

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Landasan Teori

1. Teori Atribusi

Teori atribusi adalah teori yang menjelaskan perilaku seseorang. Teori atribusi menjelaskan proses bagaimana seseorang menentukan penyebab dan motif tentang perilaku seseorang atau orang lain. Teori ini mengacu pada bagaimana seseorang menjelaskan faktor penyebab perilaku orang lain atau bahkan dirinya sendiri. Faktor tersebut bisa berasal dari internal seperti sifat, karakter, sikap, dan lain sebagainya atau yang berasal dari eksternal misalnya tekanan situasi tertentu yang akan memberikan pengaruh terhadap perilaku individu (Luthans, 2005).

Teori atribusi berisi pemahaman tentang bagaimana reaksi seseorang terhadap suatu peristiwa yang terjadi di sekitar orang tersebut, dengan mengetahui alasan-alasan orang tersebut atas kejadian yang telah dialaminya. Dalam teori atribusi ini telah dijelaskan bahwa terdapat perilaku yang berhubungan dengan sikap dan karakteristik individu, sehingga dapat dikatakan bahwa hanya dengan melihat perilakunya akan dapat diketahui sikap atau karakteristik individu tersebut bahkan dapat memprediksi perilaku individu dalam menghadapi situasi tertentu.

Didalam kehidupan, seorang individu akan membentuk ide tentang orang lain dan situasi di sekitarnya yang menyebabkan perilaku seseorang dalam persepsi sosial atau sering dikenal dengan istilah *dispositional attributions* dan *situational attributions*. Penyebab internal atau *dispositional attribution* yang mengarah pada aspek perilaku individual yang terdapat dalam diri individu seperti kepribadian, persepsi diri, kemampuan, bahkan motivasi. Sedangkan *situational attributions* yang merupakan penyebab eksternal yang lebih mengarah pada lingkungan sekitar yang dapat mempengaruhi perilaku individu, seperti kondisi sosial, nilai-nilai sosial, serta pandangan masyarakat. Pada intinya, setiap tindakan atau ide yang akan dilakukan oleh seorang individu akan dipengaruhi oleh faktor internal dan faktor eksternal individu tersebut (Luthans, 2005).

Kelley dalam Luthans (2005) yang juga psikologi terkenal menjelaskan bahwa teori atribusi berhubungan dengan proses kognitif dimana individu menginterpretasikan perilaku berhubungan dengan bagian tertentu yang berasal dari lingkungan yang relevan. Pakar teori atribusi mengasumsikan bahwa manusia itu rasional dan didorong untuk mengidentifikasi serta memahami struktur penyebab dari lingkungan mereka. Hal ini merupakan ciri dari teori tersebut.

Kekuatan internal dan kekuatan eksternal itu bersama-sama menjadi penentu perilaku individu. Penjelasannya adalah bahwa merasakan secara tidak langsung merupakan determinan paling penting untuk perilaku.

Atribusi internal maupun eksternal telah dinyatakan mampu mempengaruhi evaluasi kinerja individu, misalnya dalam menentukan cara seorang atasan memperlakukan bawahannya, dan mempengaruhi sikap serta tingkat kepuasan individu terhadap kerja. Perilakunya akan berbeda jika mereka lebih merasakan atribut internalnya daripada atribut eksternalnya.

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teori atribusi karena penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh pengetahuan, aksesibilitas, program intra kurikuler Islami, dan religiusitas terhadap perilaku nasabah perbankan konvensional beralih ke perbankan syariah. Variabel independen yang digunakan dalam penelitian ini mewakili faktor eksternal dan internal yang berpengaruh terhadap perilaku individu.

2. Teori Keperilakuan

Krech (1983) dalam Maryani dan Ludigdo (2001), menerangkan bahwa sikap merupakan kondisi dalam diri seseorang yang mendorong dirinya untuk melakukan suatu tindakan, menyertai seseorang dengan perasaan-perasaan tertentu saat menanggapi objek yang terbentuk atas dasar pengalaman. Sikap pada diri seseorang akan menjadi warna pada tingkah laku orang tersebut.

Mengetahui sikap pada diri seseorang maka dapat memprediksi respon atau perilaku yang akan timbul dari seseorang terhadap masalah atau keadaan yang akan dihadapi. Pembentukan atau perubahan sikap ditentukan oleh dua faktor utama, yaitu faktor dalam dan faktor luar.

Faktor individu atau faktor dalam adalah faktor yang berhubungan dengan respon individu dalam menanggapi dunia luar secara selektif. Sedangkan faktor luar adalah faktor yang berhubungan dengan hal-hal yang berasal dari luar yang berupa rangsangan atau stimulus untuk membentuk atau mengubah sikap (Maryani dan Ludigdo, 2001).

