



**PERSEPSI MASYARAKAT DALAM MENENTUKAN PILIHAN MENABUNG
ANTARA BANK SYARIAH DAN BANK KONVENSIONAL DI KOTA PALU
(STUDI KASUS PEDAGANG YANG BERADA DI PASAR MASOMBA)**

Oleh

Erwan Sastrawan Farid¹, Mohammad Zeylo Auriza², Mohammad Ega Nugraha³,
Muhammad Riswandi Palawa⁴, Iin Irawati⁵, Rudy Gosal⁶, Moh. Taufal⁷
^{1,2,3,4,5,6,7}Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Tadulako
Email: 1erwansastrawanfeb@gmail.com

Abstract

Bank merupakan lembaga keuangan yang fungsi utamanya adalah menghimpun dana dari masyarakat, penyalurkan dana kepada masyarakat, dan juga memberi pelayanan dalam bentuk jasa-jasa perbankan. Jenis bank jika dilihat dari segi atau caranya dalam menentukan harga baik harga jual maupun harga beli terbagi dalam dua kelompok yaitu bank yang berdasarkan prinsip konvensional dan bank yang berdasarkan prinsip syariah. Menurut survey yang dilakukan oleh Bank Indonesia pada tahun 2003, sepertiga penduduk Indonesia yang beragama Islam masih enggan berurusan dengan bank konvensional. Fakta ini menunjukkan bahwa hanya dengan tidak menyukai bunga bank saja mereka bisa memutuskan untuk tidak mempermudah hidupnya dengan jasa perbankan, maka seharusnya celah ini di manfaatkan dengan sebaik-baiknya oleh bank syariah untuk mengisi kekosongan. Tujuan dari penelitian ini adalah ingin mengetahui hubungan faktor ekonomi, faktor kebudayaan, faktor sosial, dan faktor psikologis terhadap pola persepsi masyarakat dalam menentukan pilihan tempat menabungnya. Metode penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif kuantitatif dengan jumlah sampel sebanyak 90 pedagang. Uji chi square dan korelasi produk moment digunakan untuk menganalisis data penelitian ini. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara Faktor ekonomi, kebudayaan, sosial dan psikologis dengan persepsi masyarakat dalam menentukan pilihan menabungnya.

Kata Kunci: Bank Syariah, Bank Konvensional, Kota Palu

PENDAHULUAN

Undang-Undang RI Nomor 10 Tahun 1998 tanggal 10 November 1998 tentang Perbankan, yang dimaksud dengan BANK adalah “badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya kepada masyarakat dalam bentuk kredit dan atau bentuk-bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat banyak.” Dari Pengertian di atas dapat dijelaskan secara lebih luas lagi bahwa bank merupakan perusahaan yang bergerak dalam bidang keuangan, artinya aktivitas perbankan selalu berkaitan dalam bidang keuangan.

Sehingga berbicara mengenai bank tidak terlepas dari masalah keuangan.

Bank merupakan lembaga keuangan yang fungsi utamanya adalah menghimpun dana dari masyarakat, menyalurkan dana kepada masyarakat, dan juga memberi pelayanan dalam bentuk jasa-jasa perbankan.

Jenis bank jika dilihat dari segi atau caranya dalam menentukan harga baik harga jual maupun harga beli terbagi dalam dua kelompok yaitu bank yang berdasarkan prinsip konvensional dan bank yang berdasarkan prinsip syariah.

Bagi perbankan yang berdasarkan prinsip konvensional, keuntungan utama



diperoleh dari selisih bunga simpanan yang diberikan kepada penyimpan dengan bunga pinjaman atau kredit yang disalurkan. Lain hal dari bank prinsip syariah, aturan perjanjian bank ini berdasarkan hukum islam antara pihak bank dengan pihak lain untuk menyimpan dana atau pembiayaan.

Bank konvensional sudah berdiri lebih awal dibanding bank syariah di Indonesia, dan telah memiliki fasilitas yang sudah tersebar luas di Indonesia. Mayoritas bank yang berkembang di Indonesia dewasa ini adalah bank yang berorientasi pada prinsip konvensional. Hal ini tidak terlepas dari sejarah bangsa Indonesia di mana asal mula bank di Indonesia dibawa oleh kolonial belanda.

Bank berdasarkan prinsip syariah belum lama berkembang di Indonesia. Namun, di luar negeri terutama di Negara-negara Timur Tengah bank yang berdasarkan prinsip syariah sudah berkembang pesat sejak lama. meskipun penduduk Indonesia merupakan penduduk dengan jumlah muslim terbesar di dunia kehadiran bank yang berdasarkan syariah di Indonesia baru pada awal tahun 1990-an,. Prakarsa untuk mendirikan Bank Syariah di Indonesia dilakukan oleh Majelis Ulama Indonesia (MUI) pada 18-20 Agustus 1990. Namun, diskusi tentang Bank Syariah sebagai basis ekonomi Islam sudah mulai dilakukan pada awal tahun 1980. Bank syariah pertama di Indonesia merupakan hasil kerja tim perbankan MUI, yaitu dengan dibentuknya PT Bank Muamalat Indonesia (BMI) yang akte pendiriannya ditandai pada tanggal 1 November 1991. Bank ini ternyata berkembang cukup pesat sehingga saat ini BMI sudah memiliki puluhan cabang yang tersebar di beberapa kota besar di Indonesia.

Pada 1998, Bank Muamalat yang merupakan bank syariah pertama di Indonesia bisa bertahan dari krisis yang membuat belasan bank konvensional lain tidak mampu lagi beroperasi. Hal ini, memicu berdirinya Bank Syariah Mandiri, yang merupakan bank syariah kedua di Indonesia. Berdirinya BSM,

ternyata punya masa depan menjanjikan untuk Indonesia dan juga cukup sukses hingga akhirnya jadi penyemangat munculnya beragam bank syariah lainnya di Indonesia.

