



**ANALISIS KEPUTUSAN MAHASISWA JURUSAN PERBANKAN SYARIAH STAIN
MANDAILING NATAL MENGGUNAKAN PRODUK TABUNGAN DI BANK
KONVENSIONAL**

Erpiana Siregar
erpiana@stain-madina-ac.id

ABSTRACT

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor yang mempengaruhi keputusan mahasiswa Perbankan Syariah STAIN Mandailing Natal menabung di bank konvensional. Penelitian ini merupakan penelitian lapangan dengan memakai metode deskriptif kualitatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor yang mempengaruhi keputusan mahasiswa STAIN Mandailing Natal memilih menggunakan produk di bank konvensional daripada bank syariah karena beberapa faktor yaitu faktor social fasilitas dan faktor sosial. Hasil perbandingan yang menggunakan produk tabungan konvensional dan produk tabungan bank syariah menunjukkan produk tabungan di bank konvensional masih lebih banyak dipilih. Faktor fasilitas lebih dominan dalam mempengaruhi keputusan menabung mahasiswa di bank konvensional karena fasilitas yang memadai seperti ketersediaan ATM di berbagai tempat, mudahnya menemukan agen link. Selain itu produk tabungan yang paling banyak digunakan adalah Tarik tunai dan transfer

Kata kunci: Keputusan, produk tabungan, Bank syariah, Bank konvensional.

ABSTRACT

This study aims to analyze the factors that influence the decision of Stain Mandailing Natal Islamic Banking students to save in conventional banks. This research is a field research using qualitative descriptive methods. The results showed that the factors that influenced the decision of STAIN Mandailing Natal students to choose to use products in conventional banks instead of Islamic banks were due to several factors, namely social facilities and social factors. The results of the comparison that use conventional savings products and Islamic bank savings products show that savings products in conventional banks are still more widely chosen. The facility factor is more dominant in influencing student saving decisions in conventional banks because of adequate facilities such as the availability of ATMs in various places, the ease of finding link agents. In addition, the most widely used savings products are Cash withdrawals and transfers.

Keywords: Decisions, savings products, Islamic banks, Conventional banks.



A. PENDAHULUAN

Bank merupakan badan usaha yang melakukan kegiatan menghimpun dana (*funding*) dari masyarakat kemudian menyalurkannya kembali (*lending*) dalam bentuk kredit atau bentuk-bentuk lainnya kepada masyarakat yang bertujuan untuk meningkatkan taraf hidup masyarakat luas¹. Perbankan memiliki tiga kegiatan pokok, yaitu menghimpun dana (*funding*), menyalurkan dana (*lending*), dan memberikan jasa lainnya (*service*).²

Jenis bank berdasarkan cara penetapan harga terbagi dua yaitu bank konvensional dan bank syariah. Bank konvensional menetapkan harga dengan metode bunga dalam menjalankan kegiatan usahanya. Istilah bunga sudah sangat *familiar* di telinga masyarakat karena istilah ini sudah lama digunakan oleh bank sejak zaman dahulu dalam melaksanakan usahanya.³ Bunga bank menurut para ulama adalah riba, sedangkan dalam islam riba itu haram.⁴

Bank merupakan lembaga penting yang bisa menunjang pertumbuhan perekonomian. Karena itu, masyarakat tidak bisa lepas dari aktivitas bank. Melihat hal tersebut para ulama memusyawarahkan untuk mendirikan bank yang berbasis syariah sebagai upaya dalam mencegah masyarakat bertransaksi riba. Upaya tersebut terwujud dengan berdirinya bank syariah pertama di Indonesia pada tahun 1991 meskipun operasionalnya mulai berjalan pada tahun 1992 yaitu Bank Muamalat Indonesia (BMI).