3. Pengetahuan

Notoatmodjo (2005) menjelaskan bahwa pengetahuan adalah hasil penginderaan manusia atau hasil “tahu” seseorang terhadap objek melalui indera yang dimilikinya, yaitu indera penglihatan, penciuman, pendengaran, rasa, dan raba. Manusia mendapatkan ilmu pengetahuan dengan berbagai cara, yaitu dengan cara yang tradisional seperti bertanya kepada ahli, dari pengalaman hasil penyelesaian suatu masalah, dan berpikir kritis (Potter dan Perry, 2005). Dari penjelasan tersebut dapat disimpulkan bahwa pengetahuan merupakan informasi baru yang dihasilkan yang diperoleh dari penginderaan dalam pengalaman hidupnya, yang menjadi acuan dalam pembentukan sikap seseorang.

Seseorang memperoleh fakta dan informasi baru dengan menggunakan pengetahuan sebagai salah satu faktor penting dalam membentuk tindakan seseorang. Sumarwan (2004) telah menjelaskan bahwa pengetahuan konsumen adalah semua informasi yang dimiliki oleh konsumen mengenai berbagai macam produk dan jasa yang akan diberikan (dalam hal ini produk dan jasa perbankan syariah) serta pengetahuan lainnya yang berkorelasi dengan produk dan jasa tersebut dan informasi

yang ada hubungannya dengan keuntungannya sebagai konsumen. Jika tingkat pengetahuan nasabah tentang perbankan syariah itu tinggi, maka nasabah perbankan konvensional juga memungkinkan akan terdorong untuk beralih ke perbankan syariah.

4. Religiusitas

a. Pengertian Religiusitas

Religiusitas dalam Islam berarti menjalankan ajaran agama secara menyeluruh. Pengertian agama berasal dari kata, yaitu: *ad-Din*, *religi*, dan agama. *Ad-Din* berarti undang-undang atau hukum. Dalam bahasa arab kata ini mengandung makna menguasai, menundukkan, patuh, utang, balasan, kebiasaan. Sedangkan kata *religi* berarti mengumpulkan dan membaca. Adapun kata agama mengandung arti tidak pergi, tetap ditempat, atau diwarisi turun-temurun (Jalaluddin, 2010).

b. Pandangan Ahli tentang Religiusitas

Nurcholis Majid menjelaskan bahwa agama bukan sekedar tindakan-tindakan ritual seperti shalat dan membaca do'a. agama lebih daripada itu, yaitu keseluruhan tingkah laku manusia yang terpuji, yang dilakukan demi memperoleh ridha atau perkenan Allah (Sahlan, 2011). Pendapat selanjutnya menjelaskan bahwa religiusitas merupakan hubungan pribadi dengan Tuhan yang berkonsekuensi hasrat untuk berkenan melaksanakan kehendak-Nya dan menjauhi segala larangan-Nya (Suhardiyanto, 2001).

Menurut Anshori dalam Ghufron dan Risnawita (2010) agama menunjuk pada aspek-aspek formal yang berkaitan dengan aturan dan kewajiban, sedangkan religiusitas merujuk pada aspek agama yang telah dihayati oleh seseorang dalam hatinya. Penjelasan lebih lanjut oleh Ghufron dan Risnawita (2010), religiusitas merupakan tingkat keterikatan individu terhadap agamanya. Apabila individu telah menghayati dan menginternalisasikan ajaran agamanya, maka ajaran agama akan berpengaruh dalam segala tindakan dan pandangan hidupnya. Herbert Spencer merupakan sosiolog dari Inggris menjelaskan dalam bukunya "*principle of sociology*" berpendapat bahwa faktor utama dalam agama adalah iman akan adanya kekuasaan tak terbatas, atau kekuasaan yang tidak bisa digambarkan batas waktu dan tempatnya.

c. Dimensi Religiusitas

Glock dan Stark dalam (Ancok, 2008) menjelaskan bahwa terdapat lima dimensi dalam *religiusitas*, yaitu:

1) Dimensi keyakinan atau ideologis

Dimensi keyakinan lebih bersifat doktriner yang harus ditaati oleh penganut agama. Dimensi keyakinan ini dengan sendirinya menuntut dilakukannya praktik-praktik peribadatan yang selaras dengan nilai-nilai Islam.

2) Dimensi praktik agama atau ritualistik

Dimensi praktik agama merupakan tingkatan sejauh mana seseorang mengerjakan kewajiban-kewajiban ritual dalam agamanya. Dimensi praktik dalam agama Islam dapat dilakukan dengan menjalankan ibadah shalat, puasa, zakat, haji, dan sebagainya.

3) Dimensi pengalaman atau eksperiensial

Dimensi pengalaman adalah dimensi yang berkaitan dengan perasaan-perasaan atau pengalaman yang pernah dialami dan dirasakan. Seperti merasa dekat dengan Tuhan, merasa takut berbuat dosa, merasa do'anya dikabulkan, diselamatkan oleh Tuhan, dan sebagainya.