Saat ini khususnya di kota palu telah banyak mendirikan perbankan syariah seperti Bank Muamalat, Bank Syariah Mandiri (BSM), Bank Rakyat Indonesia Syariah (BRIS), BNI Syariah (sekarang Bank Syariah Indonesia /BSI) dan Bank Mega Syariah (BMS). Dengan dibangunnya kantor cabang yang berbasis syariah, tentunya diharapkan dapat meningkatkan sistem keuangan syariah khususnya di kota palu, serta mewujudkan keinginan masyarakat untuk menggunakan jasa bank syariah.

Setiap orang mempunyai sikap yang berbeda-beda terhadap suatu objek yang sama. Perusahaan berusaha untuk memuaskan selera konsumen dengan cara memenuhi kenyataan sesuai dengan yang diharapkan. Keanekaragaman konsumen dalam membeli suatu produk dipengaruhi oleh berbagai factor yang dapat mempengaruhi perilaku pembelian diantaranya adalah faktor kebudayaan, sosial, pribadi dan psikologis. (Kotler dan Armstrong, 2005:183)

Menurut survey yang di lakukan oleh Bank Indonesia pada tahun 2003, sepertiga penduduk Indonesia yang beragama Islam masih memepertimbangkan berurusan dengan bank konvensional, karena mereka tidak menghendaki bunga bank yang dinilai riba dalam sistem syariah. Fakta ini menunjukkan bahwa hanya dengan tidak menyukai bunga bank saja mereka bisa memutuskan untuk tidak menggunakan jasa perbankan, maka seharusnya celah ini dimanfaatkan dengan sebaik-baiknya oleh bank syariah untuk mengisi kekosongan. Berkaitan dengan hasil survey Bank Indonesia tersebut muncul pertanyaan, ada masalah apakah yang mengakibatkan masyarakat tidak berpaling kepada bank syariah yang tidak menggunakan bunga bank melainkan bagi hasil, bukankah hal itu yang mereka kehendaki. Maka dari itu peneliti tertarik untuk menggali lebih dalam

<http://ejurnal.binawakya.or.id/index.php/MBI>



apa sebenarnya yang menjadi pertimbangan utama masyarakat dalam memilih tempat menabungnya, apa yang membentuk preferensinya.

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dikemukakan di atas, maka masalah pokok dalam penelitian ini disusun sebagai berikut :

1. Bagaimana Hubungan faktor ekonomi terhadap persepsi masyarakat dalam menentukan tempat menabungnya?
2. Bagaimana Hubungan faktor kebudayaan terhadap persepsi masyarakat dalam menentukan tempat menabungnya?
3. Bagaimana Hubungan faktor sosial terhadap persepsi masyarakat dalam menentukan tempat menabungnya?
4. Bagaimana Hubungan faktor psikologis terhadap persepsi masyarakat dalam menentukan tempat menabungnya?

Tujuan Penelitian ini adalah

1. Mengetahui Hubungan faktor ekonomi terhadap persepsi masyarakat dalam menentukan tempat menabungnya.
2. Mengetahui Hubungan faktor kebudayaan terhadap persepsi masyarakat dalam menentukan tempat menabungnya.
3. Mengetahui Hubungan faktor sosial terhadap persepsi masyarakat dalam menentukan tempat menabungnya.
4. Mengetahui Hubungan faktor psikologis terhadap persepsi masyarakat dalam menentukan tempat menabungnya.

LANDASAN TEORI

Perilaku Konsumen dan Indifference Curve

Secara umum perilaku konsumen merupakan tindakan-tindakan individu yang secara langsung terlibat dalam usaha memperoleh, menggunakan, dan menentukan produk dan jasa, termasuk proses pengambilan keputusan yang mendahului dan mengikuti tindakan-tindakan tersebut (Engel dalam Tjiptono, 1997:19). Pendapat lain menyatakan bahwa perilaku konsumen merupakan studi tentang bagaimana pembuat keputusan, baik individu,

kelompok, maupun organisasi membuat keputusan-keputusan beli atau melakukan transaksi pembelian suatu produk dan mengkonsumsinya (Prasetjo dan Ihalauw, 2005:9).

Teori keputusan dalam memilih Jasa

Perusahaan harus dapat memahami perilaku konsumen dengan baik agar dapat memasarkan produknya dengan baik. Dengan pemahaman tersebut perusahaan dapat memperkirakan reaksi konsumen terhadap produk yang ditawarkan perusahaan sehingga perusahaan dapat menerapkan strategi pemasaran yang tepat (Sumarwan, 2003). Pengertian keputusan pembelian menurut Drumond (2003:251) yaitu mengidentifikasi semua pilihan yang mungkin untuk memecahkan persoalan itu dan menilai pilihan-pilihan secara sistematis dan obyektif serta sasaran- sarannya yang menentukan keuntungan serta kerugiannya masing-masing.

Dual Banking System sebagai pilihan tempat menabung

Lembaga keuangan merupakan lembaga yang mengerjakan salah satu dari dua hal, yaitu melancarkan pertukaran barangbarang dan jasa-jasa dengan penggunaan uang atau kredit dan lembaga keuangan merupakan suatu lembaga yang membantu menyalurkan tabungan sebagian masyarakat ke bagian masyarakat yang membutuhkan pembiayaan dana untuk investasi. Dengan demikian maka lembaga keuangan adalah lembaga yang membantu melancarkan pertukaran barangbarang dan jasa-jasa dan menyalurkan tabungan investasi. Seperti dituliskan pada Pasal 1 ayat (2) UU No. 10 Tahun 1998 tentang perubahan UU No. 7 Tahun 1992 tentang perbankan adalah badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya kepada masyarakat dalam bentuk kredit dan atau bentuk- bentuk lain dalam rangka



meningkatkan taraf hidup rakyat banyak. Jenis bank di Indonesia dibedakan menjadi dua jenis menurut caranya menyalurkan dananya dan memberikan keuntungan kepada nasabahnya, yaitu bank yang melakukan usaha secara konvensional, dan bank yang melakukan usaha secara syariah.