Berbeda dengan bank konvensional dalam menetapkan harga yang menggunakan bunga maka bank syariah menerapkan harga dengan bagi hasil. Kemunculan BMI memberikan warna tersendiri bagi lembaga keuangan di Indonesia. Meskipun umurnya yang masih seumur jagung BMI sukses bertahan dalam menghadapi krisis moneter pada tahun 1998 yang membuat belasan bank konvensional lain bankrut.⁵

Kesuksesan bank syariah mampu bertahan pada saat krisis menggambarkan bank syariah memiliki keunggulan jika dibandingkan dengan bank konvensional. Semestinya, bank syariah menjadi bank favorit masyarakat. Tetapi, jika dilihat dari segi *market share* bank syariah

¹ UU RI Nomor 10 Tahun 1998 Tanggal 10 November 1998 tentang Perbankan

² Kasmir, *Manajemen Perbankan*,(Jakarta:PT Raja Grafindo Persada,2015),h.13.

³ Agus Marimin, dkk, "*Perkembangan Bank Syariah di Indonesia*", Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam, No.02, Vol.01 (Juli 2015),h.76

⁴ Mutiara Dwi Sari, "*perkembangan Bank Syariah di Indonesia: Suatu Tinjauan*", *Jurnal Aplikasi Bisnis*, No.2, Vol.3 (April 2013), h.123.

⁵ <https://www.academia.edu/27257256/SejarahdanPerkembanganBankSyariahdidiIndonesia>, Diakses pada hari minggu, tanggal 02 Januari 2022, pukul 06:57 WIB.



tetap kalah dengan bank konvensional. Fenomena tersebut juga terjadi di STAIN Mandailing Natal khususnya mahasiswa Perbankan Syariah. Sebagai mahasiswa jurusan Perbankan Syariah yang sudah punya pengetahuan tentang keunggulan perbankan syariah dan prinsip-prinsipnya, pasti lebih cenderung memilih penggunaan produk-produk bank syariah. Berdasarkan survei dilapangan mahasiswa jurusan Perbankan Syariah yang memiliki tabungan di bank konvensional 42 orang sedangkan yang memiliki tabungan di bank syariah hanya 8 orang.

Ini menunjukkan bahwa mahasiswa Jurusan Perbankan Syariah STAIN Mandailing Natal lebih memilih menabung pada bank konvensional daripada bank syariah. Padahal para mahasiswa tersebut, khususnya mahasiswa perbankan syariah sudah mempelajari beberapa mata kuliah yang berkaitan dengan bank syariah yang pada bisa menjadi penunjang minat mahasiswa untuk menabung di bank syariah.

B. TINJAUAN PUSTAKA

1. Pengertian Bank Konvensional

Bank Konvensional adalah ilmu yang mempelajari perilaku manusia dalam memenuhi kebutuhannya yang tak terbatas menggunakan faktor-faktor produksi yang terbatas. Masalah utama ekonomi adalah kelangkaan (scarcity) dan pilihan (choices). Konvensional berasal dari kata convention (konvensi, pertemuan), jadi bank konvensional adalah bank yang mekanisme operasinya berdasarkan sistem yang disepakati bersama dalam suatu konvensi. Pengertian Bank Umum menurut Undang-Undang No. 10 tahun 1998: "Bank Umum adalah bank yang melaksanakan kegiatan usaha secara konvensional atau berdasarkan prinsip syaria'ah yang dalam kegiatannya memberikan jasa dalam lalu lintas pembayaran.

Adapun fungsi-fungsi Bank Konvensional adalah sebagai berikut:

a. Penciptaan uang

Uang yang diciptakan Bank Umum adalah uang giral, yaitu alat pembayaran lewat mekanisme pemindah bukuan (kliring). Kemampuan Bank Umum menciptakan uang giral menyebabkan posisi dan fungsinya dalam pelaksanaan kebijakan moneter.

b. Mendukung Kelancaran Mekanisme Pembayaran

Fungsi lain dari Bank Umum yang juga sangat penting adalah mendukung kelancaran mekanisme pembayaran.

c. Penghimpunan Dana Simpanan Masyarakat



Dana yang paling banyak dihimpun oleh Bank Umum adalah dana simpanan. Di Indonesia dana simpanan terdiri atas giro, deposito berjangka, sertifikat deposito, tabungan dan atau bentuk lainnya yang dapat dipersamakan dengan itu. Dana-dana simpanan yang berhasil dihimpun akan disalurkan kepada pihak-pihak yang membutuhkan, utamanya melalui penyaluran kredit.