4) Dimensi pengetahuan agama atau intelektual

Dimensi pengetahuan agama adalah dimensi yang menerangkan seberapa jauh seseorang mengetahui tentang ajaran-ajaran agamanya, terutama yang ada dalam kitab suci manapun yang lainnya. Dalam Islam, dimensi ini meliputi pengetahuan tentang kandungan Al-Qur'an, pokok-pokok ajaran yang harus diimani dan dilaksanakan, hukum Islam dan pemahaman tentang kaidah-kaidah keilmuan ekonomi Islam termasuk perbankan syariah.

5) Dimensi konsekuensi

Dimensi konsekuensi merupakan dimensi yang mengukur sejauh mana perilaku seseorang dimotivasi oleh ajaran-ajaran agamanya dalam kehidupan sosial, misalnya menjenguk orang yang sedang sakit, menolong orang yang sedang kesulitan, mendermakan hartanya, dan sebagainya.

Secara garis besar, agama Islam mencakup tiga hal, yaitu aqidah (keyakinan), syariah (norma atau hukum), dan akhlak (perilaku). Oleh sebab itu pengertian *religiusitas* Islam adalah tingkat internalisasi beragama seseorang yang dilihat dari penghayatan aqidah, syariah, dan akhlak seorang muslim. Menurut Djamaluddin (2008), rumusan Glock dan Stark mempunyai kesesuaian dengan Islam, yaitu:

- 1) Dimensi keyakinan atau akidah Islam merujuk pada seberapa besar tingkat keyakinan muslim terhadap kebenaran ajaran-ajaran agamanya. Dalam Islam, dimensi keimanan menyangkut keyakinan tentang Allah, surga dan neraka, serta *qadha* dan *qadar*.
- 2) Dimensi peribadatan (praktik agama) atau syariah merujuk pada seberapa besar tingkat kepatuhan muslim dalam mengerjakan kegiatan-kegiatan ritual sebagaimana yang disuruh dan dianjurkan oleh agamanya. Dalam Islam, dimensi ini menyangkut pelaksanaan shalat, zakat, puasa, haji, membaca Al-Qur'an, do'a, dzikir, dan sebagainya.

3) Dimensi pengalaman atau akhlak merujuk pada seberapa perilaku seorang muslim yang dimotivasi oleh ajaran-ajaran agamanya, yaitu sebagai individu yang berelasi dengan dunianya, terutama dengan sesama manusia. Dalam Islam, dimensi ini mencakup tolong-menolong, kerja sama, berderma, jujur, memaafkan, dan sebagainya.

d. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Religiusitas

Faktor-faktor yang mempengaruhi sikap keagamaan menurut Thouless (1995) dibagi menjadi empat macam, yaitu:

1) Pengaruh pendidikan dan pengajaran serta berbagai tekanan sosial

Faktor ini mencakup semua pengaruh sosial dalam perkembangan keagamaan itu, termasuk pendidikan orang tua, tradisi-tradisi sosial, tekanan dari lingkungan sosial untuk menyesuaikan diri dengan berbagai pendapat dan sikap yang disepakati oleh lingkungan tersebut.

2) Faktor pengalaman

Berkaitan dengan berbagai jenis pengalaman yang membentuk sikap keagamaan. Terutama pengalaman mengenai keindahan, konflik moral dan pengalaman emosional keagamaan. Faktor ini umumnya berupa pengalaman yang bersifat spiritual yang secara cepat dapat mempengaruhi perilaku individu.

3) Faktor kehidupan

Faktor kehidupan mencakup kebutuhan-kebutuhan akan keselamatan, cinta kasih, harga diri, dan kebutuhan yang timbul karena adanya ancaman kematian.

4) Faktor intelektual

Faktor intelektual ini berkaitan dengan berbagai proses penalaran verbal atau rasionalisasi.

Berdasarkan uraian diatas maka dapat disimpulkan bahwa religiusitas merupakan hubungan pribadi dengan Tuhan yang berkonsekuensi hasrat untuk berkenan melaksanakan kehendak-Nya dan menjauhi segala larangan-Nya (Suhardiyanto, 2001). Setiap individu berbeda-beda tingkat *religiusitas*-nya dan dipengaruhi oleh dua macam faktor yaitu faktor eksternal dan faktor internal. Faktor internal mencakup pengalaman-pengalaman emosional keagamaan, kebutuhan individu yang mendesak untuk dipenuhi seperti kebutuhan akan rasa aman, harga diri, cinta kasih, dan sebagainya. Sedangkan faktor eksternal mencakup pendidikan formal, pendidikan agama dalam keluarga, tradisi-tradisi sosial yang menginternalisasi nilai-nilai keagamaan, tekanan-tekanan lingkungan sosial dalam kehidupan individu (Masruroh, 2015).

