



Intensi Mahasiswa dalam Mengambil Keputusan: Untuk menabung di Perbankan Syariah

Ricky Apriadi¹, Tulus Suryanto², Heni Noviarita³

^{1,2,3} Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung

e-mail: ¹ rickyapriadi6@gmail.com

Abstrak : Penelitian ini mengkaji niat mahasiswa dalam menabung di perbankan syariah dengan menyoroti pentingnya segmen mahasiswa bagi perkembangan industri perbankan syariah. Tujuan utama dari penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi dan menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi niat mahasiswa untuk menabung di bank syariah. Metode yang digunakan adalah pendekatan kualitatif deskriptif dengan studi literatur, menganalisis berbagai sumber sekunder menggunakan Model Interaktif Miles dan Huberman. Hasil penelitian menunjukkan bahwa niat mahasiswa dipengaruhi oleh beberapa faktor utama: religiusitas mahasiswa, dengan mahasiswa religius tinggi cenderung memilih produk syariah yang sesuai dengan ajaran agama; pemahaman mendalam tentang prinsip-prinsip syariah, seperti *riba* dan *gharar*; literasi keuangan yang baik yang mempengaruhi evaluasi produk syariah; persepsi positif terhadap produk dan layanan, yang mencakup kenyamanan dan keamanan; serta faktor sosial dan norma subjektif dari lingkungan sekitar. Selain itu, mahasiswa menghadapi hambatan seperti kurangnya pemahaman tentang produk dan kesulitan akses informasi. Untuk mengatasi tantangan ini, bank syariah perlu meningkatkan upaya dalam edukasi dan komunikasi. Meskipun penelitian ini memberikan wawasan berharga, keterbatasan terletak pada penggunaan studi literatur. Penelitian selanjutnya disarankan untuk melibatkan pengumpulan data primer melalui survei atau wawancara langsung dengan mahasiswa. Temuan ini diharapkan dapat berkontribusi pada pengembangan strategi perbankan syariah serta perumusan kebijakan dan program edukasi keuangan syariah yang lebih efektif. Faktor-faktor yang terdapat pada penelitian ini masih terbatas, sehingga untuk penelitian selanjutnya diharapkan mampu untuk mengkaji lebih luas lagi.

Kata Kunci: Intensi Mahasiswa, Perbankan Syariah, Religiusitas, Literasi Keuangan

PENDAHULUAN

Perkembangan perekonomian yang semakin kompleks sangat bergantung pada peran besar perbankan dalam memajukan ekonomi suatu negara, dengan hampir semua sektor keuangan memerlukan jasa bank. Di Indonesia, lembaga keuangan terbagi menjadi bank konvensional dan bank syariah, di mana bank konvensional menghimpun dan menyalurkan dana dalam bentuk pembiayaan serta melaksanakan fungsi intermediasi keuangan, sedangkan bank syariah beroperasi tanpa riba dan berdasarkan prinsip syariah dari Al-Qur'an dan Hadist (Hidayatullah, 2017).

Industri bank syariah di Indonesia telah mengalami pertumbuhan signifikan dan diperkirakan akan terus berkembang berkat peningkatan literasi dan kesadaran masyarakat tentang keuangan syariah serta dukungan pemerintah. Menurut data Otoritas Jasa Keuangan (OJK), pada akhir tahun 2022, total aset perbankan syariah di Indonesia mencapai Rp 593,6 triliun, mengalami peningkatan sebesar 12% dibandingkan tahun sebelumnya ((OJK), 2023). Pertumbuhan ini didorong oleh meningkatnya kesadaran masyarakat

terhadap produk-produk keuangan yang sesuai dengan prinsip syariah. Namun, meskipun terdapat pertumbuhan, perbankan syariah masih menghadapi tantangan dalam menarik segmen pasar tertentu, terutama mahasiswa.

Mahasiswa merupakan segmen pasar yang memiliki potensi besar dalam industri perbankan syariah yang harus dipertimbangkan oleh pihak perbankan syariah (Fatira Ak, M., & Agus, 2020). Menurut data dari Badan Pusat Statistik (BPS), terdapat lebih dari 8 juta mahasiswa di Indonesia pada tahun 2023 ((BPS), 2023). Mereka merupakan generasi muda dengan potensi ekonomi besar di masa depan serta memiliki tingkat literasi teknologi yang tinggi dan cenderung lebih terbuka terhadap inovasi produk dan layanan keuangan.

Dalam mengadopsi perbankan syariah di kalangan mahasiswa terdapat hambatan yang mencakup kurangnya pemahaman tentang produk dan layanan syariah. Tabel berikut menunjukkan beberapa hambatan utama yang dihadapi mahasiswa berdasarkan survei yang dilakukan oleh OJK (2022):

Tabel 1.

Hambatan Utama Mahasiswa Dalam Pemahaman Tentang Produk dan Layanan Syariah

Hambatan	Persentase Responden
Kurangnya pemahaman tentang produk	45%
Kesulitan dalam mendapatkan informasi	30%
Persepsi produk tidak sesuai kebutuhan	25%

Sumber: Otoritas Jasa Keuangan, (2022)

Berdasarkan tabel di atas, kurangnya pemahaman tentang produk adalah hambatan terbesar yang dihadapi mahasiswa. Penelitian lainnya juga menjelaskan bahwa tingkat literasi keuangan syariah di kalangan mahasiswa masih rendah (Huda, et. al, 2020).

Meskipun mahasiswa memiliki minat untuk menabung di bank syariah, mereka sering kali menghadapi hambatan terkait pemahaman dan aksesibilitas produk (Pratama, A., & Subagyo, 2020). Kebanyakan mahasiswa belum sepenuhnya memahami prinsip-prinsip

dan keuntungan dari perbankan syariah, sehingga mereka lebih cenderung memilih bank konvensional yang sudah lebih dikenal (Rahman, A., & Anwar, 2021). Untuk meningkatkan pangsa pasar dan menarik minat mahasiswa, perbankan syariah perlu meningkatkan, menyebarluaskan informasi dan edukasi mengenai produk mereka. serta perbankan syariah perlu memahami berbagai faktor yang mempengaruhi keputusan mahasiswa untuk menabung di bank syariah, baik dari aspek internal maupun eksternal (Setyawati, 2021).