Hubungan teori Perilaku Konsumen, teori keputusan dan Preferensi Konsumen dengan Pilihan tempat menabung

Teori mengenai persepsi menjadi sedemikian penting dalam penelitian mengenai pilihan tempat menabung ini, hal ini dikarenakan persepsi inilah yang mempengaruhi seseorang dalam kecenderungan preferensinya. Persepsi merupakan proses mental dan kognitif yang memungkinkan individu menafsirkan dan memahami informasi tentang lingkungan, baik untuk penglihatan, pendengaran, penghayatan, perasaan dan penciuman (Gibson et al dalam Mahmudah, 2006).

Pendapat lain menyatakan bahwa persepsi adalah aktivitas mengindra, mengintegrasikan dan memberikan penilaian pada obyek-obyek fisik maupun obyek sosial, dan penginderaan tersebut tergantung pada stimulus fisik dan stimulus sosial yang ada di lingkungannya. Sensasi sensasi dari lingkungan akan diolah bersama-sama dengan hal-hal yang telah dipelajari sebelumnya baik hal itu berupa harapan-harapan, nilai-nilai, sikap, ingatan dan lain-lain (Young, 1956). Melalui beberapa pendapat ahli tentang persepsi sebelumnya, disimpulkan bahwa persepsi berperan sangat penting terhadap sikap dan perilaku seseorang terhadap pilihan tempat menabungnya.

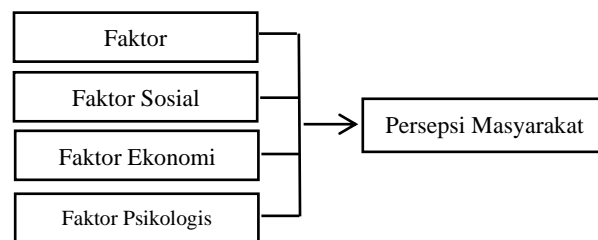
Hubungan teori Perilaku Konsumen, teori keputusan dan Preferensi Konsumen dengan Pilihan tempat menabung

Teori mengenai persepsi menjadi sedemikian penting dalam penelitian mengenai pilihan tempat menabung ini, hal ini dikarenakan persepsi inilah yang mempengaruhi seseorang

dalam kecenderungan preferensinya. Persepsi merupakan proses mental dan kognitif yang memungkinkan individu menafsirkan dan memahami informasi tentang lingkungan, baik untuk penglihatan, pendengaran, penghayatan, perasaan dan penciuman (Gibson et al dalam Mahmudah, 2006). Sedangkan pendapat lain menyatakan bahwa persepsi adalah aktivitas mengindra, mengintegrasikan dan memberikan penilaian pada obyek-obyek fisik maupun obyek sosial, dan penginderaan tersebut tergantung pada stimulus fisik dan stimulus sosial yang ada di lingkungannya. Sensasi-sensasi dari lingkungan akan diolah bersama-sama dengan hal-hal yang telah dipelajari sebelumnya baik hal itu berupa harapan-harapan, nilai-nilai, sikap, ingatan dan lain-lain (Young, 1956). Melalui beberapa pendapat ahli tentang persepsi sebelumnya, disimpulkan bahwa persepsi berperan sangat penting terhadap sikap dan perilaku seseorang terhadap pilihan tempat menabungnya.

Kerangka Pikir dan Hipotesis

Berdasarkan kajian teori di atas, maka kerangka pikir dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :



Gambar 1 Kerangka Model Penelitian

Berdasarkan uraian latar belakang dan permasalahan di atas, maka penulis merumuskan hipotesis sebagai berikut :

1. Ho : Tidak ada hubungan signifikan antara Faktor Kebudayaan dengan persepsi masyarakat dalam menentukan menabung di Bank Syariah atau di bank Konvensional

Ha : Ada hubungan signifikan antara Faktor Kebudayaan dengan persepsi masyarakat dalam menentukan



- menabung di Bank Syariah atau dibank Konvensional
2. Ho : Tidak ada hubungan signifikan antara Faktor Sosial dengan persepsi masyarakat dalam menentukan menabung di Bank Syariah atau di bank Konvensional
Ha : Ada hubungan signifikan antara Faktor Sosial dengan persepsi masyarakat dalam menentukan menabung di Bank Syariah atau di bank Konvensional
 3. Ho : Tidak ada hubungan signifikan antara Faktor ekonomi dengan persepsi masyarakat dalam menentukan menabung di Bank Syariah atau dibank Konvensional
Ha : Ada hubungan signifikan antara Faktor ekonomi dengan persepsi masyarakat dalam menentukan menabung di Bank Syariah atau di bank Konvensional
 4. Ho : Tidak ada hubungan signifikan antara Faktor Psikologis dengan persepsi masyarakat dalam menentukan menabung di Bank Syariah atau di bank Konvensional
Ha : Ada hubungan signifikan antara Faktor Psikologis dengan persepsi masyarakat dalam menentukan menabung di Bank Syariah atau di bank Konvensional

