 responden atau sekitar 10,00%, dan mereka yang menjawab kurang setuju sebesar 15 orang atau sekitar 11,54%. Sisanya adalah mereka yang menjawab tidak setuju terhadap pertanyaan diatas dengan jumlah 6 orang atau sekitar 4,62%.

Sedangkan pada item keempat dengan pertanyaan apakah adanya pembagian keuntungan setelah usaha menjadi pertimbangan Anda dalam pengambilan keputusan menggunakan jasa BPRS, diketahui bahwa sebanyak 32 responden atau sekitar 24,62% menjawab sangat setuju dengan pertanyaan diatas. Selanjutnya responden yang menjawab setuju sebanyak 48 orang atau sebesar 36,92% dari total responden dan ini merupakan jawaban terbesar pada item ini. Selanjutnya 34 orang atau sekitar 26,15% menjawab cukup setuju terhadap pertanyaan di atas. Mereka yang menjawab kurang setuju terhadap pertanyaan ini sebesar 8 orang atau sekitar 6,15% dan hasil tersebut juga diperoleh responden yang menjawab tidak setuju terhadap pertanyaan diatas.

Pada item terakhir dari variabel pengambilan keputusan (Y), sebanyak 32 orang responden atau sekitar 24,62% menjawab sangat setuju terhadap pertanyaan apakah adanya sikap apabila ada kerugian akan ditanggung bersama-sama menjadi pertimbangan Anda dalam pengambilan keputusan menggunakan jasa BPRS. Sedangkan jumlah jawaban terbesar pada pertanyaan ini adalah mereka yang menjawab setuju dengan 42 orang responden atau sekitar 32,31%. Selanjutnya mereka yang menjawab cukup setuju sebesar 21 responden atau sekitar 16,15%, dan mereka yang menjawab kurang setuju sebesar 13 orang atau sekitar 10,00%. Sisanya adalah mereka yang menjawab tidak setuju terhadap pertanyaan diatas dengan jumlah 22 orang atau sekitar 16,92%.

### **3. 3. Analisa Data dan Interpretasi**

#### **3. 3. 1. Uji Reliabilitas Data**

Uji reabilitas data dilakukan guna mengetahui validitas dari data yang diperoleh untuk dapat dipercaya atau diandalkan. Hasil dari penghitungan uji reabilitas ini menghasilkan tingkat koefisien reabilitas sebesar 0,6526. Hal ini menunjukkan bahwa data yang terdapat dalam penelitian ini dapat dikatakan valid atau reliabel. Hal ini

---

dikarenakan nilai koefisien reabilitas dari data ini lebih besar dari nilai kritis yaitu sebesar 0,5.

### **3.3.2. Hubungan Antar Variabel**

#### **3.3.2.1. Hubungan Antara Motivasi Dengan Keputusan Konsumen**

Berdasarkan hasil perhitungan dapat diketahui bahwa bahwasanya T hitung sebesar 0.297 dan menunjukkan hasil yang lebih besar dari hasil T tabel sebesar 0.01. Hal ini menunjukkan bahwa adanya hubungan yang bersifat positif dan signifikan antara motivasi dengan keputusan konsumen untuk menggunakan jasa BPRS. Hal lain juga mengindikasikan jika motivasi konsumen untuk menggunakan jasa BPRS cukup tinggi, maka kecenderungan untuk mengambil keputusan menabung di BPRS pun cukup tinggi. Begitu juga sebaliknya, apabila motivasi konsumen untuk menggunakan jasa BPRS rendah, maka kecenderungan untuk mengambil keputusan menabung di BPRS pun rendah.

Berdasarkan perhitungan itu juga, maka diperoleh hasil bahwa t hitung sebesar 1,133 atau lebih kecil jika dibandingkan dengan probabilitas yang digunakan dalam penelitian ini yaitu sebesar 10%. Hasil ini dapat disimpulkan bahwa dalam penelitian ini menolak hipotesis  $H_0$  (Hipotesis nol) dan menerima hipotesis  $H_a$  (Hipotesis Alternatif).