d. Mendukung Kelancaran Transaksi Internasional

Bank Umum juga sangat dibutuhkan untuk memudahkan dan memperlancar transaksi internasional, baik transaksi barang/jasa maupun transaksi modal. Kesulitan-kesulitan transaksi antara dua pihak yang berbeda negara selalu muncul karena perbedaan geografis, jarak, budaya dan sistem moneter masing-masing negara. Dengan adanya bank umum, kepentingan pihak-pihak yang melakukan transaksi internasional dapat ditangani dengan lebih mudah, cepat, dan murah.

e. Penyimpanan barang-barang berharga

Penyimpanan barang berharga adalah satu jasa yang paling awal yang ditawarkan oleh bank umum. Masyarakat dapat menyimpan barang-barang berharga yang dimilikinya seperti perhiasan, uang, dan ijazah dalam kotak-kotak yang sengaja disediakan oleh bank untuk disewa (safety box atau safe deposit box). Perkembangan ekonomi yang semakin pesat menyebabkan bank memperluas jasa pelayanan dengan menyimpan sekuritas atau surat-surat berharga.

f. Pemberian Jasa-Jasa Lainnya

Pemberian jasa-jasa lainnya di Indonesia oleh Bank Umum juga semakin banyak dan luas. Saat ini kita sudah dapat membayar listrik, telepon membeli pulsa telepon seluler, mengirim uang melalui ATM, membayar gaji pegawai dengan menggunakan jasa-jasa bank.

2. Keputusan Menabung

Keputusan adalah proses menelusuri masalah mulai dari penyebabnya, kemudian mengidentifikasi permasalahan yang ada hingga menarik kesimpulan atau rekomendasi. Selanjutnya kesimpulan atau rekomendasi yang didapatkan dijadikan sebagai dasar untuk memutuskan tindakan yang diambil.⁶

⁶ Irham Fahmi, *Manajemen Pengambilan Keputusan*, (Bandung: Alfabeta CV, 2011), h. 2.



Keputusan merupakan cara yang dilakukan dalam menyelesaikan permasalahan dengan mengenali masalah, menggali informasi tentang penilaian orang lain terhadap masalah, memutuskan membeli atau tidak, dan tindakan yang dilakukan konsumen setelah membeli produk tersebut.⁷

Keputusan yang diambil konsumen merupakan hasil penilaiannya terhadap beberapa merek atau pilihan yang tersedia sampai konsumen memutuskan untuk memakai produk atau tidak dan prilakunya setelah membeli produk tersebut. Konsumen memutuskan membeli produk berdasarkan penilaiannya terhadap kelebihan dan kekurangan produk tersebut. Penilaian konsumen terhadap suatu produk sesuai pengalamannya sendiri, rekomendasi orang-orang terdekat dan iklan. Konsumen membeli jasa sesuai dengan penilaiannya.

Istilah keputusan konsumen dipakai untuk perusahaan yang memperjualbelikan barang sedangkan perusahaan yang memperjualbelikan jasa istilah yang dipakai berbeda seperti bank menggunakan istilah keputusan nasabah. Keputusan pembelian disini adalah keputusan nasabah menggunakan jasa. Dalam konsep jual-beli posisi bank adalah sebagai penjual dan sebaliknya posisi nasabah adalah sebagai konsumen (pembeli).⁸

Keputusan pembelian konsumen merupakan hal penting dalam meningkatkan keuntungan dan keberlangsungan usaha. Maka industri perlu mengusahakan supaya konsumen memutuskan untuk membeli produk usahanya. Salah satu usaha yang paling sering digunakan adalah *Marketing Mix*. *Marketing Mix* atau bauran pemasaran adalah strategi pemasaran yang dapat menentukan kesuksesan perusahaan dalam mengejar profit atau keuntungan maksimal.

Strategi ini menggunakan semua alat pemasaran dalam perusahaan yang dikenal dengan konsep 7P yaitu product, price, promotion, place (4P), dan dilengkapi aspek people, process, dan physical evidence.

- 1) Product: Produk bank harus memperhatikan sistem, prosedur, dan kebutuhan; aman; teknologi dan peralatan yang mendukung.

