

PENGARUH PERSEPSI KEYAKINAN DAN BAGI HASIL TERHADAP MINAT MENABUNG DI BANK SYARIAH (STUDI KASUS : MAHASISWA DI SURABAYA)

Sari Angriani

Ilmu Ekonomi / Fakultas Bisnis dan Ekonomika

sariangriani@gmail.com

Abstrak - Bank Syariah merupakan lembaga perbankan yang dijalankan dengan prinsip syariah. Dalam setiap aktivitas usahanya, bank syariah selalu menggunakan hukum-hukum Islam yang tercantum di dalam Al-Qur'an dan Hadist. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh persepsi keyakinan, dan persepsi bagi hasil terhadap minat menabung. Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kuantitatif dengan metode survei. Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa Surabaya yang menabung di Bank syariah. Uji coba instrumen, uji asumsi klasik, dan uji analisis data dalam penelitian ini menggunakan SPSS. Dari hasil penelitian diketahui bahwa persepsi keyakinan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung, dan persepsi bagi hasil berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung.

Kata Kunci : Bank Syariah, Persepsi Keyakinan, Persepsi Bagi Hasil, Minat Menabung di Bank Syariah

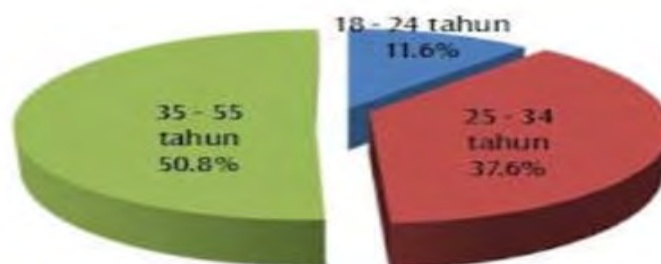
***Abstract** - Islamic Banking is a banking institution that runs with the principles of syariah. In every business activity, Islamic banks always use the laws of Islam listed in the Qur'an and Hadith. This study aims to determine the influence of perceptions of beliefs, and profit sharing perceptions of interest in saving. This research is a quantitative descriptive research with survey method. The population in this study are Surabaya students who are saving in Bank Syariah. Instrument test, classical assumption test, and data analysis test in this study using SPSS. From the results of the study it is known that the perception of belief has a positive and significant effect on the interest of saving, and the perception of the results have a positive and significant impact on interest in saving.*

Keywords: *Islamic Banking, Perception belief, Perception Profit Sharing, Interest in Saving at Islamic bank*

PENDAHULUAN

Praktik perbankan Islam di Indonesia dimulai pada akhir 1980-an yang dimulai dengan lahirnya bank syariah pertama di Indonesia yaitu Bank Muamalat pada 1992 (Rianto, 2011). Bank Syariah adalah bank yang beroperasi dengan prinsip syariah, yaitu aturan perjanjian berdasarkan hukum Islam antara bank dan pihak lain dalam penyimpanan dana dan atau pembiayaan kegiatan usaha. Bank Syariah diatur secara formal sejak diamandemennya UU No.7 Tahun 1992 dengan UU No.10 Tahun 1998 dan UU No.23 Tahun 1999 (Mangani, 2009).

Menurut penelitian yang dilakukan Woldie dalam (Wibowo, 2008), terungkap faktor- faktor alasan pelanggan bermitra dengan bank syari'ah. Setelah dirangking maka urutan motivasi bermitra dengan bank syari'ah adalah pertama faktor keagamaan, kedua kepercayaan terhadap terhadap komite pengawasan dalam bank syari'ah, ketiga kerahasiaan, keempat reputasi dan citra dan kelima sifat sosial dan ramah dari pegawai bank.