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif deskriptif dengan menggunakan survey. Penelitian ini dilaksanakan di pasar Masomba Kota Palu tahun 2021. Pengumpulan data di lakukan dengan cara wawancara pada responden, studi kepustakaan, observasi / pengamatan dan penyebaran kuesioner kepada para pedagang pasar masomba. Jumlah populasi pedagang yang ada di pasar masomba di Kota Palu tidak diketahui secara pasti maka (ukuran) jumlah sampel dalam penelitian ini ditetapkan berdasarkan

pendapat yang dikemukakan Menurut Hair et al. (2010) menyatakan bahwa ukuran sampel minimum adalah lima kali observasi untuk setiap parameter yang di estimasi, maka sampel yang harus dipenuhi pada penelitian ini sebanyak 5 X indikator atau 5 X 18 = 90 sampel. Teknik analisis data digunakan adalah analisis univariat dan analisis bivariat dengan menggunakan uji chi square dan korelasi Product Moment

HASIL

1. Analisis Univariat

Tabel 1 Distribusi Frekuensi Variabel Kebudayaan

No	Pertanyaan	Jawaban								Jumlah		
		SS		S		TS		STS		N	Total Score	Mean
		Bobot 4		Bobot 3		Bobot 2		Bobot 1				
		F	%	F	%	F	%	F	%			
1	Saya meyakini bahwa produk tabungan bank syariah lebih baik digunakan untuk keperluan usaha dibandingkan produk tabungan bank konvensional.	27	30%	36	40%	27	30%	0	0%	90	270	3,00
2	Saya Menggunakan Produk tabungan Bank Syariah Karena fiturnya mudah di pahami dibandingkan produk tabungan bank konvensional.	22	24%	40	44%	28	31%	0	0%	90	264	2,93
3	Secara pribadi saya lebih senang menggunakan produk Bank Syariah dibandingka produk tabungan bank konvensional	16	18%	38	42%	28	31%	8	9%	90	242	2,68
4	Saya Menggunakan Produk tabungan Bank Syariah sudah sejak lama dan tidak pernah pindah ke bank konvensional	16	18%	38	42%	31	34%	5	6%	90	245	2,72
5	Saya Tidak Pernah menggunakan produk tabungan Bank Konvensional	7	8%	20	22%	41	46%	22	24%	90	192	2,13
Rata-rata												2,69

Berdasarkan tabel 1 diatas nampak gambaran faktor kebudayaan pada pedagang pasar Masomba Palu telah cukup baik, hal ini terlihat dari nilai rata-rata faktor kebudayaan berdasarkan jawaban responden pada kuesioner yakni sebesar 2,69. Dimana dari seluruh indikator faktor kebudayaan nilai tertinggi pada indikator “Saya meyakini bahwa produk tabungan bank syariah lebih baik digunakan untuk keperluan usaha dibandingkan produk tabungan bank konvensional” yakni 27 orang atau sebesar 30% responden menjawab sangat setuju, 36 orang atau sebesar 40% responden menjawab setuju, dan 27 orang atau 30% responden menjawab tidak setuju, dengan nilai rata-rata sebesar 3,00 diasumsikan cukup baik artinya pedagang di pasar masomba sebagian besar meyakini bahwa produk tabungan di bank syariah yang ada sangat sesuai dengan kebutuhan usaha dibandingkan dengan produk tabungan di bank konvensional. Sedangkan nilai terkecil dari indikator kebudayaan “Saya



Tidak Pernah menggunakan produk tabungan Bank Konvensional” dimana pada indikator ini 7 orang atau sebesar 8% responden menjawab sangat setuju, 20 responden atau sebesar 22% menjawab setuju, 41 responden atau sebesar 46% menjawab tidak setuju sedangkan sisanya 22 orang atau sebesar 24% menjawab sangat tidak setuju, dari jawaban responden diperoleh nilai rata-rata sebesar 2,13 diasumsikan cukup baik, artinya tidak semua pedagang di pasar masomba hanya menggunakan satu bank untuk keperluan bisnisnya sebgain juga menggunakan bank konvnesional hal ini dikarenakan sebelum adanya bank syariah seluruh pedagang di pasar masomba telah mengenal bank konvensional.

Tabel 2 Distribusi Frekuensi Variabel Sosial

No	Pertanyaan	Jawaban								Jumlah			
		SS		S		TS		STS		N	Total Score	Mean	
		Bobot 4		Bobot 3		Bobot 2		Bobot 1					
		F	%	F	%	F	%	F	%				
1	Saya menggunakan produk tabungan bank syariah karena teman-teman di lingkungan saya tidak ada yang menggunakan produk tabungan bank konvensional	20	22%	34	38%	35	39%	1	1%	89	253	2,81	
2	Saya menggunakan produk tabungan bank syariah karena dikeluarga saya tidak ada yang menggunakan tabungan bank konvensional	17	20%	41	46%	28	33%	4	5%	86	251	2,78	
3	Saya dan keluarga saya percaya bahwa menabung di bank syariah lebih amanah di bandingkan di bank konvensional.	21	23%	48	53%	21	23%	0	0%	90	270	3,00	
4	Saya merasa bahwa dengan menabung di bank syariah dapat meningkatkan status sosial saya di masyarakat sebagai seorang muslim dibandingkan jika saya menabung di bank konvensional	37	41%	48	53%	5	6%	0	0%	90	302	3,35	
Rata-rata													2,99