Salah satu faktor yang dapat mempengaruhi keputusan mahasiswa untuk menabung di perbankan syariah adalah religiusitas. Religiusitas merupakan sebuah komitmen yang tercermin dalam sikap dan perilaku individu terkait keyakinan, kepercayaan, dan agama yang kemudian diintegrasikan ke dalam aspek kehidupan sehari-hari mereka (Syamsudin, 2024). Religiusitas tidak hanya terwujud dalam bentuk ibadah seperti sholat, tetapi juga dapat terlihat dalam aktivitas fisik dan perasaan hati (Usman et al., 2017) Sehingga religiusitas memiliki peran yang signifikan dalam mempengaruhi keputusan keuangan individu, termasuk keputusan untuk menabung di perbankan syariah (Maryanto et al., 2022).

Selain religiusitas, literasi keuangan juga memainkan peran penting. Literasi keuangan merupakan pengukuran terhadap kemampuan seseorang mengenai konsep keuangan dan memiliki kemampuan dan keyakinan untuk mengatur keuangan pribadi melalui pengambilan keputusan jangka pendek yang tepat, perencanaan keuangan jangka panjang, serta memperhatikan kejadian dan kondisi ekonomi (Astini et al., 2022). Nasution, A. W. didalam tulisan (Buono et al., 2023) mengatakan literasi keuangan yang rendah dapat menjadi hambatan

bagi individu untuk mengadopsi produk perbankan syariah. Mahasiswa yang kurang memahami konsep keuangan syariah mungkin akan merasa ragu untuk menabung di bank syariah. Semakin baik literasi keuangan seseorang terhadap bank Syariah, maka akan mempengaruhi keputusan mereka untuk menabung di Bank Syariah (Ruwaidah, 2020). Sehingga peningkatan literasi keuangan di kalangan mahasiswa menjadi salah satu langkah strategis untuk meningkatkan minat mereka.

Persepsi tentang produk dan layanan perbankan syariah juga mempengaruhi keputusan mahasiswa. Persepsi merupakan suatu proses yang terjadi pada seseorang yaitu proses memahami atau memberi makna terhadap setiap informasi yang diterima oleh seseorang melalui alat indera, dan selanjutnya seseorang mempersepsikan atau memahami informasi yang mereka terima (Nurlind, 2021). Data dari Bank Indonesia (2023) menunjukkan bahwa persepsi positif terhadap produk perbankan syariah dapat meningkatkan minat mahasiswa untuk menjadi nasabah. Semakin baik persepsi terhadap bank Syariah, maka akan mempengaruhi minat mahasiswa untuk menabung di Bank Syariah (Munajim et al., 2022). Oleh karena itu Bank syariah perlu memahami bagaimana produk dan layanan mereka dipersepsikan oleh mahasiswa dan melakukan penyesuaian untuk memenuhi harapan mereka.

Theory of Planned Behavior menyebutkan bahwa norma subjektif juga dapat mempengaruhi intensi individu dalam mengambil keputusan. Norma subjektif, yaitu pengaruh dari keluarga dan teman, juga berperan dalam keputusan mahasiswa (Ajzen, 1991). Jika mahasiswa berada dalam lingkungan sosial yang mendukung penggunaan produk perbankan syariah, mereka lebih

cenderung untuk mengikuti jejak tersebut.

Berdasarkan pemaparan yang telah dilakukan diatas, meskipun terdapat berbagai faktor yang dapat mempengaruhi keputusan menabung di perbankan syariah, masih ada sedikit penelitian yang secara spesifik meneliti intensi mahasiswa dalam hal ini. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi faktor-faktor yang mempengaruhi intensi mahasiswa dalam mengambil keputusan untuk menabung di perbankan syariah. Dengan memahami faktor-faktor tersebut, diharapkan dapat memberikan wawasan yang lebih dalam mengenai perilaku menabung mahasiswa serta membantu perbankan syariah dalam merancang strategi pemasaran yang lebih efektif untuk menarik minat mahasiswa

Penelitian ini juga penting untuk memberikan kontribusi dalam pengembangan literatur mengenai perilaku menabung di perbankan syariah, khususnya di kalangan mahasiswa. Dengan demikian, diharapkan penelitian ini dapat menjadi referensi bagi para akademisi, praktisi perbankan syariah, dan pihak-pihak terkait lainnya dalam mengembangkan industri perbankan syariah di Indonesia.

TINJAUAN PUSTAKA

Bank Syariah

Bank syariah merupakan lembaga keuangan yang menjalankan kegiatan usahanya berdasarkan prinsip-prinsip syariah Islam (Aziz et al., 2024). Menurut Undang-Undang No. 21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah, bank syariah adalah bank yang menjalankan kegiatan usahanya berdasarkan prinsip syariah dan menurut jenisnya terdiri atas Bank Umum Syariah dan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (Rahayu, 2023; Zulkifli et al., 2024).

Prinsip syariah yang diterapkan dalam perbankan syariah mengacu pada hukum Islam yang bersumber dari Al-Quran dan Hadits. Salah satu prinsip utama yang membedakan bank syariah dengan bank konvensional adalah larangan penggunaan sistem bunga (*riba*) dalam transaksi keuangan. Sebagai gantinya, bank syariah menerapkan sistem bagi hasil (*profit-sharing*) dan jual beli dalam produk-produk yang ditawarkan (Ismail, 2011).

Sistem perbankan syariah, yang berlandaskan pada prinsip bagi hasil, menawarkan alternatif perbankan yang saling menguntungkan bagi masyarakat dan bank. Sistem ini mengedepankan keadilan dalam bertransaksi, investasi yang etis, serta menekankan nilai kebersamaan dan persaudaraan dalam produksi, sekaligus menghindari transaksi keuangan yang spekulatif (Febriansyah et al., 2021).