Sumber MARS Indonesia 2011

Gambar 1
Profil Nasabah Bank Syariah Berdasarkan Usia

Bank Syariah memiliki tiga segmentasi pasar berdasarkan usia nasabah, tentunya untuk melakukan pengembangan Bank Syariah harus memperhatikan tiga segmentasi pasar ini. Berdasarkan riset Mars Indonesia (Gambar 1.1), persentase terbesar nasabah perbankan syariah ada pada kelompok usia tua (35-55 tahun), yaitu mencapai 50,8%. Berikutnya ada pada kelompok usia dewasa (25-34 tahun) sebesar 37,6%, dan pada kelompok usia muda (18-24 tahun) sebesar 11,6%. Objek penelitian ini adalah pada umur 18-24 tahun range umur tersebut memiliki presentase dari tiga segmentasi sumber MARS adalah yang paling rendah rata-rata usia tersebut, nasabah masih berstatus mahasiswa aktif. Minat untuk menabung di Bank Syariah dan tanggapan tentang kesamaan Bank Syariah dengan bank konvensional.

Surabaya adalah salah satu kota yang menjadi tempat belajar mahasiswa dari berbagai daerah di Indonesia. Pilihan mahasiswa di

Surabaya sebagai responden penelitian karena untuk mengetahui seberapa besar minat mahasiswa di Surabaya yang menabung dan menjadi nasabah dengan berlandaskan pada nilai-nilai keislaman, memuat pendidikan keislaman, yaitu Al-Qur'an, hadist, memasukkan nilai-nilai keislaman dalam kegiatan sehari-hari. Dengan demikian menarik untuk mengkaji lebih dalam perilaku menabung pada mahasiswa di Surabaya.

Faktor-Faktor Mempengaruhi Minat Nasabah Menabung Di Bank Syariah. Nasabah Bank Syariah memiliki alasan masing-masing dalam menentukan kenapa memilih Bank Syariah. Berikut ini faktor-faktor yang mempengaruhi minat menabung di Bank Syariah :

- a. Keyakinan : Agama Islam berpandangan bahwa menetapkan bunga adalah riba yang berlipat ganda
- b. Bagi Hasil : Konsumen dalam menabung , produk juga didorong oleh faktor tingkat keuntungan atau manfaat yang akan diperolehnya dalam menggunakan suatu produk atau jasa.

Sesuai dengan faktor-faktor yang dibahas setiap nasabah Bank Syariah berminat membuka tabungan yaitu pengaruh dari lingkungan sekitar atau persepsi bahwa keyakinan dan bagi hasil mempengaruhi konsumen dalam mempertimbangkan hal yang berkaitan di Bank Syariah. Hal ini digunakan nasabah bank syariah yang termasuk

didalamnya adalah mahasiswa di surabaya untuk mengambil keputusan menabung di Bank Syariah.

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif asosiatif yaitu dengan menggunakan unit analisis yang diteliti adalah mahasiswa di Surabaya. Penelitian asosiatif adalah penelitian yang bertujuan untuk mengetahui hubungan antara dua variabel atau lebih (Sugiyono, 2005). Penelitian ini termasuk dalam penelitian survei. Penelitian survei merupakan penelitian yang data dan informasinya didapat dari pengumpulan populasi (sampel)

Dalam penelitian ini populasi sasaran yang dimaksud adalah mahasiswa di Surabaya dengan umur 19 tahun ke atas yang sudah memiliki ktp karena persyaratan membuka buku tabungan adalah ktp. Dipilihnya populasi sasaran yaitu di Surabaya dalam penelitian ini dikarenakan mahasiswa di Surabaya berasal dari berbagai daerah di Indonesia dari seluruh kalangan dan juga memiliki keyakinan berbeda-beda, rata-rata mahasiswa sudah memiliki tabungan yang di gunakan untuk membayar uang kuliah, transfer, dan kegiatan transaksi lainnya. Metode pengumpulan data yang digunakan yaitu dengan menggunakan kuesioner yang disebar secara online. Jenis data dalam penelitian ini adalah data ordinal yaitu data

yang berasal dari suatu objek atau kategori yang telah disusun secara berjenjang menurut besarnya dengan menggunakan skala pengukuran yang digunakan untuk mengukur instrumen penelitian adalah skala nominal yaitu menggunakan skor 1 hingga skor 4. Menurut (Kriyantono, 2006) untuk beberapa riset, skala nominal dapat digunakan dengan meniadakan pilihan jawaban ragu-ragu, karena kategori tersebut memiliki makna ganda yaitu bisa diartikan belum bisa memberikan jawaban, netral dan ragu-ragu.