Berdasarkan tabel 2 diatas nampak gambaran faktor sosial pada pedagang pasar Masomba Palu telah cukup baik, hal ini terlihat dari nilai rata-rata faktor sosial berdasarkan jawaban responden pada kuesioner yakni sebesar 2,99. Dimana dari seluruh indikator faktor sosial nilai tertinggi pada indikator “Saya merasa bahwa dengan menabung di bank syariah dapat meningkatkan status sosial saya di masyarakat sebagai seorang muslim dibandingkan jika saya menabung di bank konvensional” yakni 37 orang atau sebesar 41% responden menjawab sangat setuju, 48 orang atau sebesar 53%

responden menjawab setuju, dan 5 orang atau 6% responden menjawab tidak setuju, dengan nilai rata-rata sebesar 3,35 diasumsikan sangat baik artinya pedagang di pasar masomba sebagian besar meyakini bahwa dengan menabung di bank syariah dapat meningkatkan sttaus sosialnya sebagai seorang muslim dibandingkan jika responden memilih menabung di bank konvensional. Sedangkan nilai terkecil dari indikator sosial “Saya menggunakan produk tabungan bank syariah karena dikeluarga saya tidak ada yang menggunakan tabungan bank konvensional” dimana pada indikator ini 17 orang atau sebesar 20% responden menjawab sangat setuju, 41 responden atau sebesar 48% menjawab setuju, 28 responden atau sebesar 33% menjawab tidak setuju sedangkan sisanya 4 orang atau sebesar 5% menjawab sangat tidak setuju, dari jawaban responden diperoleh nilai rata-rata sebesar 2,78 diasumsikan cukup baik, artinya pedangan di pasar masomba dalam menentukan pilihan menabungnya sebagian dipengaruhi oleh keluarganya sebagian lagi karena keinginan pribadi masing-masing

Tabel 3 Distribusi Frekuensi Variabel Ekonomi

No	Pertanyaan	Jawaban								Jumlah			
		SS		S		TS		STS		N	Total Score	Mean	
		Bobot 4		Bobot 3		Bobot 2		Bobot 1					
		F	%	F	%	F	%	F	%				
1	Saya menggunakan produk tabungan bank syariah karena setoran awal pembukaannya lebih kecil dibandingkan bank konvensional.	34	38%	48	53%	8	9%	0	0%	90	296	3,28	
2	Saya menggunakan produk tabungan bank syariah karena produhnya sesuai dengan kebutuhan saya sebagai UMKM, dibandingkan dengan produk tabungan bank konvensional.	36	40%	51	57%	3	3%	0	0%	90	303	3,36	
3	Saya menggunakan produk bank syariah karena fasilitas layanannya lebih banyak dibandingkan bank konvensional	23	26%	46	51%	19	21%	2	2%	90	270	3,00	
4	Saya tidak akan menggunakan produk tabungan lain selain tabungan bank syariah.	12	13%	35	39%	36	40%	7	8%	90	232	2,57	
Rata-rata													3,05

Berdasarkan tabel 3 diatas nampak gambaran faktor ekonomi pada pedagang pasar Masomba Palu telah cukup baik, hal ini terlihat dari nilai rata-rata faktor sosial berdasarkan jawaban responden pada



kuesioner yakni sebesar 3,05. Dimana dari seluruh indikator faktor ekonomi nilai tertinggi pada indikator “Saya menggunakan produk tabungan bank syariah karena produknya sesuai dengan kebutuhan saya sebagai UMKM, dibandingkan dengan produk tabungan bank konvensional” yakni 37 orang atau sebesar 40% responden menjawab sangat setuju, 51 orang atau sebesar 57% responden menjawab setuju, dan 3 orang atau 3% responden menjawab tidak setuju, dengan nilai rata-rata sebesar 3,36 diasumsikan sangat baik artinya pedagang di pasar masomba menilai bahwa produk tabungan bank syariah lebih sesuai dan kompetibel dengan jenis usaha yang mereka jalankan jika dbandingkan dengan prosuk bank konvensional yang menurut pedagang lebih cocok untuk pengusaha besar. Sedangkan nilai terkecil dari indikator ekonomi “Saya tidak akan menggunakan produk tabungan lain selain tabungan bank syariah” dimana pada indikator ini 12 orang atau sebesar 13% responden menjawab sangat setuju, 35 responden atau sebesar 39% menjawab setuju, 36 responden atau sebesar 40% menjawab tidak setuju sedangkan sisanya 7 orang atau sebesar 8% menjawab sangat tidak setuju, dari jawaban responden diperoleh nilai rata-rata sebesar 2,57 diasumsikan cukup baik, artinya pedagang di pasar masomba dalam menentukan pilihan menabungnya juga idsesuaikan dengan kebutuhan dari usahanya.

dari nilai rata-rata faktor psikologis berdasarkan jawaban responden pada kuesioner yakni sebesar 3,25. Di mana dari seluruh indikator faktor psikologis nilai tertinggi pada indikator “Hanya produk tabungan bank syariah yang dapat menghilangkan kekhawatiran saya tentang riba dibandingkan jika saya menggunakan tabungan bank konvensional” yakni 47 orang atau sebesar 52% responden menjawab sangat setuju, 41 orang atau sebesar 46% responden menjawab setuju, dan 2 orang atau 2% responden menjawab tidak setuju, dengan nilai rata-rata sebesar 3,50 diasumsikan sangat baik artinya pedagang di pasar masomba meyakini bahwa persoalan riba merupakan hal yang penting bagi kehidupannya sehingga untuk mengurangi kekhawatiran akan hal tersebut pedagang dipasar masomba sebagian besar memilih menabung di bank syariah. Sedangkan nilai terkecil dari indikator sosial “Saya menggunakan produk tabungan bank syariah karena dikeluarga saya tidak ada yang menggunakan tabungan bank konvensional “Saya lebih menyukai produk tabungan bank syariah dibandingkan bank konvensional karena sesuai dengan harapan saya” dimana pada indikator ini 23 orang atau sebesar 26% responden menjawab sangat setuju, 48 responden atau sebesar 53% menjawab setuju, 17 responden atau sebesar 19% menjawab tidak setuju sedangkan sisanya 2 orang atau sebesar 2% menjawab sangat tidak setuju, dari jawaban responden diperoleh nilai rata-rata sebesar 3,02 diasumsikan cukup baik, artinya pedagang produk tabungan yang ada di Bank syariah mewakili harapan mereka baik secara lahiriah maupun batiniah.

