

Persepsi dan Perilaku Mahasiswa Terhadap Keputusan Menabung di Perbankan Syariah (Studi Himpunan Pelajar Mahasiswa Sebatik Kota Samarinda)

Feri Rahmat¹✉, Joko Susilo¹, Herning Indriastuti¹

¹Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Mulawarman, Samarinda

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh persepsi dan perilaku terhadap keputusan mahasiswa sebatik menabung di perbankan syariah. Jenis penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif. Penelitian ini juga menggunakan 100 data responden mahasiswa sebatik yang berkuliah di Universitas Mulawarman Kota Samarinda yang telah menabung di perbankan syariah. Data yang dikumpulkan menggunakan kuesioner dengan skala Likert. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa Persepsi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan mahasiswa sebatik menabung di perbankan syariah, dan Perilaku juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan mahasiswa sebatik menabung di perbankan syariah.

Kata Kunci : Persepsi, Perilaku, Keputusan

Abstract

This study aims to determine the effect of perceptions and behavior on sebatik students' decisions to save in Islamic banking. This type of research uses quantitative research. This study also used 100 data of respondents of sebatik students who studied at Mulawarman University in Samarinda City who had saved in Islamic banking. The data collected using a questionnaire with a Likert scale. The results of this study indicate that perceptions have a positive and significant effect on the decision of sebatik students to save in Islamic banking, and behavior also has a positive and significant effect on the decision of Sebatik students to save in Islamic banking.

Keywords : Perception, Behavior, Decision

Copyright © 2022 Feri Rahmat, Joko Susilo, Herning Indriastuti

✉ Corresponding Author

Email Address: ferirahmat893@gmail.com

DOI: -

PENDAHULUAN

Perbankan syariah ditingkat internasional dipelopori oleh Islamic Development Bank (IDB). Didirikan oleh 22 negara anggota Organisasi Konferensi Islam pada tanggal 20 Oktober 1975. Kesempatan untuk mendirikan bank syariah di Indonesia sebenarnya mulai terbuka sejak tahun 1988 dengan adanya pakto 1988 (Oktober 1988), yaitu dengan adanya ketentuan bahwa bank boleh beroperasi dengan mengenakan bunga sebesar 0%. Keberadaan bank syariah lebih dikembangkan lagi dengan berlakunya UU No. 7 Tahun 1992 tentang perbankan. Namun UU tersebut belum tegas mencantumkan kata prinsip syariah dalam kegiatan usaha bank. Selain itu, pengertian bank bagi hasil yang dipakai dalam UU tersebut belum mencakup secara tepat pengertian bank syariah maupun Islami bank yang memiliki cakupan lebih luas dari pada pengertian bagi hasil.

Di Indonesia terdapat dua jenis bank yaitu bank konvensional dan bank syariah. Upaya pengembangan bank syariah tidak cukup hanya berlandaskan kepada aspek-aspek legal dan peraturan perundang-undangan tetapi juga harus berorientasi kepada pasar atau masyarakat sebagai pengguna jasa (konsumen) lembaga perbankan. Keberadaan bank (konvensional dan syariah) secara umum memiliki fungsi strategis sebagai lembaga intermediasi dan memberikan jasa dalam lalu lintas pembayaran, namun karakteristik dari kedua tipe bank (konvensional dan syariah) dapat mempengaruhi perilaku calon nasabah dalam menentukan preferensi mereka terhadap pemilihan antara kedua tipe bank tersebut. Lebih lanjut, perilaku nasabah terhadap produk perbankan (bank konvensional dan bank syariah) dapat dipengaruhi oleh sikap dan persepsi masyarakat terhadap karakteristik perbankan itu sendiri (Mustikawati, 2013).

Permasalahan yang terjadi ketika suatu produk kurang diminati adalah adanya permasalahan dalam konsep pemasaran yang kurang maksimal. Ries dan Tryout dalam Prasetyo dan Ihalawu mengatakan bahwa pemasaran adalah peperangan antar produsen untuk memperebutkan persepsi konsumen. Seharusnya perbankan syariah yang berlandaskan pada konsep ekonomi Islam sangat diminati oleh masyarakat Indonesia yang sebagian besar masyarakatnya beragama Islam. Namun pada kenyataannya seringkali terjadi pemahaman yang berbeda dari kalangan internal pemeluk agama Islam maupun masyarakat pada umumnya. (Prasetyo dan Ihalawu, 2005:67)

Para mahasiswa juga tidak asing dengan perbankan kemungkinan mereka adalah orang yang menuntut ilmu yang jauh dari tempat tinggalnya sehingga untuk biaya kehidupannya mereka mengandalkan kiriman dari orang tuanya. Dan perbankan adalah salah satu akses yang digunakan untuk transfer uang guna memenuhi kebutuhan mereka. Dengan adanya perbankan syariah, bagaimana persepsi, dan Perilaku mempengaruhi preferensi mahasiswa terhadap perbankan syariah. Dan apakah mereka berniat untuk melaksanakan syariah secara kaffah.