5. Aksesibilitas

Aksesibilitas dalam perspektif tata ruang merupakan kondisi ketersediaan atau kemudahan hubungan dari suatu tempat ke tempat lainnya (dalam hal ini perbankan syariah) dengan aman, nyaman, serta

dengan kecepatan yang wajar (Rohman, 2009). Aksesibilitas perbankan syariah erat kaitannya dengan lokasi perbankan syariah karena aksesibilitas tersebut mengarah pada kemudahan individu dalam menjangkau perbankan syariah. Lokasi merupakan tempat dimana perusahaan harus memiliki markas dalam melakukan operasi atau tempat dimana suatu bidang usaha akan dilaksanakan (Lupiyoadi, 2001).

Lokasi adalah salah satu kunci sukses (Kotler, 2002). Pemilihan lokasi mempunyai fungsi yang strategis karena kontribusinya dalam menentukan tercapainya tujuan badan usaha. Kasmir (2004) telah menjelaskan bahwa penentuan lokasi perbankan syariah tentunya berdasarkan pertimbangan atas beberapa faktor yang sejatinya perlu diperhatikan dalam pemilihan dan penentuan lokasi suatu bank. Lokasi yang strategis, mudah dijangkau, serta aman telah menjadi prioritas utama bagi para calon konsumen dalam mengambil keputusan untuk menggunakan jasa (Jerry, 2002). Berdasarkan pada penjelasan tersebut maka dapat disimpulkan bahwa aksesibilitas perbankan syariah sangat berkorelasi dengan lokasi perbankan syariah, karena pada dasarnya salah satu faktor yang dipertimbangkan dalam penentuan lokasi perbankan adalah lokasi yang mudah dijangkau atau memiliki aksesibilitas yang baik.

6. Program Ekstra Kurikuler Islami

Program ekstra kurikuler Islami merupakan program pembinaan Islam yang didalamnya terdapat proses mentoring atau belajar dengan pendekatan saling menasihati (Ruswandi, 2007). Program tersebut bersifat

ekstra kurikuler yang lebih mengedepankan aspek afektif dan psikomotorik. Tujuan dari program tersebut adalah untuk mengembangkan sikap dan pola pikir keIslaman mahasiswa menuju pemahaman Islam yang *Kaffah* (Juanda dan Saud, 2016).

Mentoring adalah kegiatan yang dilakukan oleh sekelompok orang tertentu baik dilaksanakannya di rumah, sekolah, mesjid, perguruan tinggi, atau dimanapun dalam rangka mengkaji berbagai ilmu pengetahuan khususnya ilmu pengetahuan tentang agama Islam secara sungguh-sungguh melalui landasan saling nasihat-menasihati. Disisi lain, kegiatan mentoring merupakan suatu kegiatan yang di dalamnya terdapat pembinaan mental, dan dapat dijadikan momentum untuk mencapai tujuan pendidikan bagi suatu institusi pendidikan, khususnya untuk meningkatkan ketaqwaan kepada Tuhan yang Maha Esa serta yang paling utama fungsinya untuk menjadi wadah pembinaan pelajar guna mengatasi krisis akhlak pada remaja yang semakin hari semakin banyak mengadopsi budaya dari barat (Hendiyana, 2015).

Akhlak merupakan sifat yang tertanam dalam diri manusia yang bisa keluar secara spontan bila diperlukan tanpa pemikiran dan pertimbangan, Bahkan dorongan dari luar. Salah satu bagian dari akhlak terhadap Allah SWT adalah taqwa. Hakikat taqwa adalah memadukan secara integral aspek iman, Islam, dan ikhsan dalam diri seseorang. Ajaran akhlak dalam Islam memperhatikan kenyataan hidup manusia, menyadari manusia mempunyai kelemahan-kelemahan sekalipun manusia dinyatakan

sebagai makhluk yang memiliki kelebihan dibanding makhluk-makhluk lain. Dengan kelemahan-kelemahan tersebut manusia memiliki kecenderungan manusiawi termasuk melakukan kesalahan dan pelanggaran. Oleh karena itu, Islam memberikan kesempatan kepada manusia yang melakukan kesalahan untuk memperbaiki diri dengan bertaubat (Ilyas, 2014).

Bagian lain dari Akhlak terhadap Allah SWT adalah *Khauf*. *Khauf* merupakan rasa takut atau kegalauan hati membayangkan sesuatu yang tidak disukai atau membayangkan hilangnya sesuatu yang disukainya (Ilyas, 2014). Dalam konteks nasabah, sejatinya nasabah yang memiliki akhlak yang baik akan memilih perbankan syariah sebagai mitranya. Alasannya, nasabah tersebut merasa takut terhadap bunga perbankan konvensional yang dilarang dalam syariat Islam. Oleh sebab itu, pendidikan akhlak tersebut sangat penting bagi umat muslim dalam rangka memperbaiki diri menjadi muslim yang sebenar-benarnya.