Uji coba instrumen menggunakan uji validitas dan reliabilitas untuk mengetahui apakah instrument yang digunakan sudah valid dan reliabel. Teknik analisis data ini menggunakan program SPSS 20.00 dan menggunakan metode analisis deskriptif yang bertujuan untuk mengetahui gambaran karakteristik responden dari jenis kelamin, pendidikan, dan nama bank yang digunakan. Pengujian asumsi klasik mencakup uji multikolinieritas, uji autokorelasi, dan uji heterokedastisitas, agar data yang diolah benar-benar dapat mewakili populasi secara keseluruhan. Analisis regresi berganda juga digunakan untuk mengukur besarnya pengaruh antara variabel persepsi keyakinan (X_1) dan persepsi bagi hasil (X_2) terhadap minat menabung di Bank Syariah (Y).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Dari hasil penyebaran data terdapat 92 total data yang dapat dianalisis. Hasil data

tersebut dibagi dalam beberapa karakteristik responden yang dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 1 Jenis Kelamin Responden

No.	Jenis Kelamin	Frekuensi	Persen (%)
1.	Pria	26	28,261%
2.	Wanita	66	71,739%
	Total	92	100,0%

Sumber : Data yang diolah

Tabel 4.1 Menunjukkan bahwa dari 92 responden yang diteliti, sebanyak 26 responden atau 28,261% berjenis kelamin pria sedangkan responden yang berjenis kelamin wanita sebanyak 66 orang atau 71,739%.

Tabel 2 Agama Responden

No.	Agama	Frekuensi	Persen (%)
1	Islam	89	95,699%
2	Kristen	1	1,075%
3	Katolik	3	3,226%
4	Hindu	0	0,000%
5	Budha	0	0,000%
6	Kong Hu Chu	0	0,000%
	Jumlah	92	100,0%

Sumber : Data yang diolah

Tabel 4.3 Menunjukkan bahwa dari 92 responden yang diteliti, beragama Islam sebanyak 89 orang atau 95,699%, beragama Kristen 1

orang atau 1,075% dan sebanyak 3 orang atau 3,226% beragama Katolik, selanjutnya responden beragama Hindu, Budha, dan Kong Hu Chu belum ada dengan nilai presentase 0,000%.

Tabel 3 Bank Responden

No.	Bank	Frekuensi	Persen (%)
1	Mandiri Syariah	32	34,783%
2	BCA Syariah	15	16,304%
3	BNI Syariah	24	26,087%
4	BRI Syariah	13	14,130%
5	Muamalat	7	7,609%
6	BTN Syariah	1	1,087%
	Jumlah	92	100,0%

Sumber : Data yang diolah

Tabel 4.4 menunjukkan bahwa 92 responden yang diteliti. Responden menabung di Bank Mandiri Syariah ada 32 orang atau 34,783%, BCA Syariah ada 15 orang atau 16,304%, BNI Syariah 24 orang atau 26,087%, BRI Syariah 13 atau 14,130%, Muamalat 7 orang atau 7,609%, dan BTN Syariah 1 orang atau 1,08%.

Tabel 4 Hasil Perhitungan Regresi Linier Berganda

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics		
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF	
1	(Constant)	5,374	1,402		3,833	,000		
	X ₁	,394	,093	,446	4,228	,000	,446	2,242
	X ₂	,357	,107	,353	3,348	,001	,446	2,242

a. Dependent Variable: Y

Sumber: Data yang diolah

Berdasarkan tabel diatas, maka persamaan garis regresi dapat dinyatakan dalam persamaan sebagai berikut :