⁷ Philip Kotler, Manajemen Pemasaran, Jilid 1, (Jakarta: Prehlmlindo, 2002), h. 212

⁸ Departemen Perbankan Syariah Otoritas Jasa Keuangan (DPBS-OJK), Buku Standar Produk Perbankan Syariah Murabahah, 2016, Bab I Butir 1.5



- 2) Price: Menurut Alma, harga adalah nilai suatu barang yang dinyatakan dengan uang. Penetapan harga jual didasarkan pada harga pokok barang tersebut.⁹ Penentuan harga jual produk barang atau jasa yang ditawarkan perusahaan atau bank merupakan salah satu faktor yang menarik minat beli konsumen atau nasabah.
- 3) Promotion: Produk dan jasa bank lebih banyak dipromosikan melalui media massa cetak dan audiovisual. Tapi promosi dengan *word of mounth* juga tidak boleh dilupakan.
- 4) Place: tempat/distributor yang dipilih harus strategis supaya nasabah mudah menjangkaunya.¹⁰ Saat ini tempat/distributor bank lebih didominasi jaringan kantor meski didukung oleh ATM, internet banking, phone banking, mobile banking, mobile branch, serta lewat outlet pihak ketiga seperti kantor pos.
- 5) People: Layanan face to face kepada nasabah harus menampilkan karyawan yang menarik dan ramah serta memiliki TASK (talent, attitude, skill, dan knowledge).
- 6) Process: Proses yang dijalankan harus sesuai *standard of result, standard of process*, dan *standard of behavior*.
- 7) Physical Evidence. Penataan bangunan harus bagus, menarik, nyaman, dan aman sehingga nasabah atau orang yang berkunjung merasa seperti di rumah sendiri.

3. Faktor-Faktor Penentu Pengambilan Keputusan

Secara umum faktor-faktor yang mempengaruhi pengambilan keputusan terdiri atas beberapa faktor sebagai berikut:

- 1) Fisik, faktor fisik didasarkan pada rasa yang dialami pada tubuh, seperti rasa tidak nyaman atau kenikmatan. Ada kecenderungan memilih tingkah laku yang memberikan kesenangan.
- 2) Emosional, faktor ini didasarkan pada perasaan atau sikap. Individu akan beraksi pada suatu situasi secara subjektif.
- 3) Rasional, didasarkan pada pengetahuan individu, memahami situasi dan mendapatkan informasi.
- 4) Praktikal, didasarkan pada keterampilan individual dan kemampuan melaksanakan.

⁹ Alma H. Buchari, Manajemen Pemasaran Barang dan Jasa, (Bandung, Alfabeta, 2007), hlm. 196.

¹⁰ Rambat Lupiyoadi dan A hamdani, manajemen pemasaran jasa, (Jakarta, Salemba Empat, 2008), hlm. 73.



- 5) Interpersonal, didasarkan pada pengaruh jaringan sosial yang ada. Hubungan antar satu orang dengan orang lain yang dapat mempengaruhi tindakan dan keputusan seseorang.
- 6) Struktural, didasarkan pada lingkup sosial, ekonomi dan politik. Lingkungan dapat memberikan hasil yang mendukung atau mengkritik suatu perbuatan.

Sedangkan faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen atau pelanggan sebagai berikut :¹¹

- 1) Faktor Budaya, kebudayaan bisa membentuk perilaku pembelian. Faktor Budaya merupakan salah satu faktor yang mendasar dalam penentuan pengambilan keputusan pembelian konsumen. Oleh karena itu, hal ini perlu diperhatikan dalam kegiatan pemasaran suatu produk.
- 2) Faktor Sosial, faktor sosial yang bisa mempengaruhi keputusan pembelian yaitu kelompok acuan dan keluarga. Kelompok acuan adalah kelompok yang bisa mempengaruhi sikap dan perilaku orang lain baik secara langsung maupun tidak. Keluarga adalah orang yang memiliki hubungan darah dan hubungan pernikahan.
- 3) Faktor pribadi, faktor pribadi dapat mempengaruhi keputusan pembelian. Usia; Orang akan mengubah kebutuhannya selama masa hidupnya, pekerjaan: jenis pekerjaan mempengaruhi barang dan jasa yang dibutuhkan, gaya hidup: pola hidup seseorang berpengaruh terhadap barang dan jasa yang dibutuhkannya, dan psikologis.
- 4) Peran dan status, peran dan status seseorang sangat mempengaruhi perilaku pembeliannya. Semakin tinggi peran seseorang dalam sebuah organisasi maka semakin tinggi pula statusnya dalam organisasi yang secara langsung dapat mempengaruhi perilaku pembeliannya. Produk yang dibeli akan menggambarkan status dari orang tersebut.