Intensi Mahasiswa

Intensi atau niat merupakan faktor motivasional yang mempengaruhi perilaku dan menunjukkan seberapa keras seseorang berusaha atau seberapa banyak usaha yang direncanakan untuk dilakukan dalam rangka melaksanakan suatu perilaku (Ajzen, 1991). Dalam konteks mahasiswa, intensi dapat diartikan sebagai kecenderungan atau niat mahasiswa untuk melakukan suatu tindakan tertentu.

Teori yang sering digunakan untuk menjelaskan intensi adalah *Theory of Planned Behavior* (TPB) yang dikembangkan oleh Ajzen (1991). Menurut teori ini, intensi dipengaruhi oleh tiga faktor utama:

1. Sikap terhadap perilaku (*attitude toward the behavior*)
2. Norma subjektif (*subjective norm*)
3. Persepsi kontrol perilaku (*perceived behavioral control*)

Dalam konteks intensi mahasiswa untuk menabung di bank syariah, faktor-faktor yang mempengaruhi dapat meliputi:

1. Pengetahuan mahasiswa tentang perbankan syariah
2. Persepsi mahasiswa terhadap keuntungan dan risiko menabung di bank syariah
3. Pengaruh lingkungan sosial, seperti keluarga dan teman sebaya
4. Religiusitas dan kepatuhan terhadap prinsip-prinsip syariah (Wahyuni, 2012)

Pengambilan Keputusan

Pengambilan keputusan adalah proses memilih tindakan atau solusi terbaik dari beberapa alternatif untuk mencapai tujuan tertentu. Proses ini merupakan bagian integral dari kehidupan sehari-hari, baik di tingkat individu, kelompok, maupun organisasi (Muktamar et al., 2024). Dalam konteks keuangan, pengambilan keputusan melibatkan proses kognitif dan emosional yang kompleks.

Menurut Simon (1960) dikutip (Kusuma et al., 2023), proses pengambilan keputusan terdiri dari tiga tahap utama:

1. *Intelligence*: mengidentifikasi dan mendefinisikan masalah
2. *Design*: mengembangkan alternatif solusi
3. *Choice*: memilih alternatif terbaik

Dalam pengambilan keputusan untuk menabung di bank syariah, mahasiswa mungkin mempertimbangkan berbagai faktor, seperti:

1. Faktor ekonomi: tingkat gaji, biaya administrasi, dan fasilitas yang ditawarkan
2. Faktor sosial: rekomendasi dari keluarga, teman, atau tokoh masyarakat

3. Faktor psikologis: persepsi terhadap keamanan dan kenyamanan bertransaksi

4. Faktor religiusitas: kesesuaian dengan prinsip-prinsip syariah (Lestari, 2015).
Pemahaman tentang proses pengambilan keputusan mahasiswa dalam memilih bank syariah dapat membantu lembaga keuangan syariah untuk mengembangkan strategi pemasaran yang lebih efektif dan meningkatkan pangsa pasar mereka di kalangan generasi muda.

METODE

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif, yaitu mengumpulkan data kualitatif dan memberikan penjelasan deskriptif mengenainya. Karena jenis penelitian ini melibatkan studi literatur, maka data sekunder digunakan. Penelitian ini mengacu pada berbagai sumber literatur, termasuk buku, jurnal, dan materi terkait lainnya. Langkah-langkah dalam kegiatan analisis data dipecah menjadi beberapa bagian dengan menggunakan Model Interaktif Miles dan Huberman: pengumpulan data (*data collection*), reduksi data (*data reduksi*), penyajian data (*penampakan data*), dan penarikan kesimpulan (*kesimpulan atau verifikasi*) (Emzir, 2012).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Faktor Religiusitas dan Pemahaman Prinsip Syariah

Religiusitas merupakan faktor utama yang mempengaruhi intensi mahasiswa untuk menabung di bank syariah.

Penelitian yang dilakukan oleh (Zulva, 2024) bertujuan untuk mengkaji pengaruh tingkat religiusitas terhadap minat menabung mahasiswa di bank syariah. Metode yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif deskriptif dengan

melibatkan 172 responden. Teknik pengambilan sampel yang diterapkan adalah Stratified Random Sampling, yang menyesuaikan jumlah sampel berdasarkan populasi di setiap strata. Dalam penelitian ini, strata dibagi menjadi empat, yaitu mahasiswa perbankan syariah dari Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) UIN Sutha Jambi di semester V, VII, IX, dan XI. Data dianalisis menggunakan berbagai uji, termasuk uji kualitas data, uji asumsi klasik, uji hipotesis, analisis regresi linier berganda, koefisien determinasi, dan uji kontribusi efektif.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa tingkat religiusitas memiliki pengaruh signifikan terhadap minat menabung di bank syariah dengan nilai signifikansi pada $\alpha = 0.05$ sebesar $0.000 < 0.05$ dan thitung lebih besar dari ttabel, yaitu $4.559 > 1.974$. Oleh karena itu, hipotesis kedua (H2) diterima, yang berarti bahwa terdapat pengaruh signifikan antara religiusitas dan minat menabung. Semakin tinggi tingkat religiusitas seorang mahasiswa, semakin besar pula minat mereka untuk menabung di bank syariah. Salah satu faktor yang mendorong mahasiswa untuk menabung di bank syariah adalah pemahaman mereka tentang hukum riba, yang merupakan bagian dari ajaran agama yang harus ditaati.

Analisis dari hasil penelitian ini menunjukkan adanya hubungan kuat antara tingkat religiusitas dan pengetahuan tentang riba nasiah terhadap minat mahasiswa untuk menabung di bank syariah. Mahasiswa yang memiliki tingkat religiusitas lebih tinggi cenderung lebih berkomitmen untuk menghindari riba dan memilih bank syariah sebagai alternatif yang sesuai dengan ajaran Islam. Pemahaman yang baik tentang riba nasiah sebagai sesuatu yang dilarang dalam agama juga

menjadi pendorong utama bagi mereka untuk menabung di bank syariah. Dengan demikian, penelitian ini menggarisbawahi bahwa faktor religiusitas tidak hanya memengaruhi sikap dan perilaku ekonomi mahasiswa, tetapi juga membentuk preferensi mereka terhadap produk keuangan yang sesuai dengan syariah.