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \varepsilon$$

$$Y = 5,374 + 0,394 X_1 + 0,357 X_2 + \varepsilon$$

1. Nilai variabel dependen Minat Membeli (Y) dapat dilihat dari nilai konstantanya sebesar 5,374 dengan catatan jika *variable* independen Persepsi Keyakinan (X_1) dan Persepsi Bagi Hasil (X_2) tidak mempengaruhi *variable* dependen Minat Menabung (Y_1).
2. Pengaruh *variable* independen Persepsi Keyakinan (X_1) terhadap Minat Menabung (Y) apabila dilihat dari besarnya koefisien regresi 0,394 maka dapat diartikan bahwa setiap perubahan *variable* Persepsi Keyakinan (X_1) sebesar satu satuan maka *variable* Minat Menabung (Y) akan meningkat sebesar sebesar 0,394 dengan catatan *variable* Persepsi Keyakinan (X_1) tetap.
3. Pengaruh *variable* independen Persepsi Bagi Hasil (X_2) terhadap Minat Menabung (Y) apabila dilihat dari besarnya koefisien regresi 0,357 maka dapat diartikan bahwa setiap perubahan *variable* Persepsi Bagi Hasil (X_2) sebesar satu satuan maka *variable* Minat Menabung (Y) akan meningkat sebesar sebesar 0,357 dengan catatan *variable* Minat Menabung (Y) dan tetap. Hal ini berarti arah model tersebut adalah positif.

**Tabel 5 Hasil Perhitungan
Koefisien Korelasi (R) dan Koefisien Determinasi (R²)**

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,747 ^a	,558	,548	1,46156	1,944

a. Predictors: (Constant), X₁, X₂

b. Dependent Variable: Y

Sumber : Data yang diolah

Dari tabel 4.13 diatas diketahui bahwa nilai koefisien korelasi berganda (R), yaitu korelasi antara dua atau lebih variabel independen (Persepsi Keyakinan (X₁) dan Persepsi Bagi Hasil (X₂) terhadap variabel dependen (Minat Menabung (Y)) sebesar 0,558. Hal ini berarti terdapat hubungan yang kuat.

Nilai koefisien determinasi berganda (*adjusted R-square*) adalah 0,548 atau 54,8% nilai ini menunjukkan bahwa 54,8% Minat Menabung (Y) dipengaruhi oleh Persepsi Keyakinan (X₁) dan Persepsi Bagi Hasil (X₂) sedangkan sisanya 45,2% dipengaruhi oleh variabel lain diluar penelitian

Tabel 6 Hasil Perhitungan Uji t

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	5,374	1,402		3,833	,000	
	X ₁	,394	,093	,446	4,228	,000	,446 2,242
	X ₂	,357	,107	,353	3,348	,001	,446 2,242

a. Dependent Variable: Y

Sumber :Data yang diolah

Kesimpulan Uji t adalah :

1. Persepsi Keyakinan (X₁) memperoleh nilai T hitung sebesar 4,228 > 1.9869 dan signifikansi 0,000 < 0,05 maka hal ini menunjukkan bahwa secara parsial variabel Persepsi Keyakinan (X₁) berpengaruh signifikan terhadap Minat Menabung (Y).
2. Persepsi Bagi Hasil (X₂) memperoleh nilai T hitung sebesar 3,348 > 1.9869 dan signifikansi 0,001 < 0,05 maka hal ini menunjukkan bahwa secara parsial variabel Persepsi Keyakinan (X₁) berpengaruh signifikan terhadap Minat Menabung (Y).

Tabel 7 Hasil Perhitungan Uji F

ANOVA^a

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	681,378	2	340,689	56,226	,000 ^b
Residual	539,275	89	6,059		
Total	1220,652	91			

a. Dependent Variable: Y

b. Predictors: (Constant), X₁, X₂

Sumber : Datayang diolah

Hipotesis Uji F adalah : Nilai F hitung > F tabel, yaitu $56,226 > 3.95$ dan signifikansi $0,000 < 0,05$ maka hal ini menunjukkan bahwa Persepsi Keyakinan (X₁) dan Persepsi Bagi Hasil (X₂) secara serentak atau bersama sama berpengaruh terhadap Minat Menabung (Y).