Tabel 4 Distribusi Frekuensi Variabel Psikologis

No	Pertanyaan	Jawaban								Jumlah		
		SS		S		TS		STS		N	Total Score	Mean
		Bobot 4	Bobot 3	Bobot 2	Bobot 1	F	%	F	%			
1	Saya menggunakan produk tabungan bank syariah karena faktor pembuatannya lebih kecil dibandingkan bank konvensional.	34	38%	48	53%	8	9%	0	0%	90	296	3,28
2	Saya menggunakan produk tabungan bank syariah karena produknya sesuai dengan kebutuhan saya sebagai UMKM, dibandingkan dengan produk tabungan bank konvensional.	36	40%	51	57%	3	3%	0	0%	90	303	3,36
3	Saya menggunakan produk bank syariah karena fasilitas layanannya lebih banyak dibandingkan bank konvensional.	23	26%	46	51%	19	21%	2	2%	90	270	3,00
4	Saya tidak akan menggunakan produk tabungan lain selain tabungan bank syariah.	12	13%	35	39%	36	40%	7	8%	90	232	2,57
Rata-rata												3,05

faktor psikologis pada pedagang pasar Masomba Palu telah sangat baik, hal initerlihat



Tabel 5 Distribusi Frekuensi Variabel Persepsi

No	Pertanyaan	Jawaban								Jumlah			
		SS		S		TS		STS		N	Total Score	Mean	
		F	%	F	%	F	%	F	%				
1	Saya lebih menyukai produk tabungan bank syariah dibandingkan bank konvensional karena sesuai dengan harapan saya.	23	26%	48	53%	17	19%	2	2%	90	272	3,02	
2	Saya lebih memilih menggunakan produk tabungan bank syariah dibandingkan bank konvensional karena ingin menjalankan salah satu syariat islam	37	41%	47	52%	6	7%	0	0%	90	301	3,34	
3	Hanya produk tabungan bank syariah yang dapat menghilangkan kekhawatiran saya tentang riba dibandingkan jika saya menggunakan tabungan bank konvensional	47	52%	41	46%	2	2%	0	0%	90	315	3,50	
4	Menurut saya produk tabungan bank syariah lebih aman di bandingkan produk tabungan bank konvensional.	28	31%	47	52%	14	16%	1	1%	90	282	3,13	
Rata-rata													3,25

Berdasarkan tabel 5 diatas nampak gambaran persepsi pedagang di pasar Masomba Palu telah sangat baik, hal ini terlihat dari nilai rata-rata persepsi berdasarkan jawaban responden pada kuesioner yakni sebesar 3,38. Dimana dari seluruh indikator persepsi nilai tertinggi pada indikator “Aktivitas pengelolaan tabungan bank syariah yang disalurkan dalam bentuk pembiayaan yang sudah sesuai dengan prinsip-prinsip syariah” yakni 53 orang atau sebesar 59% responden menjawab sangat setuju, 34 orang atau sebesar 38% responden menjawab setuju, dan terdapat 3 orang atau 3% responden menjawab tidak setuju, dengan nilai rata-rata sebesar 3,55 dikategorikan sangat baik artinya pedagang di pasar masomba menilai bahwa tabungan pedagang pada bank syariah yang digunakan atau disalurkan dalam bentuk pembiayaan disalurkan dalam bentuk pembiayaan yang sudah sesuai dengan prinsip yang diyakini oleh pedagang di pasar masomba. Sedangkan nilai terkecil dari indikator persepsi “Saya menabung di bank syariah karena promosi dan informasinya lebih sering saya dapatkan di bandingkan promosi dan informasi bank konvensional.” Dimana pada indikator ini 40 orang atau sebesar 44% responden menjawab sangat setuju, 43 responden atau sebesar 48% menjawab setuju, 6 responden atau sebesar 7% menjawab tidak

setuju dan sisanya 1 orang atau sebesar 1% menjawab sangat tidak setuju, dari jawaban responden diperoleh nilai rata-rata sebesar 3,35 diasumsikan sangat baik, artinya pedagang di pasar masomba lebih sering mendapatkan informasi baik dari marketing maupun dari media digital tentang bank syariah dan produk produknya.

2. Analisis Bivariat

Berdasarkan data yang diperoleh dari kuesioner, dan ditabulasi, kemudian dianalisis dengan menggunakan SPSS for Windows Version 25, maka didapatkan hasil untuk pengujian *Chi Square dan Korelasi Product Moment* sebagai berikut:

Tabel 6 Hubungan antara Faktor Kebudayaan dengan Persepsi Masyarakat Dalam Menentukan Menabung di Bank Syariah atau di Bank Konvensional

Kebudayaan	Persepsi				Total		P = 0,024 r = 0,137
	Tidak Mempengaruhi		Mempengaruhi		N	%	
	N	%	N	%			
Tidak Mempengaruhi	2	6,9	27	93,1	29	100	
Mempengaruhi	1	1,6	60	98,4	61	100	
Total	3	3,3	87	96,7	90	100	

Tabel 6 diatas menunjukkan bahwa jumlah pedagang yang dipengaruhi oleh faktor kebudayaan dalam menentukan persepsi pilihan menabung antara di bank syariah atau di bank konvensional sebanyak 60 orang (98,4%), sedangkan pedagang yang tidak dipengaruhi oleh faktor kebudayaan dalam menentukan persepsi pilihan menabung antara di bank syariah atau di bank konvensional sebanyak 2 orang (6,9 %)

Hasil uji statistik dengan menggunakan uji chi-square diperoleh nilai P = 0,024 karena nilai < 0,05 maka Ho di tolak yang berarti ada hubungan signifikan antara faktor kebudayaan dengan persepsi masyarakat dalam menentukan menabung di bank syariah atau di bank konvensional. Untuk mengetahui kekuatan hubungan antara faktor kebudayaan dengan persepsi masyarakat dalam menentukan menabung di bank syariah atau di bank konvensional digunakan rumus *kendall's*



tau-b, diperoleh nilai 0,317 yang berarti keeratan hubungan rendah.