Persepsi dan perilaku responden terhadap bunga dan bagi hasil sangat beragam, sebagian mahasiswa tetap menerima bunga, sebagian menerima sistem bagi hasil dengan tetap menerima bunga, dan sebagian lagi menolak bunga sehingga memberikan nuansa yang cukup menarik sebagai gambaran tentang pengaruh, persepsi, serta perilaku mahasiswa terhadap ada bank syariah, melalui observasi yang peneliti lakukan secara tidak langsung dengan beberapa mahasiswa, mahasiswa tersebut kebetulan sama sekali tidak menggunakan produk perbankan syariah.

Sehingga dari latar belakang tersebut menjadi ketertarikan penulis untuk meneliti mengenai Persepsi dan Perilaku Mahasiswa Terhadap Keputusan Menabung di Perbankan Syariah (Studi Pada Himpunan Pelajar Mahasiswa Sebatik Kota Samarinda).

KAJIAN PUSTAKA

Persepsi

Menurut Schiffman dan Kanuk (2008:137) mendefinisikan persepsi sebagai proses yang dilakukan individu untuk memilih, mengatur, dan menafsirkan stimuli kedalam gambar yang berarti dan masuk akal mengenai dunia. Sedangkan yang dikatakan Solomon (1999), Ristiyati dan Jhn J.O.I, persepsi merupakan sebagai proses sensasi yang diterima oleh seseorang dipilih dan dipilih, kemudian

diatur dan akhirnya diinterpretasikan. Untuk memahami definisi tersebut Ristiyati dan Jhn J.O.L mendefinisikan maksud sensasi adalah sensasi dating melalui panca indra atau sistem sensorik berupa input sensorik yang sering disebut stimulus. Sehingga dapat disimpulkan persepsi merupakan pandangan seseorang mengenai objek stimulus baik berupa iklan, peristiwa, maupun benda yang ia hadapi.

Perilaku

Menurut Schiffman dan Kanuk studi perilaku konsumen terpusat pada cara individu mengambil keputusan untuk memanfaatkan sumber daya mereka yang tersedia (waktu, uang, usaha) guna membeli barang atau jasa yang berhubungan dengan konsumsi. Selain itu, perilaku konsumen merupakan hal-hal yang mendasari konsumen untuk membuat keputusan pembelian. (Schiffman dan Kanuk, 2008:5).

Keputusan Menabung

Menurut Kotler dan Amstrong (2012:157) "*costumer buyer behavior refers to the buying behavior of final consumers – individuals and households that buy goods and services for personal consumption*", pengertian tersebut dapat diartikan bahwa perilaku keputusan pembelian mengacu pada perilaku pembelian akhir dari konsumen, baik individual, maupun rumah tangga yang membeli barang atau jasa untuk konsumsi pribadi.

METODE PENELITIAN

Jenis data yang digunakan pada penelitian ini adalah data kuantitatif yaitu data yang diperoleh berupa angka-angka seperti kuesioner. Pengukuran dalam penelitian ini menggunakan skala likert dengan pengisian kuisisioner yang disusun dalam bentuk pernyataan dan responden diminta untuk mengisi daftar pernyataan tersebut dengan cara memberi tanda centang (✓) pada lembar kuisisioner. Pengukurannya menggunakan skala likert yang berisi lima tingkat preferensi jawaban dengan pilihan yang berisikan simbol, alternatif jawaban dan nilai setiap jawaban yang diberikan. Dengan nilai yang diberikan setiap jawaban dari rentang nilai 1-5.

Hipotesis

Menurut Sugiyono (2013) hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, rumusan masalah penelitian telah dinyatakan dalam bentuk kalimat pertanyaan. Berdasarkan tinjauan pustaka diatas serta kerangka konsep yang telah dibuat, maka penulis mengajukan hipotesis sebagai berikut:

- H₁: Persepsi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah menabung di perbankan syariah.
- H₂: Perilaku berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah menabung di perbankan syariah.

Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa Sebatik yang menabung di perbankan syariah dan aktif di Universitas Mulawarman. Terdapat 183 mahasiswa Sebatik di Universitas Mulawarman pada tahun 2014-2019 dan tidak diketahui jumlah mahasiswa Sebatik yang menabung di perbankan syariah. Dikerenakan tidak diketahui jumlah mahasiswa Sebatik yang menabung di perbankan syariah maka digunakan teknik *accidental sampling*. *Accidental sampling* dalam penelitian ini diberikan kepada mahasiswa Sebatik yang telah menabung di perbankan syariah dan aktif di Universitas Mulawarman. Dengan menggunakan Rumus Hair, dalam penelitian ini menggunakan 10 *observasi* dikali 10 indikator maka di dapatkan jumlah sampel 100. Sampel dalam penelitian ini adalah mahasiswa Sebatik yang menabung di perbankan syariah dan aktif di Universitas Mulawarman.