Selain itu, pendekatan kuantitatif yang digunakan dalam penelitian ini memberikan kejelasan statistik terkait hubungan antara variabel-variabel yang diuji. Penggunaan teknik *Stratified Random Sampling* memastikan representasi yang baik dari populasi mahasiswa perbankan syariah di berbagai tingkatan semester, sehingga hasil penelitian ini lebih valid dan dapat digeneralisasi pada kelompok yang serupa.

Dari sudut pandang praktis, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa bank syariah dapat meningkatkan daya tariknya dengan fokus pada literasi religiusitas dan keuangan syariah. Kampanye edukasi yang menyoroti aspek keagamaan dan prinsip syariah, khususnya terkait riba, dapat meningkatkan kesadaran dan minat masyarakat, terutama kalangan mahasiswa, terhadap produk-produk perbankan syariah.

Secara keseluruhan, penelitian ini mengonfirmasi bahwa religiusitas dan pengetahuan tentang riba adalah dua faktor penting yang mendorong mahasiswa untuk menjadi nasabah bank syariah. Hal ini menandakan bahwa pendekatan yang lebih terfokus pada pendidikan agama dan ekonomi syariah dapat menjadi strategi efektif bagi bank syariah dalam menarik lebih banyak nasabah dari kalangan mahasiswa.

Penelitian sebelumnya juga yang dilakukan Parastika et., (2021) yang menyatakan bahwa religiusitas dapat

berperan sebagai faktor yang meningkatkan pengambilan keputusan pelanggan, sejalan dengan temuan penelitian ini. Hal ini menunjukkan bahwa religiusitas yaitu agama dengan tujuan menghindari riba merupakan faktor pendorong pengambilan keputusan. Penelitian (Maryanto et al., 2022), (Sodik et al., 2022) dan (Zulva, 2024) mendukung temuan penelitian ini.

Pengaruh Literasi Keuangan terhadap Intensi Menabung

Literasi keuangan yang baik secara signifikan mempengaruhi keputusan mahasiswa untuk menabung di bank syariah.

Penelitian yang dilakukan oleh (Fauzi & Murniawaty, 2020) dengan tujuan untuk mengetahui pengaruh literasi keuangan syariah terhadap minat mahasiswa menjadi nasabah di bank syariah. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan pengumpulan data melalui kuesioner, serta analisis data menggunakan teknik analisis statistik deskriptif dan analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa literasi keuangan syariah berpengaruh signifikan terhadap minat mahasiswa Fakultas Ekonomi UNNES untuk menjadi nasabah di bank syariah. Berdasarkan hasil uji signifikansi parsial atau uji t, nilai signifikansi sebesar $0,00 < 0,05$ menunjukkan adanya pengaruh yang signifikan antara literasi keuangan syariah dan minat menjadi nasabah di bank syariah. Selain itu, hasil uji koefisien determinasi parsial menunjukkan bahwa literasi keuangan syariah memberikan pengaruh sebesar 17,977% terhadap minat mahasiswa untuk menggunakan bank syariah. Analisis regresi berganda juga mengungkapkan bahwa peningkatan literasi keuangan syariah dapat meningkatkan perilaku konsumtif mahasiswa terkait layanan keuangan

syariah. Jika literasi keuangan syariah meningkat satu poin, perilaku konsumtif mahasiswa akan naik sebesar 0,470 poin.

Dari analisis deskriptif yang dilakukan, ditemukan bahwa dari 90 responden, sebanyak 13,3% atau 12 responden memiliki literasi keuangan syariah sangat tinggi, yang menunjukkan pemahaman mendalam tentang keuangan syariah serta kemampuan untuk mengambil keputusan ekonomi yang sesuai dengan prinsip syariah Islam. Sebanyak 62 responden atau 68,9% memiliki literasi keuangan syariah yang tinggi, dan 16 responden atau 17,8% memiliki literasi keuangan syariah sedang. Dari hasil ini dapat disimpulkan bahwa secara umum, literasi keuangan syariah mahasiswa Fakultas Ekonomi UNNES tergolong tinggi. Pengetahuan ini mencakup pemahaman tentang berbagai aspek keuangan syariah seperti keuangan pribadi, tabungan syariah, asuransi syariah, dan investasi syariah.

Secara keseluruhan, penelitian ini membuktikan bahwa literasi keuangan syariah memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat mahasiswa untuk menjadi nasabah di bank syariah. Dengan semakin tingginya literasi keuangan syariah, mahasiswa lebih terdorong untuk beralih ke produk-produk perbankan syariah yang sesuai dengan ajaran Islam. Hasil ini menunjukkan pentingnya upaya untuk meningkatkan literasi keuangan syariah di kalangan mahasiswa agar mereka lebih memahami keuntungan dan kelebihan produk perbankan syariah, sehingga dapat lebih mendukung pertumbuhan industri perbankan syariah di Indonesia.

Literasi keuangan yang baik membantu mahasiswa untuk membuat keputusan yang lebih informasional dan rasional mengenai pilihan produk keuangan, termasuk memahami manfaat dan fitur dari produk perbankan syariah.

Tanpa pemahaman yang memadai tentang konsep-konsep keuangan, mahasiswa mungkin merasa ragu untuk memanfaatkan produk perbankan syariah (Aziz & Ali, 2023). Studi lainnya yang dilakukan oleh (Furnawati et al., 2022) terdapat pengaruh yang positif antara variabel literasi keuangan terhadap keputusan menabung di bank syariah. Hasil penelitian ini mendukung hasil penelitian, (Ruwaidah, 2020), dan (Subaidi & Liyanto, 2024)

Peran Persepsi tentang Produk dan Layanan Perbankan Syariah

Persepsi terhadap produk dan layanan perbankan syariah memainkan peran penting dalam mempengaruhi keputusan mahasiswa untuk menabung.

