

Faktor-Faktor yang Menentukan Mahasiswa Universitas Islam Bandung Menggunakan Produk Tabungan Wadiah di Perbankan Syariah

(Studi Kasus Bri Syariah Unisba)

¹Riani Lis Indriarini, ²Susilo Setiyawan, S.E., M.S.i, ³Noviani, S.E., M.S.i.

^{1,2,3}Prodi Ilmu Ekonomi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Islam Bandung,

Jl. Tamansari No.1 Bandung 40116

email:¹rianiindriarn@gmail.com, ²noviani_tanjung@yahoo.co.id.

Abstract. Based banking is one of financial institutions developing currently. Compared with customers banks conventional has stood for a long time in Indonesia, customers syariah banking still relatively little. One of the potentially large for a market syariah banks are students. The formulation of the research is factor-factor external considered important by customers in the use of savings wadiah products, and how factor-factor priorities in order that are considered important by customers in the use of savings wadiah products. Engineering the sample random sample of by doing against 248 survey respondents. Methods used in research is method or technique data collection by approach qualitative study. But uses the data analysis, qualitative data available in this study also be measured use likert scale. The results showed that penelitian external factors students on the use of savings wadiah bri the knowledge syariah factors, the price, the place, and the promotion. Of the four factors are more students prioritise cost savings to save at wadiah bri syariah. This is shown on the price produce set value of 80,1 percent or be at set value could not agree.

Keywords: Factor-factor, students, savings wadiah

Abstrak. Perbankan syariah adalah salah satu lembaga keuangan yang sedang berkembang saat ini. Dibandingkan dengan nasabah perbankan konvensional yang telah berdiri sejak lama di Indonesia, nasabah perbankan syariah masih tergolong sedikit. Salah satu kalangan yang berpotensi besar bagi pasar perbankan syariah adalah mahasiswa. Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah faktor-faktor apa saja yang dianggap penting oleh nasabah dalam penggunaan produk tabungan wadiah, dan Bagaimana urutan prioritas faktor-faktor yang dianggap penting oleh nasabah dalam penggunaan produk tabungan wadiah. Teknik pengambilan sampel berupa random sampel dengan melakukan survey terhadap 248 responden. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode atau teknik pengumpulan data dengan pendekatan penelitian kualitatif. Selain menggunakan metode analisis data, data kualitatif yang ada pada penelitian ini juga diukur menggunakan Skala Likert. Hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor eksternal mahasiswa terhadap penggunaan tabungan wadiah di BRI Syariah yaitu faktor pengetahuan, faktor harga, faktor tempat, dan faktor promosi. Dari keempat faktor tersebut mahasiswa lebih memprioritaskan biaya untuk menabung di tabungan wadiah BRI Syariah. Hal ini ditunjukkan pada variabel harga menghasilkan nilai interval sebesar 80,1 persen atau berada pada nilai interval sangat setuju.

Kata kunci: Preferensi, Mahasiswa, Tabungan wadiah

A. Pendahuluan

Salah satu kegiatan ekonomi yang membuat pemerintah mengambil tindakan untuk membenahi kegiatan-kegiatan ekonomi yaitu kegiatan perbankan. Hal ini berarti perbankan merupakan bagian dari tata kegiatan susunan ekonomi. Dalam kegiatannya bank turut mengambil bagian bagi tercapainya kehidupan ekonomi yang sejahtera, dan kegiatan yang penting dalam menunjang kegiatan pembangunan nasional. Perbankan merupakan suatu lembaga yang melaksanakan fungsi utama, yaitu menerima simpanan uang (tabungan), dan meminjamkan uang. Tabungan dapat dijalankan oleh perbankan konvensional dan perbankan syariah. Kesuksesan dan prestasi yang diraih oleh perbankan syariah merupakan hasil dari upaya bank syariah sejak tahun 1992 dan terus berkembang.

Pada tahun 2008, hadir Bank Rakyat Indonesia Syariah (BRI Syariah) yang turut memberikan sumbangsih atas berkembangnya bank syariah di Indonesia.