Berdasarkan hasil analisis regresi berganda pada tabel diperoleh persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = 0,807 + 0,179x_1 + 0,553x_2 + e$$

Dari persamaan regresi berganda tersebut menunjukkan bahwa :

1. Berdasarkan persamaan regresi linear berganda pada tabel 4.28, Nilai konstanta yang diperoleh adalah 0,807 menyatakan bahwa nilai variabel persepsi dan perilaku dalam keadaan konstan, maka keputusan menabung mahasiswa Sebatik di Universitas Mulawarman pada perbankan syariah nilainya positif 0,807.
2. Koefisien regresi persepsi (X_2) memperoleh nilai sebesar 0,179 yang menyatakan bahwa jika variabel persepsi mengalami kenaikan, maka keputusan menabung akan naik 0,179. Hal ini dapat diartikan bahwa, apabila persepsi mengalami peningkatan, maka keputusan mahasiswa Sebatik menabung di perbankan syariah akan mengalami kenaikan sebesar 0,179.
3. Koefisien regresi perilaku (X_2) memperoleh nilai sebesar 0,553 yang menyatakan bahwa jika variabel perilaku mengalami kenaikan, maka keputusan menabung akan naik 0,553. Hal ini dapat diartikan bahwa, apabila perilaku mengalami peningkatan, maka keputusan mahasiswa Sebatik menabung di perbankan syariah akan mengalami kenaikan sebesar 0,553.

Uji Hipotesis

Hasil dari uji t dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Menguji signifikansi variabel Persepsi (X_1)
 Diketahui bahwa t_{hitung} persepsi 4,016, sedangkan t_{tabel} dapat dihitung $\alpha = 0,05$, karena menggunakan hipotesis dua arah, ketika mencari t_{tabel} , nilai α dibagi dua menjadi 0,025 serta $df = 3$ dan $df = 97$ ($100-3$), dan didapat nilai t_{tabel} sebesar 1,984. Sehingga hasil yang didapat $t_{hitung} > t_{tabel}$ dimana $4,016 > 1,984$ dan nilai probabilitas signifikan $0,000 < 0,05$. Maka H_a diterima dan H_o ditolak, sehingga dapat disimpulkan bahwa persepsi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan mahasiswa Sebatik menabung di perbankan syariah.
2. Menguji signifikansi variabel Perilaku (X_2)
 Diketahui bahwa t_{hitung} perilaku 3,684, sedangkan t_{tabel} dapat dihitung $\alpha = 0,05$, karena menggunakan hipotesis dua arah, ketika mencari t_{tabel} , nilai α dibagi dua menjadi 0,025 serta $df = n-3$ menjadi $df = 100-3 = 97$, dan didapat nilai t_{tabel} sebesar 1,984. Sehingga hasil yang didapat $t_{hitung} > t_{tabel}$ dimana $3,684 > 1,984$ dan nilai probabilitas signifikan $0,000 < 0,05$. Maka H_a diterima dan H_o ditolak, sehingga dapat disimpulkan bahwa perilaku berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan mahasiswa Sebatik menabung di perbankan syariah.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengaruh Persepsi Mahasiswa Terhadap Keputusan Menabung di Perbankan Syariah (Studi Pada Himpunan Pelajar Mahasiswa Sebatik Kota Samarinda)

Indikator yang paling mempengaruhi variabel persepsi merupakan *kualitas produk*, *kualitas layanan* dan *nilai syariah*, karena banyaknya yang memilih angka 4 dan 5 di dalam kuesioner penelitian ini. Hasil kuesioner pada variabel persepsi di simpulkan bahwa responden menjawab sangat setuju dengan mean sebesar 44 atau 44%, Pernyataan yang paling berpengaruh dapat di lihat dengan mayoritas responden yang menjawab “sangat setuju” sebesar 56 atau 56% pada pernyataan “Saya menabung di perbankan syariah karena publikasi laporan kinerja yang jelas”.

Hasil penelitian ini, uji t menunjukkan bahwa persepsi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan mahasiswa Sebatik menabung di perbankan syariah, hal ini dapat disebabkan lebih banyak mahasiswa sebatik menabung di perbankan syariah karna indikator *kualitas produk*, *kualitas layanan* dan *nilai syariah*, dalam variabel persepsi ini sangat kuat untuk mempengaruhi mahasiswa sebatik menabung di perbankan syariah. Dibuktikan pada saat uji t, dimana t_{hitung} lebih besar dari pada t_{tabel} yaitu,

4,016 < 1,984 dengan signifikansi yaitu $0,000 > 0,05$ dan sehingga dapat disimpulkan bahwa H_a diterima dan H_o ditolak.