#### **3.3.2.2. Hubungan Antara Persepsi dengan Keputusan Konsumen**

Berdasarkan hasil perhitungan dapat diketahui bahwa bahwasanya T hitung sebesar 0.367 dan menunjukkan hasil yang lebih besar dari hasil T tabel sebesar 0.01. Hal ini menunjukkan bahwa adanya hubungan yang bersifat positif dan signifikan antara persepsi konsumen dengan keputusan konsumen untuk menggunakan jasa BPRS. Hal lain juga mengindikasikan jika persepsi konsumen untuk menggunakan jasa BPRS syariah cukup tinggi, maka kecenderungan untuk mengambil keputusan menabung di BPRS pun cukup tinggi. Begitu juga sebaliknya, apabila persepsi konsumen untuk menggunakan jasa BPRS rendah, maka kecenderungan untuk mengambil keputusan menabung di BPRS pun rendah.

Berdasarkan perhitungan itu juga, maka diperoleh hasil bahwa t hitung sebesar 2,862 atau lebih kecil jika dibandingkan dengan probabilitas yang digunakan dalam penelitian ini yaitu sebesar 10%. Hasil ini dapat disimpulkan bahwa dalam penelitian ini menolak hipotesis  $H_0$  (Hipotesis nol) dan menerima hipotesis  $H_a$  (Hipotesis Alternatif).

---

### **3. 3. 2. 3. Hubungan Antara Motivasi dengan Persepsi**

Berdasarkan data yang diolah dalam perhitungan menunjukkan adanya hubungan antara variabel tingkat motivasi dengan tingkat persepsi konsumen. Hubungan tersebut adalah jika tingkat motivasi yang ada pada responden tinggi maka terdapat kecenderungan tingkat persepsi dari responden pun tinggi. Begitu juga sebaliknya, apabila tingkat motivasi yang ada pada responden rendah maka terdapat kecenderungan tingkat persepsi responden pun juga ikut rendah.

Hal ini sudah dibuktikan pada hasil perhitungan dimana pada uji statistik diperoleh hasil bahwa T hitung sebesar 0.607 yang berarti lebih besar dibandingkan dengan T tabel sehingga memperkuat indikasi adanya hubungan yang bersifat positif dan berpengaruh antara variabel motivasi dengan persepsi yang ada pada responden.

### **3. 3. 3. Pengaruh Antar Variabel**

#### **3. 3. 3. 1. Pengaruh Motivasi Dengan Pengambilan Keputusan**

Untuk mengetahui pengaruh antara motivasi dengan pengambilan keputusan yang ada pada responden maka dilakukan uji statistik dengan menggunakan metode part analisis (analisis jalur). Berdasarkan hasil perhitungan dengan uji statistik tersebut dapat diperoleh hasil bahwa pengaruh dua variabel tersebut sebesar 0.093. Ini berarti, pengaruh variable motivasi terhadap pengambilan keputusan, bahwa kondisi/keadaan dalam diri individu terutama yang berkaitan dengan kebutuhan fisiologis, penghargaan dan perwujudan diri, rasa sosial, dan kebutuhan akan keamanan mampu mempengaruhi responden untuk menjadi nasabah BPRS, sehingga jika variable motivasi ini nilainya naik, maka akan menimbulkan kenaikan pula pada variabel pengambilan keputusan.

#### **3. 3. 3. 2. Pengaruh Persepsi Dengan Pengambilan Keputusan**

Berdasarkan hasil perhitungan dengan uji statistik part analisis dapat diperoleh hasil bahwa pengaruh dua variabel tersebut sebesar 0.235. Ini berarti bahwa kondisi/keadaan dalam diri individu terutama yang berkaitan dengan informasi, keunggulan prinsip perbankan Islam, penilaian terhadap produk-produk pinjaman, tingkat kepercayaan masyarakat, dan kemampuan untuk memperkecil permasalahan perbankan (kredit macet) mampu mempengaruhi responden untuk menjadi nasabah BPRS. Sehingga bila nilai variable persepsi mengalami kenaikan, maka akan menaikkan pula nilai dari variable pengambilan keputusan.