7. Perilaku Konsumen Berpindah Merek

Schiffman (2000) menjelaskan bahwa *brand swicher* merupakan sekelompok *shoppers* atau pembeli yang melakukan perpindahan produk dari suatu produk yang telah digunakan sebelumnya. *Switcher behaviour* didefinisikan sebagai kebebasan dalam memilih sesuatu yang lebih disukai terhadap sebuah item khusus. Trup, dkk (1996) mendefinisikan sejumlah motif konsumen untuk beralih merek, kemudian diklasifikasikan menjadi motif internal dan motif eksternal. Motif internal merupakan cerminan dari

true variety-seeking behavior yang berarti perilaku beralih merek yang dilakukan hanya demi mencari variasi semata dan juga disebabkan beberapa faktor intrinsik. Motif eksternal lebih mengarah pada cerminan dari *derived varied behavior* yaitu perilaku beralih merek yang disebabkan karena adanya faktor pemicu yaitu nilai fungsional atau instrumental dari merek atau produk alternatif serta faktor eksternal lainnya.

Terdapat beberapa tipe konsumen yang mencari variasi (*variety seeking need*) yaitu sebagai berikut (Schiffman dan Kanuk, 2002):

- a. *Explanatory purchase behavior*, merupakan keputusan melakukan perpindahan merek demi mendapatkan suatu pengalaman baru dan kemungkinan alternatif yang lebih baik.
- b. *Vicarius explanatory*, merupakan suatu kondisi yang bermula dari konsumen mencari informasi tentang suatu produk yang sifatnya baru atau alternatif yang dinilai beda kemudian konsumen tersebut mencoba menggunakannya.
- c. *Use innovativeness*, merupakan suatu kondisi dimana konsumen telah menggunakan dan mengadopsi suatu produk terbaru dengan teknologi yang dinilai lebih tinggi seperti produk-produk alat elektronik yang telah mengalami perubahan model bahkan fungsinya.

Keaveney (1995) mengidentifikasi penyebab perpindahan konsumen dari suatu merek ke merek yang lain terdapat delapan alasan yaitu harga, rasa ketidaknyamanan, kegagalan dalam hal jasa inti, kegagalan dalam hal interaksi jasa, kegagalan respon terhadap jasa,

kompensasi (persaingan), masalah dalam etika, dan peralihan yang sifatnya terpaksa. Hasil evaluasi merek yang dilakukan konsumen adalah keinginan untuk membeli atau tidak membeli melalui proses pengambilan keputusan yang sifatnya kompleks (Henry, 1998). Persentase jumlah konsumen sebanyak 95% lebih memilih untuk tidak melakukan pengaduan tetapi cukup menghentikan pembeliannya jika sudah merasakan ketidakpuasan (Kotler, 2004).

Seorang nasabah yang berpindah dari satu bank ke bank yang lain tentu memiliki alasan, baik merupakan faktor pendorong dari sistem perbankan sebelumnya yang menyebabkan nasabah merasa tidak puas maupun faktor penarik dari sistem perbankan yang lain. Faktor-faktor yang menyebabkan nasabah berpindah dari suatu perbankan ke perbankan yang lain disebabkan oleh faktor eksternal dan internal. Faktor internal mencakup rasa ingin tahu, terdapat kesesuaian dengan nilai yang dianut, Bosan dengan produk lama, dan Rasa aman. faktor Internal paling berpengaruh yaitu sebesar 60%, diikuti faktor Eksternal sebesar 32%, dan faktor Kekecewaan sebesar 8% (Najib, 2009).

Berdasarkan hasil analisis yang dilakukan oleh peneliti, kriteria dalam pengambilan sampel dalam penelitian-penelitian terdahulu lebih cenderung pada masyarakat yang berminat untuk menabung di bank syariah atau yang sudah menjadi nasabah perbankan syariah. Akan tetapi, masih jarang penelitian yang menentukan kriteria sampel yang merupakan nasabah perbankan syariah sekaligus nasabah yang telah berpindah dari

perbankan konvensional. Oleh sebab itu, penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh beberapa faktor terhadap perilaku nasabah perbankan konvensional beralih ke perbankan syariah.

B. Hasil Penelitian Terdahulu dan Penurunan Hipotesis

1. Pengaruh Pengetahuan terhadap Perilaku Nasabah Perbankan Konvensional Beralih ke Perbankan Syariah

Dalam institusi perguruan tinggi mahasiswa diampu dalam suatu sistem perkuliahan yang terdiri dari macam-macam mata kuliah. Idealnya, mahasiswa yang telah selesai menempuh suatu mata kuliah tertentu mampu mengaplikasikan pengetahuan serta kemampuan yang telah dilatih saat menempuh mata kuliah tersebut tidak terkecuali mata kuliah akuntansi syariah. Dalam mata kuliah ini serta mata kuliah pendukung lainnya, mahasiswa mendapatkan pengetahuan tentang sistem akuntansi yang berbasis syariah, serta korelasinya dengan perbankan syariah. Disamping itu mahasiswa akan mendapatkan pemahaman tentang penyebab lahirnya sistem akuntansi dan perbankan yang berbasis syariah yang tidak lain merupakan solusi bagi sistem perekonomian umat muslim dari jeratan riba yang terdapat dalam sistem perbankan konvensional.