Tabel 7 Hubungan antara Faktor Sosial dengan Persepsi Masyarakat Dalam Menentukan Menabung di Bank Syariah atau di Bank Konvensional

Sosial	Persepsi				Total		P = 0,009 r = 0,227
	Tidak Mempengaruhi		Mempengaruhi		N	%	
	N	%	N	%			
Tidak Mempengaruhi	2	11,8	15	88,2	17	100	
Mempengaruhi	1	1,4	72	98,6	73	100	
Total	3	3,3	87	96,7	90	100	

Tabel 7 diatas menunjukkan bahwa jumlah pedagang yang dipengaruhi oleh faktor sosial dalam menentukan persepsi pilihan menabung antara di bank syariah atau di bank konvensional sebanyak 72 orang (98,6%), sedangkan pedagang yang tidak dipengaruhi oleh faktor sosial dalam menentukan persepsi pilihan menabung antara di bank syariah atau di bank konvensional sebanyak 2 orang (11,8 %).

Hasil uji statistik dengan menggunakan uji chi-square diperoleh nilai P = 0,090 karena nilai > 0,05 maka Ho diterima yang berarti tidak ada hubungan signifikan antara faktor sosial dengan persepsi masyarakat dalam menentukan menabung di bank syariah atau di bank konvensional. Untuk mengetahui kekuatan hubungan antara faktor sosial dengan persepsi masyarakat dalam menentukan menabung di bank syariah atau di bank konvensional digunakan rumus *kendall's tau-b*, diperoleh nilai 0,227 yang berarti keeratan hubungan rendah.

Tabel 8 Hubungan antara Faktor Ekonomi dengan Persepsi Masyarakat Dalam Menentukan Menabung di Bank Syariah atau di Bank Konvensional

Ekonomi	Persepsi				Total		P = 0,011 r = 0,447
	Tidak Mempengaruhi		Mempengaruhi		N	%	
	N	%	N	%			
Tidak Mempengaruhi	2	33,3	4	66,7	6	100	
Mempengaruhi	1	1,2	83	98,8	73	100	
Total	3	3,3	87	96,7	90	100	

Tabel 8 diatas menunjukkan bahwa jumlah pedagang yang dipengaruhi oleh faktor ekonomi dalam menentukan persepsi pilihan menabung antara di bank syariah atau di bank konvensional sebanyak 83 orang (98,8%), sedangkan pedagang yang tidak dipengaruhi oleh faktor ekonomi dalam menentukan persepsi pilihan menabung antara di bank syariah atau di bank konvensional sebanyak 2 orang (33,3 %).

Hasil uji statistik dengan menggunakan uji chi-square diperoleh nilai P = 0,011 karena nilai < 0,05 maka Ho ditolak yang berarti Ada hubungan signifikan antara faktor ekonomi dengan persepsi masyarakat dalam menentukan menabung di Bank Syariah atau di bank Konvensional. Untuk mengetahui kekuatan hubungan antara faktor ekonomi dengan persepsi masyarakat dalam menentukan pilihan menabung di bank syariah atau di bank konvensional digunakan rumus *kendall's tau-b*, diperoleh nilai 0,447 yang berarti keeratan hubungan sedang.

Tabel 9 Hubungan antara Faktor Psikologis dengan Persepsi Masyarakat Dalam Menentukan Menabung di Bank Syariah atau di Bank Konvensional

Psikologis	Persepsi				Total		P = 0,002 r = 0,655
	Tidak Mempengaruhi		Mempengaruhi		N	%	
	N	%	N	%			
Tidak Mempengaruhi	2	66,7	1	33,3	3	100	
Mempengaruhi	1	1,1	86	98,9	87	100	
Total	3	3,3	87	96,7	90	100	

Tabel 9 diatas menunjukkan bahwa jumlah pedagang yang dipengaruhi oleh faktor psikologis dalam menentukan persepsi pilihan menabung antara di bank syariah atau di bank konvensional sebanyak 86 orang (98,9%), sedangkan pedagang yang tidak dipengaruhi oleh faktor Psikologis dalam menentukan persepsi pilihan menabungnya antara di bank syariah atau di bank konvensional sebanyak 2 orang (66,7 %).



Hasil uji statistik dengan menggunakan uji chi-square diperoleh nilai $P = 0,002$ karena nilai $< 0,05$ maka H_0 ditolak yang berarti Ada hubungan signifikan antara Faktor psikologis dengan persepsi masyarakat dalam menentukan pilihan menabung di Bank Syariah atau di bank Konvensional. Untuk mengetahui kekuatan hubungan antara faktor psikologis dengan persepsi masyarakat dalam menentukan pilihan menabung di bank syariah atau di bank konvensional digunakan rumus *kendall's tau-b*, diperoleh nilai 0,655 yang berarti keeratan hubungan kuat

PEMBAHASAN

4.3.1. Hubungan Faktor Kebudayaan Dengan Persepsi Masyarakat Dalam Menentukan Pilihan Menabung Antara Bank Syariah Dan Bank Konvensional.