Penelitian yang dilakukan oleh (Rahmat et al., 2024) bertujuan untuk menganalisis pengaruh persepsi dan perilaku terhadap keputusan mahasiswa Sebatik dalam menabung di perbankan syariah. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan melibatkan 100 responden, yaitu mahasiswa Sebatik yang kuliah di Universitas Mulawarman, Kota Samarinda, yang telah menabung di perbankan syariah. Teknik pengambilan sampel dilakukan menggunakan metode *accidental sampling*, sementara data dikumpulkan melalui kuesioner dengan skala Likert, di mana setiap jawaban diberi nilai dalam rentang 1-5.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa indikator yang paling memengaruhi persepsi mahasiswa adalah kualitas produk, kualitas layanan, dan nilai-nilai syariah. Hal ini terlihat dari banyaknya responden yang memberikan nilai 4 dan 5 pada kuesioner. Berdasarkan analisis terhadap variabel persepsi, ditemukan bahwa sebanyak 44% atau rata-rata responden menjawab sangat setuju. Pernyataan yang paling berpengaruh adalah terkait publikasi laporan kinerja yang jelas, di mana 56%

responden menjawab sangat setuju. Uji t yang dilakukan dalam penelitian ini menunjukkan bahwa persepsi memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan mahasiswa Sebatik untuk menabung di perbankan syariah. Hal ini didukung oleh fakta bahwa mahasiswa Sebatik cenderung menabung di perbankan syariah karena kualitas produk, kualitas layanan, dan nilai syariah yang dinilai kuat dalam mempengaruhi persepsi mereka. Uji t memperlihatkan bahwa nilai thitung lebih besar daripada ttabel, yaitu $4,016 > 1,984$, dengan tingkat signifikansi $0,000 < 0,05$. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa persepsi memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan mahasiswa Sebatik untuk menabung di perbankan syariah.

Penelitian ini memberikan implikasi praktis bagi perbankan syariah dalam meningkatkan strategi pemasaran dan pelayanan. Bank syariah harus terus berfokus pada peningkatan kualitas produk dan layanan mereka serta memastikan bahwa prinsip-prinsip syariah diterapkan secara konsisten. Dengan memberikan edukasi lebih lanjut tentang nilai-nilai syariah dan meningkatkan transparansi operasional, bank syariah dapat menarik lebih banyak nasabah dari kalangan mahasiswa. Secara keseluruhan, penelitian ini menunjukkan bahwa persepsi yang baik terhadap bank syariah, terutama terkait dengan kualitas dan prinsip syariah, secara signifikan mempengaruhi keputusan mahasiswa Sebatik untuk menabung di bank syariah.

Penelitian yang dilakukan (Sucipto et al., 2024) dalam penelitiannya menginvestigasi persepsi mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam di Universitas Islam Negeri Sumatera Utara (FEBI UINSU) terhadap *mobile banking* pada bank syariah di Indonesia. Data diperoleh melalui survei yang dilakukan

pada mahasiswa yang mengambil jurusan Perbankan Syariah dan Manajemen. Hasil penelitian menunjukkan mayoritas mahasiswa memiliki pandangan positif terhadap penggunaan *mobile banking* pada bank syariah, menganggapnya sebagai alat efektif untuk mengelola transaksi keuangan dengan tingkat keamanan yang tinggi. Mahasiswa juga mengakui kenyamanan dalam mengakses informasi terkait perbankan syariah. Penelitian ini tidak hanya memberikan wawasan mengenai preferensi mahasiswa terhadap layanan *mobile banking* syariah, tetapi juga memberikan implikasi praktis bagi bank syariah untuk meningkatkan layanan mereka. Mengakui dan sejalan dengan pandangan positif ini dapat memberikan kontribusi signifikan terhadap peningkatan layanan perbankan syariah. Secara keseluruhan, penelitian ini menegaskan pentingnya memahami perspektif mahasiswa dalam membentuk dan menyempurnakan layanan *mobile banking* dalam konteks perbankan syariah.

Hasil ini memberikan indikasi bahwa layanan *mobile banking* syariah berhasil memenuhi kebutuhan mahasiswa dalam hal kemudahan transaksi, yang merupakan segmen yang terdidik dan melek teknologi. Selain itu, kenyamanan dan kemudahan akses terhadap layanan perbankan melalui perangkat seluler menunjukkan bahwa mahasiswa menghargai inovasi teknologi yang diterapkan oleh bank syariah. Implikasi praktis dari penelitian ini adalah bahwa bank syariah harus terus mengembangkan dan meningkatkan fitur serta keamanan layanan *mobile banking* mereka. Penelitian ini menyoroti pentingnya *mobile banking* dalam menarik minat dan kepercayaan mahasiswa, yang pada akhirnya dapat memperluas basis nasabah bank syariah di kalangan generasi muda.

Secara keseluruhan, penelitian ini menekankan pentingnya memahami preferensi dan kebutuhan mahasiswa dalam mengadopsi layanan perbankan berbasis teknologi. Dengan memperhatikan pandangan positif mahasiswa terhadap *mobile banking*, bank syariah dapat lebih optimal dalam merespon kebutuhan pasar yang dinamis, meningkatkan layanan, dan memperkuat daya saing mereka di era digital.

Oleh karena itu, bank syariah perlu memastikan bahwa mereka menyampaikan informasi yang jelas dan akurat mengenai produk dan layanan mereka untuk meningkatkan persepsi positif di kalangan mahasiswa (Rahman et al., 2024). Hasil penelitian diatas mendukung hasil penelitian yang di lakukan oleh (Nurhaliza et al., 2023), (Huda & Junaidi, 2022) dan (Luthfiah et al., 2023) hasil menunjukkan bahwa mempunyai pengaruh positif dan negatif terhadap keputusan mahasiswa menjadi nasabah.

Pengaruh Faktor Sosial dan Norma Subjektif

Faktor sosial dan norma subjektif juga memiliki dampak signifikan terhadap keputusan mahasiswa untuk menabung di bank syariah.