C. METODOLOGI PENELITIAN

¹¹ Philip Kotler, Manajemen Pemasaran, (Jakarta: Prehmlindo, 2013), h. 214.



Penelitian ini adalah penelitian lapangan (*field research*) yang langsung meneliti mahasiswa program studi Perbankan Syariah STAIN Mandailing Natal. Metode yang digunakan adalah deskriptif kualitatif dengan mewawancarai para informan, menafsirkan data yang diperoleh, dan menganalisisnya kemudian menyimpulkan dari data yang sudah diperoleh.

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Data primer yang digunakan yaitu data yang langsung diperoleh dari sumber aslinya dengan mewawancarai mahasiswa Perbankan Syariah STAIN mandailing Natal yang memiliki tabungan di bank konvensional. Sedangkan data skunder adalah data penelitian yang diperoleh teori dan penelitian terdahulu yang relevan.

D. HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Faktor yang mempengaruhi keputusan mahasiswa Perbankan Syariah STAIN Mandailing Natal Menabung di Bank Konvensional

Dari wawancara yang dilakukan kepada mahasiswa/i jurusan Perbankan Syariah STAIN Mandailing Natal yang memiliki tabungan di bank konvensional peneliti menemukan faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan mahasiswa/i jurusan Perbankan Syariah STAIN Mandailing Natal yang menabung di bank konvensional, yaitu sebagai berikut:

a. Fasilitas

Fasilitas yang cukup memadai dari bank konvensional dapat mempengaruhi keputusan mahasiswa lebih memilih produk tabungan di bank konvensional daripada bank syariah, dari faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan menabung faktor yang paling banyak mempengaruhi keputusan mahasiswa Perbankan Syariah STAIN Mandailing Natal memutuskan memilih menabung di bank konvensional karena fasilitas.

Hasil wawancara dengan Hamdi yaitu:

“saya lebih memilih menabung di bank konvensional karena fasilitas di bank konvensional lebih memadai, bank konvensional menyediakan mesin ATM yang tersedia dimana-mana selain itu ada agen-agen link bank konvensional yang tersedia sampai ke daerah-daerah pelosok. Khususnya buat saya yang berasal dari desa menemukan agen BRI link sangat mudah sedangkan agen link bank syariah tidak ada. Saat saya membutuhkan uang tunai maka saya bisa dengan mudah menemui agen link BRI. Saya juga ingin menabung di bank syariah karna saya sudah belajar produk-produk dan hukum larangan riba. Tapi saya masih menabung



di bank konvensional karena keadaan yang mengharuskan saya untuk menabung di bank konvensional.”¹²

Fasilitas memiliki dua pengertian pokok yaitu fasilitas fisik dan fasilitas layanan publik. Fasilitas fisik adalah fasilitas yang berbentuk infrastruktur seperti adanya kursi tunggu, lift, listrik, lampu dan lain-lain. Fasilitas layanan publik adalah serangkaian kegiatan yang diberikan oleh bank kepada nasabah dalam memenuhi kebutuhannya.¹³

Kualitas pelayanan sifatnya dinamis artinya pelayanan yang diberikan berubah sesuai dengan tuntutan pelanggan. Pelayanan di dalam bank mestinya memiliki fasilitas yang lengkap, dan pelayanan yang memuaskan. Karena ini merupakan hal yang banyak mempengaruhi masyarakat dalam menggunakan jasa.¹⁴ Ini sesuai dengan pendapat Taufan karena bank syariah dalam memberikan pelayanannya fasilitasnya kurang lengkap sehingga berakibat pada kepuasan nasabah dalam menggunakan bank syariah. Oleh karena itu, faktor fasilitas pelayanan bank perlu diperhatikan.¹⁵

Pelayanan bank yang diberikan mestinya memberikan kenyamanan bagi para nasabah sehingga nasabah loyal dalam menggunakan produk bank dan menimbulkan ketertarikan bagi para calon nasabah.