Mahasiswa muslim yang telah mendapatkan pengetahuan dan pemahaman tentang suatu sistem yang berlandaskan pada Al-Qur'an dan As-Sunnah, sejatinya dalam konteks nasabah mahasiswa muslim tersebut akan memilih perbankan yang sesuai dengan nilai yang dianutnya yaitu

perbankan syariah. Bahkan, mahasiswa yang sebelumnya sudah menjadi nasabah perbankan konvensional idealnya akan berpindah ke perbankan syariah. Selaras dengan penelitian yang dilakukan oleh Lestari (2014) bahwasannya pengetahuan berpengaruh positif signifikan terhadap preferensi menabung di bank syariah. Selain itu, hasil penelitian Dianto (2016) juga menunjukkan bahwa terdapat pengaruh pengetahuan terhadap minat masyarakat untuk menjadi nasabah perbankan syariah.

Penelitian yang serupa telah dilakukan oleh Rahmawati (2014) dengan hasil penelitian yang menunjukkan bahwa persepsi tentang bunga bank dan persepsi tentang bagi hasil berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan produk perbankan syariah, sedangkan persepsi dan pengetahuan terhadap produk perbankan syariah tidak berpengaruh terhadap minat menggunakan produk bank syariah. Pengetahuan dan pemahaman tentang larangan bunga bank konvensional, sistem bagi hasil, serta pengetahuan tentang produk bank syariah telah dikaji dalam mata kuliah akuntansi syariah. Sejalan dengan pendapat Kariyoto (2013) bahwasannya akuntansi syariah lahir dari adanya kebutuhan lembaga keuangan syariah untuk menyajikan laporan keuangan ataupun informasi keuangan yang cukup, relevan, serta selaras dengan prinsip ekonomi Islam.

Berdasarkan uraian tersebut, dapat disimpulkan bahwa semakin tinggi pengetahuan mahasiswa tentang segala sesuatu yang berkorelasi dengan perbankan syariah, maka semakin tinggi pengaruhnya terhadap

perilaku mahasiswa yang merupakan nasabah perbankan konvensional untuk beralih ke perbankan syariah. Oleh sebab itu, hipotesis pertama dalam penelitian ini yaitu:

H₁ : Pengetahuan berpengaruh positif signifikan terhadap perilaku nasabah perbankan konvensional beralih ke perbankan syariah.

2. Pengaruh Religiusitas terhadap Perilaku Nasabah Perbankan Konvensional Beralih ke Perbankan Syariah

Religiusitas mengarah pada perilaku manusia dalam menjalankan perintah agama secara menyeluruh dan menjauhi larangannya demi memperoleh ridho Allah SWT. Semakin tinggi tingkat religiusitas seorang individu akan semakin patuh pada ajaran agama yang dianutnya. Dalam konteks nasabah, seorang individu yang memiliki tingkat religiusitas yang baik akan memilih menjadi nasabah di perbankan yang sesuai dengan nilai agama yang dianutnya. Dalam Islam, sejatinya seorang nasabah muslim tentunya akan memilih menjadi nasabah perbankan syariah dibanding menjadi nasabah perbankan konvensional. Alasannya adalah, seorang muslim selayaknya menghindari perbankan yang menerapkan sistem bunga yang hukumnya haram karena bunga perbankan itu riba.

Persoalan mengenai larangan riba telah lama dilarang dalam beberapa agama tidak hanya agama Islam (Antonio, 2016). Seorang nasabah yang beragama Islam jika memiliki tingkat religiusitas yang baik maka akan menghindari bahaya dan ancaman bagi pemakan riba

sebagaimana ancaman terberat bagi pemakan riba dalam Al-Qur'an bahwasannya Allah dan Rasul-Nya akan memeranginya.

Hasil penelitian Abhimantra (2013) menunjukkan bahwa terdapat pengaruh religiusitas terhadap minat nasabah untuk menjadi nasabah bank syariah. Penelitian serupa juga dilakukan oleh Widiyanti (2011) menunjukkan hasil bahwa faktor komitmen keagamaan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap minat mahasiswa berinvestasi di bank syariah. Akan tetapi, hasil sebaliknya ditunjukkan dalam penelitian Risky (2015) bahwasannya faktor religiusitas tidak berpengaruh secara signifikan. Hasil penelitian Wulandari dan Dwiwiyati (2014) juga menunjukkan hasil serupa yaitu faktor religiusitas tidak berpengaruh untuk kepentingan nasabah Bank Muamalat, Rawamangun Jakarta. Berdasarkan uraian tersebut dapat disimpulkan bahwa semakin tinggi religiusitas mahasiswa, maka akan semakin mempengaruhi perilaku mahasiswa yang merupakan nasabah perbankan konvensional untuk beralih ke perbankan syariah. Oleh sebab itu, hipotesis kedua dalam penelitian ini yaitu:

H₂ : Religiusitas berpengaruh positif signifikan terhadap perilaku nasabah perbankan konvensional beralih ke perbankan syariah.