Studi yang di lakukan (Rawi et al., 2023), Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana minat mahasiswa UIN RMS untuk menabung di bank syariah dipengaruhi oleh *Theory of Planned Behavior*. Teori Perilaku Terencana digunakan dalam penelitian ini untuk menjelaskan bagaimana kontrol perilaku, standar subjektif, dan sikap perilaku dapat mempengaruhi keinginan seseorang dalam menabung. Teknik *purposive sampling* digunakan untuk menyebarkan survei melalui media sosial, dengan kriteria responden harus merupakan mahasiswa UIN RMS dari lima fakultas. Data penelitian ini dikumpulkan

dari kuesioner tersebut. Analisis regresi berganda digunakan sebagai teknik pengujian terhadap 126 responden yang dijadikan data. Temuan penelitian menunjukkan bahwa minat mahasiswa UIN RMS untuk menabung di bank syariah secara signifikan dipengaruhi oleh faktor sikap terhadap perilaku, standar subjektif, dan kontrol perilaku. Temuan penelitian ini memberikan pengaruh bagi instansi pemerintah, lembaga keuangan, dan lembaga pendidikan, sehingga mendorong mereka untuk terus mendidik calon mahasiswa UIN RMS bagaimana cara menabung di bank syariah dan menjauhi riba.

Penelitian yang dilakukan (Iryani & Kristanto, 2022) Penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui pengaruh lingkungan sosial, terhadap minat menabung mahasiswa di bank syariah. Data yang digunakan pada penelitian ini adalah data primer berdasarkan sampel 133 responden mahasiswa STIE Bank BPD Jateng yang diambil secara *purposive sampling* dan *snowball sampling*. Data diolah dengan menggunakan alat analisis *Statistical Product and Service Solutions* (SPSS). Dengan menggunakan analisis regresi linier berganda menunjukkan bahwa lingkungan sosial memperoleh nilai signifikansi sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05 ($0,000 < 0,05$). Hal ini dapat diartikan bahwa lingkungan sosial berpengaruh signifikan terhadap minat menabung di bank syariah.

Norma subjektif mencerminkan pengaruh dari lingkungan sosial, seperti keluarga dan teman, terhadap keputusan mahasiswa. Ketika lingkungan mereka mendukung penggunaan produk perbankan syariah, mereka lebih cenderung mengikuti norma tersebut. Sebaliknya, jika tidak ada dukungan sosial atau terdapat tekanan untuk menggunakan produk perbankan konvensional, minat mereka terhadap

bank syariah dapat menurun. Selain keluarga yang memberikan bimbingan Islami, para pengajar juga dapat mempengaruhi minat mahasiswa dengan membagikan informasi positif tentang keuntungan menabung di bank syariah. Lingkungan sosial yang lebih luas, terutama bagi mahasiswa yang tinggal jauh dari rumah, dapat turut memengaruhi keputusan mereka dalam memilih perbankan syariah. Oleh karena itu, kami menyarankan agar perbankan syariah memperkuat kampanye edukasi dan kolaborasi dengan institusi pendidikan serta komunitas untuk memperluas kesadaran dan pemahaman tentang manfaat menabung di bank syariah. Dengan memperkuat dukungan sosial ini, diharapkan semakin banyak mahasiswa yang memilih bank syariah sebagai solusi perbankan mereka.

Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh (Khairunnisa & Cahyono, 2020), (Prastiwi, 2021), (Nurhaliza et al., 2023), (Huda & Junaidi, 2022) dan (Luthfiah et al., 2023) yang menyatakan bahwa lingkungan sosial berpengaruh keputusan mahasiswa menjadi nasabah.

Hambatan dan Tantangan dalam Mengadopsi Perbankan Syariah di Kalangan Mahasiswa

Dalam mengadopsi perbankan syariah, mahasiswa menghadapi berbagai hambatan dan tantangan. Penelitian oleh (Utami & Pratama, 2023) mengidentifikasi beberapa hambatan utama, termasuk kurangnya pemahaman tentang produk syariah, kesulitan dalam mengakses informasi, dan persepsi bahwa produk tersebut tidak sesuai dengan kebutuhan mereka. Hambatan-hambatan ini mencerminkan pentingnya upaya edukasi dan komunikasi yang lebih baik oleh bank syariah untuk mengatasi kekurangan informasi dan meningkatkan kesadaran di kalangan mahasiswa. Untuk

mengatasi tantangan ini, bank syariah perlu meningkatkan upaya mereka dalam menyebarkan informasi yang jelas dan menyelenggarakan program edukasi keuangan yang efektif bagi mahasiswa (Haryanto et. al, 2021).

SIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan, intensi mahasiswa dalam mengambil keputusan untuk menabung di perbankan syariah dipengaruhi oleh beberapa faktor utama. Religiusitas mahasiswa memiliki pengaruh signifikan, dengan mahasiswa yang religius tinggi cenderung memilih produk perbankan syariah yang sesuai dengan prinsip agama mereka. Pemahaman mendalam tentang prinsip syariah, seperti *riba* dan *gharar*, juga berperan penting dalam keputusan mereka. Literasi keuangan yang baik mempengaruhi keputusan secara positif, karena mahasiswa dengan literasi tinggi lebih mampu mengevaluasi produk syariah dengan baik. Persepsi positif terhadap produk dan layanan, termasuk kenyamanan dan keamanan, turut mempengaruhi keputusan menabung, sehingga bank syariah perlu memperbaiki komunikasi dan informasi untuk membentuk persepsi yang lebih baik. Faktor sosial dan norma subjektif dari lingkungan sekitar, seperti dukungan keluarga dan teman, juga mempengaruhi minat mahasiswa. Selain itu, mahasiswa menghadapi hambatan seperti kurangnya pemahaman tentang produk dan kesulitan akses informasi. Untuk mengatasi tantangan ini, bank syariah perlu meningkatkan upaya edukasi dan komunikasi. Secara keseluruhan, terdapat hubungan erat antara religiusitas, literasi keuangan, persepsi positif, dan dukungan sosial dalam keputusan mahasiswa untuk menabung di bank syariah.