Mahasiswa Perbankan Syariah STAIN Mandailing Natal lebih memilih menabung di bank konvensional karena fasilitas bank konvensional lebih lengkap dibandingkan dengan bank konvensional. Selain itu pelayanannya cepat, ramah juga memuaskan.

b. Faktor Sosial

Faktor sosial adalah kelompok atau seseorang yang bisa menjadi faktor yang mempengaruhi sikap atau perilaku seseorang. Seorang konsumen bisa memakai atau tidak memakai suatu produk/jasa berdasarkan sosialnya yaitu kelompok acuannya, keluarganya serta peran dan statusnya. Kelompok acuan adalah suatu kelompok yang bisa mempengaruhi secara langsung atau tidak langsung terhadap sikap seseorang. Kelompok yang dijadikan sebagai acuan bisa juga memberikan tekanan agar seseorang mengikuti

¹² Wawancara dengan Rifwan Hamdi, semester VI Prodi Perbankan Syariah pada 02 Maret 2022

¹³ Ria Asih Aryani Soemitro dan Hitapriya suprayitno, *Pemikiran Awal Tentang Konsep Dasar Manajemen Aset Fasilitas*, (Jurnal Manajemen Aset Infrastruktur dan Fasilitas, Vol.2 , Sub. 1, 2018), hlm. 2

¹⁴ Hwndra Fure, *Lokasi, Keberagaman Produk, Harga, dan Kualitas Pelayanan Pengaruhnya terhadap Minat Beli Pada Pasar Tradisional Bersehatialaca*, (Jurnal E MBA, Vol. 1, No. 3, 2013), hlm. 275

¹⁵ Fitra Zuli Taufan *Jasa, Naskah Publikasi: Faktor-Faktor Yang Menyebabkan Mahasiswa Fakultas Agama Islam Program Studi Muamalat (Syariah) Universitas Muhammadiyah Surakarta Tidak Menabung Di Bank Syariah*, (Surakarta: UMS, 2014), hlm. 11



kebiasaan kelompok seperti dalam memilih produk yang dipakai. Selain itu, keluarga juga merupakan hal yang sangat mempengaruhi produk yang dipakai oleh seseorang. Anggota keluarga merupakan kelompok acuan primer yang sangat berpengaruh. Selanjutnya, peran dan status juga merupakan suatu kegiatan yang diharapkan akan dilakukan oleh seseorang. Adapun masing masing peran ini juga dapat menghasilkan status, misalnya manajer penjual memiliki status dan kebutuhan yang berbeda dengan yang hanya berstatus sebagai pegawai kantor.¹⁶

Dalam penelitian ini beberapa mahasiswa menyatakan keputusannya lebih memilih menabung di bank konvensional daripada bank syariah karena faktor sosial yaitu pengaruh dari orang tua dan orang-orang terdekat.

Seperti hasil wawancara dengan mahasiswa Perbankan Syariah Purnama dan Anwar:

“Saya di sini tinggal di kos karena itu orang tua saya terkadang mentransfer uang keperluan saya kuliah dengan menggunakan bank konvensional. Untuk mengurangi biaya administrasi maka saya juga menggunakan produk tabungan dari bank yang sama. Karena itu saya memutuskan menabung di bank konvensional daripada bank syariah.”¹⁷

Selain itu mahasiswa Perbankan Syariah juga menyatakan:

“Saya memilih menabung di bank konvensional dibandingkan menabung di bank syariah karena melihat orang-orang terdekat saya dan masyarakat di lingkungan saya tinggal lebih banyak menggunakan bank konvensional maka saya juga menggunakan bank konvensional.”¹⁸