Pembahasan pengaruh persepsi keyakinan dan persepsi bagi hasil terhadap minat menabung di bank syariah adalah sebagai berikut :

1. Pengaruh persepsi keyakinan terhadap Minat Menabung di Bank Syariah pada mahasiswa di Surabaya Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa persepsi keyakinan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung di Bank Syariah pada mahasiswa di Surabaya. dapat dibuktikan dengan nilai t hitung parsial dengan memperoleh nilai t hitung lebih besar dari t tabel $4,228 > 1.9869$ dan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Nilai koefisien

determinasi berganda (*adjusted R-square*) adalah 0,548 atau 54,8% nilai ini menunjukkan bahwa 54,8% berpengaruh positif terhadap minat menabung di Bank Syariah pada mahasiswa di Surabaya. Penelitian ini juga sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh (Abdallah, 2016) bahwa persepsi keyakinan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung di Bank Syariah. Hasil penelitian ini menyatakan bahwa persepsi keyakinan benar bahwa secara teori berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung di Bank Syariah ini mengindikasikan bahwa persepsi keyakinan memberikan gambaran responden di dalam memilih jasa Bank Syariah dan pertimbangan paling dominan yaitu faktor keyakinan bahwa bunga bank bertentangan dengan agama mahasiswa di Surabaya mempertahankan hubungannya atau tetap loyal pada Bank Syariah adalah karena ketaatan mereka terhadap prinsip-prinsip syariah. Mahasiswa di Surabaya memutuskan untuk tetap mempertahankan Bank Syariah berkaitan dengan masalah keimanan dan keyakinan terhadap pengharaman riba bagi umat Islam.

2. Pengaruh persepsi bagi hasil terhadap Minat Menabung di Bank Syariah pada mahasiswa di Surabaya Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa persepsi bagi hasil berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung di Bank Syariah pada mahasiswa di Surabaya. dapat dibuktikan dengan nilai t hitung parsial dengan memperoleh nilai t hitung lebih besar

dari t tabel $3,348 > 1.9869$ dan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Nilai koefisien determinasi berganda (adjusted R-square) adalah 0,548 atau 54,8% nilai ini menunjukkan bahwa 54,8% berpengaruh positif terhadap minat menabung di Bank Syariah pada mahasiswa di Surabaya. Penelitian ini juga sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh (Rahmawaty, 2014) bahwa persepsi bagi hasil berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung di Bank Syariah. Hasil penelitian ini menyatakan bahwa persepsi bagi hasil benar bahwa secara teori berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung di Bank Syariah ini mengindikasikan bahwa persepsi bagi hasil memberikan gambaran kepada mahasiswa di Surabaya tentang sistem bagi hasil bahwa sistem bagi hasil ini sesuai dengan prinsip-prinsip syari'ah, lebih menguntungkan dan telah memenuhi rasa keadilan bagi semua pihak yaitu dengan pembagian laba.

3. Pengaruh persepsi bagi keyakinan dan bagi hasil terhadap minat menabung di Bank Syariah pada mahasiswa di Surabaya hasil penelitian ketiga ini menunjukkan bahwa persepsi keyakinan dan bagi hasil secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung di Bank Syariah pada mahasiswa Surabaya. Dapat di buktikan dengan nilai F hitung simultan dengan memperoleh nilai F hitung lebih besar dari F tabel $56,226 > 0,05$. Nilai koefisien determinasi berganda (*adjusted R-square*) adalah 0,548 atau 54,8% nilai ini menunjukkan bahwa 54,8% persepsi

keyakinan (X_1) dan bagi hasil (X_2) secara serentak atau bersama-sama berpengaruh terhadap minat menabung di Bank Syariah (Y).