Pengaruh Perilaku Mahasiswa Terhadap Keputusan Menabung Di Perbankan Syariah (Studi Pada Himpunan Pelajar Mahasiswa Sebatik Kota Samarinda)

Indikator yang paling mempengaruhi variabel perilaku merupakan *tahap perolehan, tahap konsumsi dan tahap pasca beli*. Hasil penelitian variabel perilaku disimpulkan bahwa responden menjawab sangat setuju dengan mean sebesar 45 atau 45%. Dan indikator yang paling berpengaruh dapat dilihat dengan mayoritas responden pada indikator menjawab “sangat setuju” sebesar 56 atau 56% indikator ini menunjukkan bahwa menggunakan produk/jasa (*using*) dapat mempengaruhi mahasiswa Sebatik di Universitas Mulawarman sehingga memilih menabung di perbankan syariah.

Dari hasil penelitian ini, uji t menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan antara variabel perilaku terhadap keputusan mahasiswa Sebatik menabung di perbankan syariah. Pada uji t dimana t_{hitung} lebih besar dari pada t_{tabel} yaitu, $3,684 > 1,984$ dengan signifikansi yaitu $0,00 < 0,05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa H_a diterima dan H_o ditolak.

SIMPULAN

Persepsi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan mahasiswa Sebatik menabung di perbankan syariah. Perilaku berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan mahasiswa Sebatik menabung di perbankan syariah.

DAFTAR PUSTAKA

Agus Marimin, 2015. *Perkembangan Bank syariah Di Indonesia*”, Surakarta:Vol.01, No. 02.

Ascarya, 2007. *Akad dan Produk Bank Syariah*, Jakarta : Raja Grafindo Persada

Ali Hasan, 2010. *Marketing Bank Syari’ah* Bogor: Ghalia Indonesia.

Edi Susilo, 2007. *Analisis Pembiayaan dan Resiko Perbankan Syariah*, Jawa Tengah: Unisnupress.

Ghozali, Imam. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*, Universitas Diponegoro. Semarang.

Hamidi Jazim, 2000. *Persepsi dan Sikap Santri Jawa Timur terhadap Bank Syariah* , JawaTimur.

Iskandar, 2010. *Metodologi Penelitian pendidikan dan Sosial (Kualitatif Dan Kuantitatif)*, Jakarta:Gaung Persada Press.

Kasmir, 2012. *Manajemen perbankan*, Jakarta: Rajawali.

Martono Nanang, *Metode Penelitian Kuantitatif (Analisis Isi Dan Analisis Data Sekunder)*.

Muhamad, 2008. *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam Pendekatan Kuantitatif* Jakarta: Rajawali Pers.

Muclis. 2011. *Perilaku Menabung di Perbankan Syariah Jawa Tengah. Disertasi. Semarang* : Universitas Diponegoro.

Nur Ardita Rahmawati, 2017. *Persepsi Masyarakat Terhadap Keberadaan Museum Misi Mutilan Sebagai Sarana Pendidikan Karakter, Skripsi* Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan, Universitas Sanata Darma, Yogyakarta.

Nurngaeni, 2018. “*Pengaruh Pengetahuan Dan Persepsi Mahasiswa Tentang Perbankan Syariah Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Di Bank Syariah,*” *Skripsi* Purwokerto: IAIN Purwokerto.

Rita Rusno Saputriana, 2015. *Persepsi Masyarakat Kota Yogyakarta Terhadap Tari Gaya Banyumas*, Fakultas Bahasa dan Seni, Universitas Negeri Yogyakarta.

- Ristiyanti Prasetyo dan J. J. O. I Ihalauw, 2005. *Perilaku Konsumen* Yogyakarta: Andi Offset.
- Suharsimi Arikunto, 2010. *Prosedur Penelitian suatu Pendekatan Praktek*, Jakarta: Rineka Cipta.
- Sugiyono, 2010. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R dan D*, Bandung: Alfabeta.
- Ujang Sumarwan, 2011. *Perilaku Konsumen Teori dan Penerapannya Dalam Pemasaran*. Jakarta: PT. Ghalia Indonesia.
- Wiwin Khasanah, 2015. "Pengaruh Persepsi Mahasiswa UIN Sunan Kalijaga Tentang Perbankan Syariah Terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah Mandiri," Yogyakarta: UIN Sunan Kalijaga.
- Zainal Arifin, 2017. "Pengaruh Persepsi Dan Perilaku Konsumen Terhadap Pegawai Kantor Urusan Agama Menjadi Nasabah Perbankan Syariah Di Sragen, Surakarta: IAIN Surakarta.