

ABSTRAK

Ana Zulfatun Mahmudah. 2018. Preferensi Mahasiswa Ekonomi Islam Dalam Memanfaatkan Produk IPOTKU Pada PT. Indopremier. Skripsi, Jurusan Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Pembimbing: (I) Dra Naimah, M.H, (II) Yulia Hafizah, MEI

Kata Kunci : Preferensi, Mahasiswa Ekonomi, Produk Ipotku.

Penelitian ini dilatar belakang oleh pesatnya teknologi sekarang yang lebih maju, dan mempermudah segala kebutuhan manusia salah satunya dalam mengatur keuangan secara fleksibel dan praktis dan menguntungkan. Salah satu cara agar kita tidak tertinggal oleh zaman maka kita bisa memanfaatkan teknologi terbaru itu. Penerapan teknologi itu menghasilkan terobosan baru dalam menempatkan uang di suatu reksadana yang bertujuan untuk mempermudah nasabah. Salah satu produk reksadana yang menggunakan teknologi dalam mempermudah menyimpan uang yaitu dengan produk IPOTKU.

Penelitian ini merupakan penelitian lapangan (field research) yang bersifat kualitatif. Lokasi penelitian berada di UIN Antasari Banjarmasin. Sedang yang menjadi objek dari penelitian ini adalah mahasiswa berjurusan Ekonomi Islam di UIN Antasari Banjarmasin. Subjek penelitian ini adalah preferensi mahasiswa Ekonomi Islam dalam memanfaatkan produk IPOTKU pada PT. Indopremier. Data diperoleh dari hasil wawancara dengan mahasiswa Ekonomi Islam. Kemudian data yang terkumpul dianalisis secara kualitatif.

Melalui teknik analisis kualitatif, penelitian ini menghasilkan penjelasan mengenai preferensi mahasiswa ekonomi islam dalam memanfaatkan produk IPOTKU pada PT. Indopremier, sebagai berikut :

Pertama : Preferensi mahasiswa Ekonomi Islam UIN Antasari Banjarmasin lebih memilih menempatkan dana pada produk IPOTKU dibandingkan pada bank umum ataupun sekuritas lain, dikarenakan, 1) Untuk menyeimbangkan dengan sistem teknologi, 2) Mengurangi resiko inflasi, 3) Adanya dorongan untuk menghemat pajak. Kedua : faktor-faktor yang mempengaruhi mahasiswa Ekonomi Islam menggunakan produk IPOTKU yaitu dikarenakan, 1) segi persentasi keuntungan, 2) promosi, dan 3) faktor sosial atau orang-orang terdekat.