Orang tua dan orang-orang terdekat dijadikan sebagai acuan bagi mahasiswa dalam memutuskan menggunakan tabungan bank konvensional sesuai dengan pertimbangannya sendiri. Oleh sebab itu faktor sosial bisa mempengaruhi sikap seseorang dalam memilih menggunakan suatu produk. Kelompok yang memiliki pengaruh langsung terhadap konsumen sering disebut dengan kelompok keanggotan yang merupakan kelompok primer seperti keluarga, tetangga, teman serta rekan kerja, karena berinteraksi dengan konsumen secara terus menerus secara informal. Selain itu juga, terdapat

¹⁶ Abdul Ghoni, Tri Bodroastuti, Pengaruh Faktor Budaya, Sosial, Pribadi dan Psikologis Terhadap Prilaku Konsumen, (Study Pada Pembelian Rumah di Perumahan Griya Utama Banjardowo Semarang, Ensiklopedia of Journal, Vol. 1, No. 1, 2018), hlm. 7

¹⁷ Rizka Purnama Mahasiswa Perbankan Syariah Semester VI diwawancarai pada 05 maret 2022.

¹⁸ Syaiful Anwar Mahasiswa Perbankan Syariah Semester IV diwawancarai pada 28 Juni 2022



kelompok sekunder yaitu suatu kelompok keagamaan berupa profesi dan juga asosiasi perdagangan yang cenderung lebih formal sehingga tidak membutuhkan interaksi begitu sering.

2. Produk pelayanan jasa yang sering digunakan mahasiswa perbankan syariah STAIN Mandailing Natal

Berdasarkan hasil wawancara peneliti dengan mahasiswa Perbankan Syariah STAIN Mandailing Natal produk pelayanan yang sering dipakai ialah tarik tunai dan juga transfer.

a. Tarik Tunai

Tarik tunai ialah suatu fasilitas penarikan tunai atas nilai uang elektronik yang tercatat di media uang elektronik yang dimiliki setiap pemegang yang dapat dilakukan oleh setiap pemegang. Tarik tunai juga dapat diartikan sebagai suatu transaksi pengambilan uang di rekening tabungan yang dilakukan oleh setiap nasabah melalui mesin ATM.¹⁹

Dari hasil wawancara dengan responden bahwa penarikan tunai ini mereka lakukan jika ingin berbelanja dapur maupun keperluan mereka kuliah. Penarikan tunai mereka lakukan sekitar 4 sampai 8 kali setiap bulannya. Penarikan tunai ini biasanya mereka lakukan setelah orang tua mereka mengirim belanja dan setelah uang yang mereka Tarik habis.

b. Transfer

Transfer di dalam transaksi uang elektronik adalah suatu fasilitas pengiriman nilai uang elektronik antara pemegang uang elektronik melalui terminal-terminal yang telah dilengkapi dengan peralatan khusus oleh penerbit.²⁰

Produk layanan jasa bank yang sering digunakan mahasiswa Perbankan Syariah STAIN Mandailing Natal yang kedua adalah transfer. Dari hasil wawancara mahasiswa biasanya menggunakan jasa transfer untuk membayar pembelian yang online seperti belanja di Toko Pedia, Shopee, Lazada dan aplikasi belanja online lainnya. Selain itu, mereka juga melakukan transfer ke sesama pengguna bank konvensional. Transfer sangat mempermudah dan prosesnya yang cepat serta tidak memerlukan waktu yang lama.

¹⁹ Choiril Anam, E-Money (Uang Elektronik) Dalam Perspektif Hukum Syariah, (E-Jurnal 2, 2018), hlm. 95–110.

²⁰ Desta Ramadhani, Skripsi: Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Pengguna, Dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Menggunakan Layanan Uang Elektronik Dengan Sikap Konsumen Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Mahasiswa Di Kota Bandar Lampung), (Program Pendidikan: Ekonomi Syariah), hlm. 27.



E. KESIMPULAN

Mahasiswa Perbankan Syariah STAIN Mandailing Natal lebih memilih menggunakan produk tabungan bank konvensional dibandingkan dengan produk tabungan bank syariah meskipun mereka sudah mempelajari bank syariah. Faktor yang mempengaruhi mahasiswa Perbankan Syariah STAIN Mandailing Natal memutuskan menabung di Bank konvensional karena faktor fasilitas yang memadai seperti mesin ATM tersebar luas dan gen link bank konvensional yang banyak ditemui dan faktor sosial seperti orang tua mereka yang sudah menggunakan produk tabungan bank konvensional maka mereka juga menggunakan produk tabungan bank konvensional.