Berawal dari *spin off* yang berlaku efektif pada tahun 2009, yang awalnya hanya sebuah UUS (Unit Usaha Syariah) kini BRI Syariah beroperasi sebagai Bank Umum Syariah (BUS). Produk tabungan pada BRI Syariah memiliki dua akad yakni, tabungan dengan akad Wadiah dan tabungan dengan akad Mudarabah. Penghimpunan dana dari masyarakat tentu saja memerlukan strategi yang baik. Salah satu kalangan yang berpotensi besar bagi BRI Syariah adalah mahasiswa. Mahasiswa dalam kesehariannya membutuhkan jasa perbankan untuk kepentingan yang berbeda-beda seperti transfer uang bulanan, menabung, pembayaran kuliah dan transaksi jual beli online. Mahasiswa masih memerlukan keterangan dan penjelasan mengenai seluruh aspek lembaga keuangan dengan prinsip syariah, terutama pengetahuan, harga, tempat dan promosi yang dapat dimanfaatkan oleh calon nasabah.

B. Tinjauan Pustaka

Perilaku Konsumen

Perilaku konsumen adalah tingkat laku dari konsumen, dimana mereka dapat mengilustrasikan pencarian untuk membeli, menggunakan, mengevaluasi dan memperbaiki suatu produk dan jasa mereka. Fokus dari perilaku konsumen adalah bagaimana individu membuat keputusan untuk menggunakan sumber daya mereka yang tersedia untuk mengkonsumsi suatu barang.

Menurut Sadono Sukirno (1994:151), teori perilaku konsumen menerangkan apa yang melatarbelakangi para konsumen akan membeli lebih banyak pada harga yang rendah dan mengurangi pembeliannya pada harga tinggi, serta bagaimanakah seorang konsumen menentukan jumlah dan komposisi barang yang akan dibeli dari pendapatan yang diperolehnya.

Menurut Kotler (2005:87) Pada prinsipnya yang dibicarakan dalam perilaku konsumen ini adalah bagaimana fungsi permintaan konsumen itu berbentuk. Dua wujud konsumen adalah :

1. Personal consumer : konsumen ini membeli atau menggunakan barang atau jasa untuk penggunaannya sendiri
2. Organizational consumer : konsumen ini membeli atau menggunakan barang atau jasa untuk memenuhi kebutuhan dari menjalankan organisasi tersebut.

Faktor-faktor yang Mempengaruhi Preferensi

Dalam buku Manajemen Pemasaran (2005 : 224), Philip Kotler menyatakan seseorang konsumen didalam memperoleh jasa atau barang, tidak hanya ingin memiliki barang atau jasa, tetapi ada faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku seorang konsumen. faktor-faktor tersebut sebagai berikut:

1. Faktor Internal

Faktor ini berasal dari dalam diri seorang konsumen, faktor tersebut antara lain sebagai berikut:

a. Usia dan siklus hidup

Konsumsi seseorang dibentuk oleh tahapan siklus keluarga orang dewasa biasanya mengalami perubahan tertentu ketika mereka menjalani hidupnya.

b. Pekerjaan

Semakin tinggi posisi seseorang dalam pekerjaan maka akan membentuk kecenderungan minat yang mengarah pada gaya hidup. Penghasilan sangat mempengaruhi gaya hidup seseorang dimana dengan penghasilan dari pekerjaannya yang tinggi gaya hidupnya akan semakin tinggi juga.

c. Kadaan Ekonomi

Keadaan ekonomi seseorang yaitu terdiri dari pendapatan yang dapat dibelanjakannya, tabungan, dan hartanya.

d. Gaya Hidup

Polah hidup seseorang dalam kehidupan sehari-hari yang dinyatakan dalam kegiatan, minat dan pendapatan (opini) yang berkaitan. Gaya hidup melukiskan keseluruhan pribadi yang berinteraksi dengan lingkungannya.

e. Kepribadian

Karakteristik psikologis yang berbeda dari setiap orang yang memandang responnya terhadap lingkungan yang relative konsisten. (Philip Kotler, 1996).