#### **3. 3. 3. 3. Pengaruh Motivasi Dengan Persepsi**

Berdasarkan hasil perhitungan dengan uji statistik part analisis dapat diperoleh hasil

---

bahwa pengaruh dua variabel tersebut sebesar 0.235. Hal ini berarti bahwa persepsi kuesioner terhadap BPRS mempunyai pengaruh sebesar 23,5% terhadap pengambilan keputusan responden untuk menjadi nasabah BPRS. Kenyataan tersebut terjadi mengingat responden harus mempunyai pandangan yang bagus akan keunggulan dan kekurangan dari BPRS sebelum mengambil keputusan untuk menjadi nasabah BPRS.

### **3. 3. 4. Hubungan dan Pengaruh Antara Motivasi dan Persepsi Secara Bersamaan Dengan Pengambilan Keputusan**

Untuk mengetahui besarnya hubungan dan pengaruh antara motivasi dan persepsi secara bersamaan dengan pengambilan keputusan konsumen untuk menjadi nasabah pada BPRS, maka dapat dilakukan dengan menggunakan uji statistik korelasi berganda. Adapun hasil dari perhitungan tersebut menunjukkan hasil sebesar 0.378. yang berarti adalah kedua variabel tersebut (motivasi dan persepsi) mempunyai pengaruh sebesar 37.8% terhadap pengambilan keputusan responden untuk menjadi nasabah pada BPRS, sedangkan sisanya sebesar 62.2% adalah disebabkan faktor-faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

## **4. KESIMPULAN**

Dari hasil penelitian di atas didapatkan disimpulkan bahwa :

a. variabel motivasi mempunyai pengaruh sebesar 9,3% terhadap pengambilan keputusan responden untuk menjadi nasabah BPRS. Alasan tersebut cukup wajar mengingat responden motivasi bukan merupakan faktor tunggal saja dalam pengambilan keputusan melainkan masih ada faktor-faktor lain yang lebih penting dalam pertimbangan konsumen untuk menjadi nasabah BPRS.

b. variabel persepsi kuesioner terhadap BPRS mempunyai pengaruh sebesar 23,5% terhadap pengambilan keputusan responden untuk menjadi nasabah BPR Syariah. Kenyataan tersebut terjadi mengingat responden harus mempunyai pandangan yang bagus akan keunggulan dan kekurangan dari BPR syariah sebelum mengambil keputusan untuk menjadi nasabah BPRS.

c. kedua variabel (motivasi dan persepsi) mempunyai pengaruh sebesar 37.8% terhadap pengambilan keputusan responden untuk menjadi nasabah pada BPRS.

d. sedangkan sisanya sebesar 62.2% adalah disebabkan faktor-faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

## **Daftar Pustaka**

- 
- [1] Redaksi Info Bank, 1990 : Info Bank Apri No.24 I, Jakarta.
- [2] Budi Utomo, Setiawan , 2001: Makalah : Menuju Era Ekonomi Berkeadilan dan Bebas Bunga, Jakarta.
- [3] Singarimbun, Masri dan Sofyan Efendi, 1989: Metode Penelitian Survei, Jakarta, LP3S.
- [4] Kotler, Philip, 1995 : Manajemen Pemasaran : Analisis Perencanaan Implementasi dan Pengendalian, Salemba Empat, Jakarta.
- [5] Kotler, Philip, 1991 : Manajemen Pemasaran : Analisis Perencanaan Implementasi dan Pengendalian, Jilid I , Edisi Keenam, terjemahan Jala Wasana, Jakarta.
- [6] Gibson, James L, John M. Ivancevich dan James M. Donnelly Jr, 1991.
- [7] Siagian, Sondang P, 1987: Filsafat Administrasi, CV. Haji Masagung, Jakarta.

### ***Profile***



**Wheny Khristianto**

- Staf Pengajar Jur. Administrasi Niaga, Universitas Lampung.
- S1. April 1999, Universitas Brawijaya
- Bidang kajian:
  1. Manajemen Pemasaran
  2. Ekonomi Islam