Untuk meningkatkan intensi mahasiswa dalam menabung di bank

syariah, diperlukan pendekatan komprehensif yang memperhatikan aspek religiusitas, kepatuhan syariah, serta aspek praktis seperti kualitas layanan, aksesibilitas, dan edukasi. Meskipun penelitian ini memberikan wawasan berharga, keterbatasannya terletak pada penggunaan studi literatur semata. Penelitian selanjutnya disarankan untuk melakukan pengumpulan data primer melalui survei atau wawancara langsung dengan mahasiswa. Temuan-temuan ini diharapkan dapat berkontribusi pada pengembangan strategi perbankan syariah dalam menarik minat mahasiswa dan perumusan kebijakan serta program edukasi keuangan syariah yang lebih efektif.

DAFTAR RUJUKAN

- Ajzen, I. (1991). *The theory of planned behavior. Organizational behavior and human decision processes*. 50(2), 179-211.
- Aziz, M., & Ali, S. (2023). Financial literacy and saving behavior: A comparative study of conventional and Islamic banking customers. *International Journal of Finance and Economics*, 18(2), 75-92.
- Buono, K. B., Noviarita, H., & Iqbal, M. (2023). Pengaruh Literasi Keuangan Syariah dan Inklusi Keuangan Syariah Digital Pada Sektor Pertanian. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 9(3), 3949. <https://doi.org/10.29040/jiei.v9i3.11355>
- Emzir. (2012). *Metodologi Raja, Kualitatif Analisis Data*. Jakarta: Grafindo.
- Fatira Ak, M., & Agus, R. (2020). Potensi Mahasiswa sebagai Segmen Pasar dalam Industri Perbankan Syariah. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 6 (1), 45-59.
- Fauzi, A., & Murniawaty, I. (2020). Pengaruh Religiusitas dan Literasi

- Keuangan Syariah Mahasiswa terhadap Minat Menjadi Nasabah di Bank Syariah. *EEAJ Economic Education Analysis Journal*, 9(2), 473–486.
- Fauzi, A. A. A., Jubaedah, D., & Rahmah, Y. F. (2024). Peran Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) dalam Mengembangkan Ekonomi Masyarakat. *El-Ecosy: Jurnal Ekonomi Dan Keuangan Islam*, 4(1), 34-51.
- Febriansyah, E., Fraternesi, F., & Pratiwi, I. (2021). Analisis Karakteristik Kualitas Produk Perbankan Syariah Dalam Mempengaruhi Keputusan Masyarakat Menjadi Nasabah Di Bank Bni Syariah. *EKOMBIS REVIEW: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 9(1), 15–28
- Furnawati, R., Ferawati, R., & Mubyarto, N. (2022). Pengaruh pendapatan, religiusitas dan literasi keuangan terhadap keputusan menabung di Bank Syariah Kabupaten Bungo. *Jurnal Paradigma Ekonomika*, 17(4), 2684–7868.
- Haryanto, T., Kurniawati, D., & Saputra, M. (2021). Financial behavior among university students: Insights from Indonesia. *Journal of Behavioral Finance*, 22 (3), 235–250.
- Hidayatullah, M. S. (2017). *Perbankan Syariah: Pengenalan Fundamental dan Pengembangan Kontemporer*. Banjarbaru: Dreamedia.
- Huda, A. H., Junaidi, S. A. A. (2022). Pengaruh Persepsi Mahasiswa terhadap Minat Menabung di Bank Syariah (Studi Kasus Mahasiswa FEB UNISMA 2018-2020). *El-Aswaq: Islamic Economic and Finance Journal*, 3(2), 552–564.
- Huda, N., Rini, N., Mardoni, Y., & Putra, P. (2020). Analysis of the Influence of Literacy and Financial Inclusion on Students' Decision to Use Islamic Banking. *International Journal of Islamic Economics and Finance Studies*, 6 (2), 23–36.
- Iryani, R. M., & Kristanto, R. S. (2022). Pengaruh Pengetahuan Tentang Bank Syariah, Religiusitas, Lingkungan Sosial, Dan Uang Saku Terhadap Minat Menabung Mahasiswa Di Bank Syariah (Studi Kasus pada Mahasiswa STIE Bank BPD Jateng). *Magisma: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 10(2), 191-202.
- Ismail. (2011). *Perbankan Syariah*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Keuangan, O. J. (2023). *Statistik Perbankan Syariah 2022*. OJK.
- Khairunnisa, I. A., & Cahyono, H. (2020). Hubungan pengetahuan, religiusitas, dan lingkungan sosial terhadap minat menabung menggunakan bank syariah. *Jurnal Ekonomika Dan Bisnis Islam*, 3(3), 1–14.
- Kusuma, R. A., Hidayat N., R., Samsudin, A., Kristanti, K., Nimas, A., Destiana, M., & Rochmah, A. (2023). Pengambilan Keputusan Dalam Organisasi. *ManBiz: Journal of Management and Business*, 3(1), 80–88.
- Lestari, A. M. (2015). Pengaruh religiusitas, produk bank, kepercayaan, pengetahuan, dan pelayanan terhadap preferensi menabung pada perbankan syariah. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*, 3 (1).
- Luthfiah, I. A. H., Asyifah, S., Siregar, R. H., Hidayat, W., & Saraswati, H. (2023). Pengaruh Persepsi Mahasiswa Uin Smh Banten Tentang Perbankan Syariah Terhadap Minat Memilih Produk Bank Syariah. *Jurnal Ekonomi dan Manajemen*, 2(2), 01-10.
- Maryanto, M., Indartono, S., & Efendi, R. (2022). The Effect of Social Environment and Religiosity on Students' Interest in Savings in Islamic Banks. *International Journal of Multicultural and Multireligious*