2. Faktor Eksternal

Faktor eksternal adalah faktor yang berasal dari luar diri seorang konsumen, diantara faktor tersebut adalah pengetahuan, harga, tempat dan promosi (Philip Kotler, 1997). Pengertian dari faktor faktor tersebut sebagai berikut:

a. Pengetahuan

Pengetahuan adalah kemampuan konsumen tentang keberadaan perbankan syariah, yang diindikasikan pemahaman tentang : pemahaman umum tentang bank syariah, sistem bagi hasil, syariah, kerjasama, dan jenis produk. pengetahuan atau informasi dapat didapat dari orang lain, seperti karyawan bank, teman, saudara, keluarga, media cetak, media elektronik, dan lain-lain. Pengetahuan dapat juga berupa kelemahan maupun kelebihan produk, pelayanan, fasilitas, dan sebagainya yang dapat menjelaskan tentang perbankan (Depag RI, 2005 : dalam Lestari 2015).

b. Harga

Harga adalah jumlah uang yang ditagihkan untuk suatu produk atau jasa. Pengertian luas harga merupakan jumlah uang yang dipertukarkan konsumen untuk manfaat memiliki atau menggunakan produk/jasa. Istilah harga digunakan untuk memberikan nilai finansial pada suatu produk barang/jasa.

c. Tempat

Tempat disini yaitu tempat dimana suatu produk didistribusikan atau dipasarkan kepada konsumen. konsumen akan lebih menyukai bila tempat untuk membeli dekat dengan jangkauan mereka, akses yang mudah, sarana dan prasarana yang baik. Perbankan sendiri akan memudahkan nasabah apabila memiliki kantor cabang yang banyak.

d. Promosi

Promosi adalah upaya untuk menawarkan atau memberitahukan produk atau jasa dengan tujuan menarik calon konsumen untuk membeli atau mengkonsumsi. Adanya promosi, produsen atau distributor mengharapkan kenaikan angka penjualan. Konsep promosi adalah upaya untuk mempromosikan produk atau jasa tertentu kepada klien yang potensial, pelanggan, dan pengguna. Fokus kegiatan promosi mengarah pada periklanan, seperti media cetak maupun media elektronik. Promosi dilakukan agar produk atau jasa yang dihasilkan dapat diterima dengan baik oleh konsumen, dan pada akhirnya angka penjualan naik, sehingga memperoleh keuntungan yang besar.

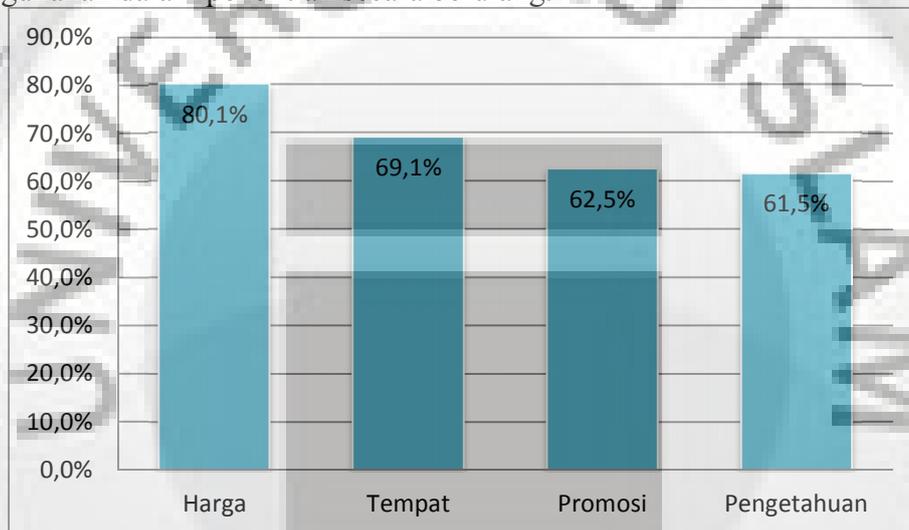
C. Hasil Penelitian dan Pembahasan

Pada pengujian validitas ini hasil kuesioner dapat dilihat pada nilai r pada tiap-tiap pernyataan. Kuesioner disebar kepada 248 responden dimana jika menggunakan tabel r , responden dikurangi 2 atau $df = n - 2$ sehingga untuk menentukan valid atau tidak yaitu pada besarnya tabel dengan jumlah responden sebanyak 246 ($df = 248 - 2 = 246$). Apabila r_h pada kolom *Corrected Item Total Correlation* lebih besar dari