KESIMPULAN DAN SARAN

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan persepsi keyakinan terhadap minat menabung di bank syariah pada mahasiswa di Surabaya. Persepsi keyakinan akan berpengaruh ketika seseorang merasa bahwa menabung di Bank Syariah adalah tindakan atau perilaku yang erat kaitannya dengan hal-hal yang menyangkut agama dan percaya dengan adanya riba melanggar hukum Islam. Hal ini agar kedepannya Perbankan Syariah lebih meyakinkan nasabah termasuk mahasiswa supaya mereka lebih yakin atau percaya sehingga transaksi di Bank Syariah, akan mengalami peningkatan Bank Syariah harus lebih banyak memberikan informasi dan pengetahuan tentang Perbankan Syariah dan mensosialisasikan bahwa bunga adalah riba. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan persepsi bagi hasil terhadap minat menabung di Bank Syariah pada mahasiswa di Surabaya. Persepsi bagi hasil akan berpengaruh ketika seseorang merasa bahwa sistem bagi hasil ini lebih sesuai dengan prinsip-prinsip syari'ah, lebih menguntungkan dan telah memenuhi rasa keadilan bagi semua pihak. Bahwa bank seharusnya meningkatkan kesadaran

nasabah termasuk mahasiswa tentang persepsi dan komitmen melalui sosialisasi khususnya tentang sistem Bagi Hasil pada Bank Syariah melalui berbagai media karena untuk saat ini alat pengetahuan paling luas adalah media supaya mereka lebih mengetahui konsep yang ada pada sistem bagi hasil.

Perbankan Syariah diharapkan untuk mensosialisasikan Perbankan Syariah kepada mahasiswa secara berkelanjutan dan tepat sasaran. Pengetahuan mahasiswa akan perbankan khususnya Perbankan Syariah masih sangat minim, perlunya penambahan informasi melalui media di era saat ini atau bahkan datang berkunjung ke universitas-universitas melalui seminar untuk memberikan informasi tentang Bank Syariah guna meningkatkan minat serta membangun pengaruh positif terhadap ekonomi Islam khususnya pada bank syariah.

Penelitian ini memberikan informasi bahwa persepsi keyakinan, dan bagi hasil 54,8% berpengaruh positif terhadap minat menabung di bank syariah pada mahasiswa di Surabaya sedangkan sisanya dijelaskan faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Untuk itu perlu adanya penelitian lebih lanjut tentang faktor-faktor yang mempengaruhi minat menabung di Bank Syariah, seperti lokasi. Lokasi mempengaruhi minat menabung di Bank Syariah karena nasabah mempertimbangan lokasi

menjadi kendala yang mempengaruhi minat menabung mahasiswa di Surabaya, sehingga hasil penelitian dapat lebih berkembang.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdallah, Muhammad.(2016). “Analisis Minat Menabung Pada Bank Syariah di Kalangan Siswa SMA di Kota Medan (Studi Kasus: Siswa Madrasah Aliyah Negeri”. *Jurnal Ekonomi dan Keuangan*. Vol.3 No.7.
- Kriyantono, R.(2006). *Teknis praktis riset komunikasi*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Mangani, Ktut Silvanita.(2009). *Bank dan Lembaga Keuangan Lain*. Jakarta:Erlangga.
- Rahmawaty, Anita.(2014). “Pengaruh Persepsi Tentang Bank Syariah Terhadap Minat Menggunakan Produk di BNI Syariah Semarang”. *ADDIN*. Vol. 8 No. 1, Februari 2014.
- Rianto, Nur.(2011). *Dasar – Dasar Pembelajaran Perusahaan Edisi 3*. Jogjakarta.
- Sugiyono.(2005). *Metode Penelitian Administrasi*.Bandung: Alfabeta Jakarta Integrita Press.
- Sumber Mars indonesia 2011 kepemilikan rekening di bank syariah meningkat di unduh dari “<http://www.marsindonesia.com/newsletter/kepemilikan-rekening-di-bank-syariah-meningkat>. Pada 2 Februari pukul 02.00.
- Wibowo, Ery R.(2008). “Faktor Relegiusitas dalam Perbankan Syari’ah”. *Jurnal Ekonomi*. Vol. 4 No.1 Semarang.