3. Pengaruh Aksesibilitas terhadap Perilaku Nasabah Perbankan Konvensional Beralih ke Perbankan Syariah

Bagi seorang nasabah, keputusan untuk menjatuhkan sebuah pilihan pada suatu perbankan yang menjadi mitranya tentunya merupakan hasil dari sebuah analisa terkait dengan perbankan tersebut. Salah satu yang menjadi bahan pertimbangan dalam analisa tersebut adalah kemudahan untuk mengakses pelayanan dari perbankan tersebut atau lebih dikenal dengan aksesibilitas. Aksesibilitas yang dimaksud erat kaitannya dengan lokasi perbankan yang bersangkutan. Semakin baik tingkat aksesibilitas perbankan tersebut tentunya akan memperbesar kemungkinan bagi para calon nasabah untuk menjadi nasabah di perbankan tersebut.

Sebagai mahasiswa yang juga merupakan nasabah dari suatu perbankan, besar kemungkinan akan berpindah pada perbankan yang dianggap memiliki aksesibilitas yang baik. Baik itu terkait dengan lingkungan tempat tinggal barunya semenjak menjadi mahasiswa, lokasi perbankan yang berada di lingkungan perguruan tinggi, atau bahkan aksesibilitas tersebut dianggap mampu menunjang kebutuhan terkait dengan kepentingan akademik. Sehingga besar kemungkinan aksesibilitas suatu perbankan akan mempengaruhi perilaku mahasiswa untuk beralih perbankan termasuk nasabah perbankan konvensional yang beralih ke perbankan syariah.

Hasil penelitian Pertiwi dan Ritonga (2012) menunjukkan bahwa lokasi bank mempengaruhi masyarakat di Kota Kisaran untuk menabung

pada bank muamalat. Hasil yang sama ditunjukkan oleh Tyas dan Setiawan (2012) dalam penelitiannya yang mana lokasi perbankan berpengaruh positif terhadap keputusan nasabah menabung di BMT Sumber Mulia. Akan tetapi hasil yang sebaliknya ditunjukkan dalam penelitian Arifin dan Khotimah (2014) bahwasannya lokasi bukanlah hal yang mempengaruhi masyarakat Kota Surakarta untuk memutuskan menjadi nasabah Bank Syariah. Berdasarkan uraian tersebut dapat ditarik kesimpulan bahwa semakin tinggi aksesibilitas mahasiswa terhadap perbankan syariah, maka semakin besar pengaruhnya terhadap perilaku mahasiswa yang merupakan nasabah perbankan konvensional untuk beralih ke perbankan syariah. Oleh sebab itu, hipotesis penelitian ketiga dalam penelitian ini yaitu:

H₃ : Aksesibilitas berpengaruh positif signifikan terhadap perilaku nasabah perbankan konvensional beralih ke perbankan syariah.

4. Pengaruh Program Ekstra Kurikuler Islami terhadap Perilaku Nasabah Perbankan Konvensional Beralih ke Perbankan Syariah

Dalam upaya mencapai tujuan institusi perguruan tinggi diperlukan adanya faktor pendorong dalam pencapaian tujuan tersebut. Program ekstra kurikuler Islami merupakan salah satu faktor penunjang dalam pencapaian tujuan suatu institusi khususnya perguruan tinggi Islam. Program ini ditujukan untuk internalisasi nilai-nilai islam dalam pola pikir

serta perilaku mahasiswa sehingga mampu mengimplementasi nilai-nilai Islam tersebut dalam kehidupan sehari-hari. Program ini mengkaji pengetahuan tentang agama Islam tidak terkecuali masalah larangan dan bahaya riba.

Asas saling menasihati yang diterapkan dalam program ini cenderung lebih mempermudah adanya perubahan sikap dan perilaku mahasiswa menuju arah yang lebih baik. Disamping itu, para mahasiswa lebih mudah diawasi perkembangannya karena program ini terdiri dari kelompok-kelompok kecil yang didampingi oleh seorang mentor yang kompeten. Oleh sebab itu, program ini akan mendorong perbaikan Akhlak mahasiswa yang sekaligus sebagai penunjang dalam hal pencapaian tujuan institusi perguruan tinggi.