r_t sebesar 0.1047 maka tiap butir pada pernyataan tersebut dapat dikatakan valid. Pada pengujian ini semua pernyataan valid semua atau $r_h > r_t$ sebanyak 24 pernyataan. Hasil dari uji validitas tersebut dapat dilihat pada lampiran.

Dalam hubungannya dengan uraian diatas, maka diperoleh hasil uji validitas terhadap masing-masing pernyataan yang digunakan untuk mengukur pengetahuan, harga, tempat dan promosi produk. Hasil uji validitas diolah menggunakan SPSS versi 20.0

Selanjutnya dilakukan uji realibilitas, ini ditunjukkan untuk mengetahui item pernyataan yang telah disusun oleh peneliti reliabel atau tidak. Suatu variabel dikatakan reliabel apabila memiliki Cronbach Alpha lebih besar dari 0,60 maka butir-butir pernyataan yang diteliti dapat dilakukan secara berulang meskipun waktu penelitian berbeda. Dari hasil yang didapat cronbach alpha seluruh pernyataan sebesar 0,752 dibandingkan dengan cronbach alpha setiap pernyataan. Hasil dari setiap item pernyataan tidak ada yang melebihi cronbach alpha, artinya setiap pernyataan reliabel dapat digunakan dalam penelitian secara berulang.



Gambar 1. Analisis Faktor Penentu Mahasiswa Unisba Menggunakan Produk Tabungan Wadiah di Perbankan Syariah (BRI Syariah)

Dilihat dari hasil persentase capaian pada Gambar tersebut membuktikan bahwa seluruh faktor diatas menjadi faktor pertimbangan mahasiswa menggunakan produk tabungan wadiah di BRI Syariah. Dari urutan persentase pertama adalah dari faktor harga dengan persentase rata-rata sebesar 80,1 persen termasuk dalam kategori sangat setuju, mahasiswa pada umumnya lebih prefer terhadap produk tabungan yang harganya terjangkau. Baik dalam biaya administrasi, biaya transaksi, maupun dalam penyimpanan saldonya. Karena semakin murah harga yang ditawarkan suatu produk tabungan maka semakin banyak nasabah yang tertarik menggunakan produk yang dikeluarkan oleh bank tersebut.

Selanjutnya faktor kedua yaitu variabel lokasi. Dalam faktor lokasi terdapat indikator variabel yang menjadi pertimbangan memilih produk tabungan wadiah di BRI Syariah. Lokasi yang strategis menjadi faktor determinasi untuk memilih produk tabungan di BRI Syariah. Dilihat dari lokasinya bank BRI Syariah dekat dengan kampus Universitas Islam Bandung, sehingga memudahkan mahasiswa. Semakin strategis lokasi kantor, maka semakin banyak mahasiswa yang tertarik untuk menabung pada produk tabungan wadiah di BRI Syariah.

Faktor ketiga yaitu variabel promosi, dalam indikator promosi sebagian besar mahasiswa tertarik menyimpan tabungan pada produk wadiah melalui promosi Bank BRI Syariah secara langsung. Sehingga mendapatkan informasi promosi yang menarik dan mudah di mengerti oleh mahasiswa lebih lengkap, daripada melalui kegiatan pameran/event. Selain dari empat variabel yang menjadi faktor mahasiswa menggunakan produk tabungan wadiah di BRI Syariah yaitu faktor pengetahuan. Ternyata variabel pengetahuan merupakan faktor terakhir yang menentukan keputusan mahasiswa untuk menggunakan produk tabungan wadiah. Padahal pengetahuan merupakan faktor utama untuk dapat memahami lebih banyak tentang produk tabungan wadiah, faktor ini dikarenakan lebih banyak mahasiswa yang hanya mengikuti anjuran dari kampus, dibanding mahasiswa yang memilih produk tabungan wadiah dengan keinginan sendiri melalui pengetahuan pengalaman saudara, keluarga, dan teman.

D. Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan dalam penelitian ini, peneliti menyimpulkan beberapa hasil penelitian sebagai berikut:

1. Pada variabel pengetahuan mahasiswa setuju bahwa faktor pengetahuan berdasarkan lingkungan (teman/saudara/keluarga) merupakan faktor utama yang mereka dapat. Sedangkan pada variabel harga, mahasiswa sangat setuju dengan biaya produk tabungan wadiah yang sangat terjangkau dan tidak memberatkan mahasiswa dalam bertransaksi. Selanjutnya pada variabel tempat, yang merupakan faktor pendukung bagi mahasiswa untuk melakukan kemudahan dalam transaksi, tetapi jumlah penyediaan ATM dan lokasi kantor BRI Syariah masih sedikit sehingga sulit dijangkau. Begitu juga dengan faktor promosi, yang merupakan salah satu upaya untuk menarik mahasiswa menabung pada produk tabungan wadiah di BRI Syariah. Masih sedikit yang mengetahui promosi tabungan wadiah yang dilakukan oleh bank kepada Mahasiswa Universitas Islam Bandung.
2. Dari empat faktor eksternal : faktor pengetahuan, faktor harga, faktor tempat, dan faktor promosi, yang menjadi faktor penentu prioritas mahasiswa dalam menggunakan produk tabungan wadiah di BRI Syariah adalah faktor harga, dengan responden sebanyak 182 mahasiswa dari 248 responden memilih variabel harga. Karena pada variabel harga terdapat banyak keunggulan yang didapat oleh mahasiswa, seperti biaya administrasi yang terjangkau, biaya transfer gratis, dan tidak memberatkan dalam penyimpanan saldo. Sehingga dengan keterbatasan pendapatan yang diberikan oleh orang tuanya maka mahasiswa lebih memperhatikan dan mempertimbangkan harga sebelum menggunakan produk tabungan.

Daftar Pustaka

- Andri Soemitra, 2009, *“Bank dan Lembaga Keuangan Syariah”*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Dewi Andriani dan Azuar Juliandi, 2008, Jurnal Vol 8, No 2, *“Preferensi Masyarakat Kota Medan Terhadap Bank Syariah”*, Universitas Muhammadiyah.
- Dewi Silvia Pusdikasari, 2016, *“Preferensi Orang Tua Terhadap Pemilihan Sekolah Dasar Berbasis Islam atau Umum di Kabupaten Sumedang”*.
- Faishol Lutfi, 2016, *“Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Preferensi Menabung Mahasiswa Santri di Perbankan Syariah”*. Universitas Diponegoro.

Fitra Zuli, 2014, "*Faktor-faktor yang Menyebabkan Mahasiswa Fakultas Agama Islam Program Studi Muamalat (Syariah) Tidak Menabung di Bank Syariah*". Universitas Muhammadiyah Surakarta.

Ima Amaliah, Westi Riani, dan Noviani, 2009, "*Strategi Pengembangan Unisba Berdasarkan Preferensi Masyarakat Kota Bandung*".

Nicholson dan Snyder, 2005, "*Microeconomic Theory Basic Principles And Extensions*", Edition Tenth, page- 87, Thomson Higher Education, USA

Noviani, 2014, "*Modul Laboratorium Statistika*". Universitas Islam Bandung

Philip, Kotler. 2005. "*Manajemen Pemasaran*". Prenhallindo, Jakarta.

Sadono Sukirno, 1994, "*Mikro Ekonomi Teori Pengantar*". Raja Grafindo Persada, Jakarta.

Sugiyono, 2009, "*Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*". Alfabeta. Hlm. 126