Faktor yang paling dominan yang mempengaruhi mahasiswa perbankan syariah di STAIN madina menabung pada bank konvensional adalah faktor fasilitas. Bank konvensional sudah tersebar luas hingga ke pelosok desa dan ATM-nya pun tersedia dimana-mana sehingga banyak mahasiswa yang menggunakan bank konvensional sesuai dengan yang digunakan orang tuanya di desa agar lebih mudah bertransaksi. Sedangkan produk pelayanan jasa yang sering digunakan mahasiswa perbankan syariah STAIN Mandailing Natal adalah Tarik tunai dan transfer.

DAFTAR PUSTAKA

Alma H. Buchari, *Manajemen Pemasaran Barang dan Jasa*, Bandung, Alfabeta, 2007.

Irham Fahmi, *Manajemen Pengambilan Keputusan*, Bandung: Alfabeta CV, 2011.

Kasmir, *Manajemen Perbankan*, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2015.

Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran*, Jakarta: Prehallindo, 2013.

Rambat Lupiyoadi dan A hamdani, *manajemen pemasaran jasa*, Jakarta, Salemba Empat, 2008.

Agus Marimin, dkk, "*Perkembangan Bank Syariah di Indonesia*", *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, No.02, Vol.01 (Juli 2015).

Mutiara Dwi Sari, "*perkembangan Bank Syariah di Indonesia: Suatu Tinjauan*", *Jurnal Aplikasi Bisnis*, No.2, Vol.3. 2013.



<https://www.academia.edu/27257256/SejarahdanPerkembanganBankSyariahdIndonesia>,

Diakses pada hari minggu, tanggal 02 Januari 2022, pukul 06:57 WIB.

Departemen Perbankan Syariah Otoritas Jasa Keuangan (DPBS-OJK), Buku Standar Produk Perbankan Syariah Murabahah, 2016, Bab I Butir 1.5

UU RI Nomor 10 Tahun 1998 Tanggal 10 November 1998 tentang Perbankan.

Abdul Ghoni, Tri Bodroastuti, Pengaruh Faktor Budaya, Sosial, Pribadi dan Psikologis Terhadap Prilaku Konsumen, Study Pada Pembelian Rumah di Perumahan Griya Utama Banjardowo Semarang, *Ensiklopedia of Journal*, Vol. 1, No. 1, 2018.

Choiril Anam, E-Money (Uang Elektronik) Dalam Perspektif Hukum Syariah, *E-Jurnal 2*, 2018,

Desti Ramadhani, Skripsi: Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Pengguna, Dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Menggunakan Layanan Uang Elektronik Dengan Sikap Konsumen Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Mahasiswa Di Kota Bandar Lampung.

Fitra Zuli Taufan Jasa, *Naskah Publikasi: Faktor-Faktor Yang Menyebabkan Mahasiswa Fakultas Agama Islam Program Studi Muamalat (Syariah) Universitas Muhammadiyah Surakarta Tidak Menabung Di Bank Syariah*, Surakarta: UMS, 2014.

Hwndra Fure, *Lokasi, Keberagaman Produk, Harga, dan Kualitas Pelayanan Pengaruhnya terhadap Minat Beli Pada Pasar Tradisional Bersehaticalaca*, *Jurnal EMBA*, Vol. 1, No. 3, 2013.

Ria Asih Aryani Soemitro dan Hitapriya suprayitno, Pemikiran Awal Tentang Konsep Dasar Manajemen Aset Fasilitas, *Jurnal Manajemen Aset Infrastruktur dan Fasilitas*, Vol.2 , Sub. 1, 2018.

Rifwan Hamdi, semester VI Prodi Perbankan Syariah pada 02 Maret 2022

Rizka Purnama Mahasiswa Perbankan Syariah Semester VI diwawancara pada 05 maret 2022.

Syaiful Anwar Mahasiswa Perbankan Syariah Semester IV diwawancarai pada 28 Juni 2022