- Understanding*, 9(3), 24-30.
- Melelo, S. S. (2023). *Analisis Rasio Keuangan Dalam Memprediksi Profitabilitas Bank Syariah Di Indonesia*. 5(I), 1-14.
- Muktamar, A., Sari, Y., Wiradana, N., & Dermawan. (2024). Proses Pengambilan Keputusan dalam Kelompok. *Journal Of International Multidisciplinary Research*, 2(1), 44-56.
- Munajim, A., Sukarnoto, T., Pratama, G., & Pratama, F. A. (2022). Pengaruh Persepsi Dan Religiusitas Santri Terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah (Studi Kasus di Pondok Pesantren Tarbiyatul Banin). *Ecobankers: Journal of Economy and Banking*, 3(1), 14-21.
- Nurhaliza, N., Fadhil, M. I., Kurniawan, D., & Nurbaiti, N. (2024). Analisis Persepsi Mahasiswa FEBI UINSU Mengenai Mobile Banking Bank Syariah Di Indonesia. *OPTIMAL Jurnal Ekonomi dan Manajemen*, 4(1), 22-29..
- Nurlind, M. Z. dan N. (2021). Pengaruh Religiusitas, Persepsi Dan Motivasi Nasabah Terhadap Keputusan Memilih Perbankan Syariah. *JPS (Jurnal Perbankan Syariah)*, Vol.2, No., 114-130.
- Otoritas Jasa Keuangan. (2022). *Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan 2022*. OJK.
- Parastika, P., Hartini, T., & Amri, U. (2021). Pengaruh Religiusitas dan Pengetahuan terhadap Keputusan Menabung di Bank Syariah dengan Minat Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Intelektualita: Keislaman, Sosial Dan Sains*, 10(1), 177-187.
- Prastiwi, I. E. (2021). Analysis of the influence of religiosity, environment, and reputation factors on customer decisions on saving at KSPPS BMT amanah ummah. *International Journal of Economics, Business and Accounting Research (IJEBAR)*, 5(1), 450-460.
- Pratama, A., & Subagyo, R. (2020). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Intensi Mahasiswa untuk Menabung di Bank Syariah. *Jurnal Ekonomi Dan Keuangan Syariah*, 8 (2), 45-58.
- Prita Ary Astini, K., Widiadnyana Pasek Jurusan, G. S., & Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Satya Dharma Singaraja, M. (2022). Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Keputusan Investasi. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Akuntansi Universitas Pendidikan Ganesha*, 13(03), 991-1002.
- Rahman, A., & Anwar, S. (2021). Factors Influencing Students' Interest in Islamic Banking: A Case Study at Indonesian Universities. *Journal of Islamic Business and Management*, 11 (1), 67-80.
- Rahman, A., Ahmad, M., & Ahmed, S. (2024). Factors influencing saving decisions in Islamic banking: An empirical analysis. *Journal of Financial Services Research*, 55 (4), 567-584.
- Rahmat, F., Susilo, J., & Indriastuti, H. (2024). Persepsi Perilaku Mahasiswa Terhadap Keputusan Menabung di Perbankan Syariah. *PENG: Jurnal Ekonomi Dan ...*, 1(1), 10-14.
- Rawi, J. D. N., Luthfianti, Y., & Widyaningsih, M. (2023). Pengaruh Theory Of Planned Behavior terhadap Minat Menabung Mahasiswa UIN RMS di Bank Syariah. *Jurnal Ekonomi Sakti*, 12(1A), 31-46.
- Ruwaidah, S. H. (2020). Pengaruh Literasi Keuangan Syariah dan Syariah Governance Terhadap Keputusan Mahasiswa dalam Menggunakan Jasa Perbankan Syariah. *Muhasabatuna : Jurnal Akuntansi Syariah*, 2(1), 79.
- Setyawati, H. A. (2021). Pengaruh

- Pengetahuan Produk Dan Religiusitas TeSetyawati, H. A. (2021). Pengaruh Pengetahuan Produk Dan Religiusitas Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Sikap Sebagai Variabel Intervening. *Accounting and Management Journal*, 5(1), 39–46.
- Statistik, B. P. (2023). *Statistik Perguruan Tinggi Indonesia 2023*.
- Sodik, F., Hidayat, M. A., Al Farda, R. A., & Syahita, R. N. (2022). Analisis Pengaruh Pengetahuan Produk dan Religiusitas Terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah. *Jurnal Ilmu Perbankan Dan Keuangan Syariah*, 4(2), 123-143.
- Subaidi, B. A., & Liyanto. (2024). Pengaruh Literasi Keuangan, Religiusitas dan Keamanan Terhadap Keputusan Menabung di Bank Syariah (Studi Kasus Pada Generasi Milenial di Kabupaten Sumenep). *Jurnal Penelitian Mahasiswa*, 3(1), 24–37.
- Sucipto, I., Nurbaeti, A., & Amelia, R. (2024). Analisis Persepsi Mahasiswa pada Fitur dan Layanan Islami di Aplikasi BSI Mobile (Studi Mahasiswa STIES Indonesia Purwakarta). *JAMMIAH (Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Syariah)*, 4(1), 29–39.
- Syamsudin, S. (2024). Analisis Pengaruh Budaya Organisasi dan Komitmen Beragama terhadap Loyalitas Mahasiswa di Perguruan Tinggi Islam Swasta. *Al-Fahim : Jurnal Manajemen Pendidikan Islam*, 6(1), 218–235.
- Usman, H., Tjiptoherijanto, P., Balqiah, T. E., & Agung, I. G. N. (2017). The role of religious norms, trust, importance of attributes and information sources in the relationship between religiosity and selection of the Islamic bank. *Journal of Islamic Marketing*, 8(2), 158-186.
- Utami, S., & Pratama, Y. (2023). Barriers to adopting Islamic banking services among students: Evidence from Indonesia. *Journal of Islamic Economics*, 15 (1), 22–37.
- Zulva, P. (2024). Pengaruh pengetahuan tentang riba nasiah dan religiusitas terhadap minat menabung mahasiswa di bank syariah. *Jurnal Kajian Dan Penalaran Ilmu Manajemen*, 2(1), 115–131.
- Zulkifli, Z., Hamzah, H., Hamzah, Z., Arif, M., Hamsal, H., & Arsad, S. (2024). Motivation and Organizational Commitment on Loyalty and Islamic Banking Employee Performance. *Al-Intaj: Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah*, 10(2), 287-301.