Dalam konteks nasabah, jika program ekstra kurikuler Islami, mentoring, dan program pendidikan akhlak lainnya yang serupa dapat mempengaruhi akhlak dan perilaku keagamaan mahasiswa atau peserta didik menuju ke arah yang lebih baik maka senantiasa sebagai nasabah idealnya akan memilih produk perbankan yang sesuai dengan nilai keagamaan yang diyakininya. Bahkan, Jika sebelumnya menggunakan produk perbankan yang tidak sesuai dengan nilai keagamaan yang diyakininya, Idealnya akan berpindah ke produk yang sesuai dengan nilai keagamaan yang diyakininya.

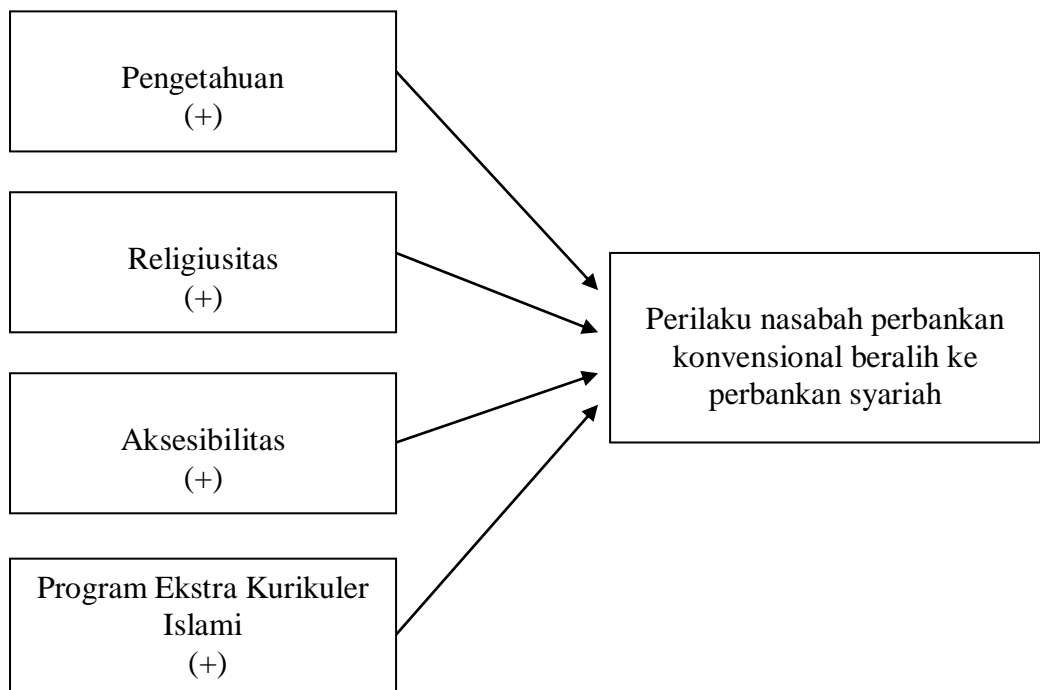
Sejalan dengan pendapat Ruswandi (2007) yang menjelaskan bahwa program ekstra kurikuler Islami merupakan program pembinaan keislaman yang didalamnya terdapat proses mentoring atau belajar dengan pendekatan saling menasihati dengan tujuan utama untuk pendidikan akhlak yang berguna dalam beribadah dan muamalah serta guna membantu mencapai tujuan suatu institusi pendidikan. Penelitian yang dilakukan oleh Hendiyana (2015) menunjukkan hasil bahwa kegiatan mentoring terbukti berpengaruh positif signifikan terhadap akhlak siswa sehingga dapat membentuk *akhlakul karimah*.

Penelitian lain menunjukkan hasil bahwa tingkat hubungan antara kedisiplinan mengikuti kegiatan mentoring terhadap akhlak adalah sangat kuat (Astutik, 2015). Selain itu, penelitian yang dilakukan oleh Fatimah (2014) menunjukkan hasil bahwa terdapat pengaruh keaktifan mengikuti kegiatan mentoring terhadap kedisiplinan beribadah. Akan tetapi, Hasil kegiatan mentoring agama Islam memang berpengaruh positif terhadap perilaku sosial keagamaan dengan taraf kepercayaan 95% namun kontribusi efektifnya hanya sebesar 10,9% (Latifah, 2016). Berdasarkan uraian tersebut dapat disimpulkan bahwa program ekstra kurikuler Islami akan membentuk akhlak mahasiswa, sehingga dalam konteks nasabah mahasiswa yang merupakan nasabah perbankan konvensional akan beralih ke perbankan syariah. Oleh sebab itu, hipotesis keempat dalam penelitian ini yaitu:

H₄ : Program intra kurikuler Islami berpengaruh positif signifikan terhadap perilaku nasabah perbankan konvensional beralih ke perbankan syariah.

C. Model Penelitian

Model penelitian dalam penelitian ini dapat digambarkan sebagai berikut:



**Gambar 2.1
Model Penelitian**