Berdasarkan analisis hasil uji *chi square* dan korelasi *kendall's tau-b* diketahui bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara variabel faktor kebudayaan dengan persepsi masyarakat khususnya pedagang di pasar masomba dalam menentukan pilihan menabungnya, hal ini mengindikasikan bahwa pedagang di pasar masomba dalam menentukan preferensi pilihan menabungnya baik itu di bank syariah maupun di bank konvensional dipengaruhi oleh faktor kebudayaan. Budaya memiliki pengaruh besar pada cara pandang dan persepsi pedagang yang ada di pasar masomba pada hal-hal yang dia lihat, rasakan dan alami.

Hal ini bisa dilihat dimana bank syariah maupun bank konvensional sebagian besar keberadaannya yang berada disekitar pasar masomba nilai-nilai moral dan etika suatu masyarakat bervariasi, bergantung pada budaya yang memberikan masyarakat tersebut suatu pengertian yang diterima secara luas dan mutlak dikelompoknya. Melalui nilai-nilai budaya itulah pedagang akan menilai dan mempersepsikan sesuatu sebagai sesuatu yang salah atau sebagai sesuatu yang benar menurut budaya yang di yakini. Hasil penelitian ini

mendukung penelitian yang pernah dilakukan oleh Gylan Wahyu Pratama, P.W. Agung Diponegoro (2017) dan Niken Larasati (2015) bahwa, budaya, dan kepercayaan berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Dengan demikian hasil penelitian ini mendukung hasil penelitian sebelumnya

4.3.2. Hubungan Faktor Sosial Dengan Persepsi Masyarakat Dalam Menentukan Pilihan Menabung Antara Bank Syariah Dan Bank Konvensional

Berdasarkan analisis hasil uji *chi square* dan korelasi *kendall's tau-b* diketahui bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara variabel faktor sosial dengan persepsi masyarakat khususnya pedagang di pasar masomba dalam menentukan pilihan menabungnya, hal ini mengindikasikan bahwa pedagang di pasar masomba dalam menentukan preferensi pilihan menabungnya baik itu di bank syariah maupun di bank konvensional dipengaruhi oleh faktor sosial. bagi masyarakat dalam menabung di bank, baik itu di bank syariah maupun di bank konvensional berdasarkan Kelompok referensi yang mencakup kelompok-kelompok yang memberikan pengaruh langsung atau tidak langsung terhadap sikap dan perilaku seseorang, anggota keluarga dapat memberikan pengaruh yang kuat terhadap perilaku pembeli serta peranan dan status yang dimana kedudukan seseorang dalam setiap kelompok dapat dijelaskan dalam pengertian peranan dan status. Setiap peranan membawa satu status yang mencerminkan penghargaan umum oleh masyarakatnya.

Menurut penelitian Sulfitriyati (2018) dalam "faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah dalam memilih bank syariah di kota Banda Aceh". Faktor sosial merupakan faktor pertama terkait dengan sejumlah indikator yang menunjukkan bahwa faktor sosial berpengaruh terhadap keputusan masyarakat Banda Aceh memilih bank syariah, dalam hal ini penulis memasukkan faktor sosial pada penelitian ini.



4.3.3. Hubungan Faktor Ekonomi Dengan Persepsi Masyarakat Dalam Menentukan Pilihan Menabung Antara Bank Syariah Dan Bank Konvensional.

Berdasarkan analisis hasil uji *chi square* dan korelasi *kendall's tau-b* diketahui bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara variabel faktor kebudayaan dengan persepsi masyarakat khususnya pedagang di pasar masomba dalam menentukan pilihan menabungnya, hal ini mengindikasikan bahwa pedagang di pasar masomba dalam menentukan preferensi pilihan menabungnya baik itu di bank syariah maupun di bank konvensional dipengaruhi oleh faktor ekonomi. Hal ini terlihat dari pilihan produk tabungan pedagang masomba dimana jika pilihan seseorang terhadap pilihan menabungnya akan berubah-ubah sesuai dengan usianya. Demikian halnya dengan selera seseorang yang berhubungan dengan usianya. Selain jenis kegiatan pedagang dengan adanya kelompok-kelompok pedagang, bank syariah dan konvensional dapat menciptakan produk sesuai dengan kebutuhan kelompok pedagang di pasar masomba. Keadaan ekonomi pedagang dapat dilihat dari tingkat pendapatan yang dapat berpengaruh terhadap pilihan menabungnya.

Hasil penelitian ini didukung penelitian yang pernah dilakukan oleh Banowati dan Saleh (2018) tentang faktor-faktor yang mempengaruhi niat menabung di bank syariah oleh dimana faktor ekonomi merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi persepsi menabung.

4.3.4. Hubungan Faktor Psikologis dengan Persepsi Masyarakat Dalam Menentukan Pilihan Menabung Antara Bank Syariah Dan Bank Konvensional .

Berdasarkan analisis hasil uji *chi square* dan korelasi *kendall's tau-b* diketahui bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara variabel faktor sosial dengan persepsi masyarakat khususnya pedagang di

pasar masomba dalam menentukan pilihan menabungnya, hal ini mengindikasikan bahwa pedagang di pasar masomba dalam menentukan preferensi pilihan menabungnya baik itu di bank syariah maupun di bank konvensional dipengaruhi oleh faktor Psikologis.

Hasil penelitian terhadap nasabah dapat disimpulkan bahwa psikologis menjadi salah satu faktor keputusan nasabah dalam menentukan pilihan menabung antara Bank Syariah dan Konvensional. Nasabah memilih menabung di bank antara bank Syariah dan Bank Konvensional karena adanya motivasi dalam dirinya yang dapat memenuhi kebutuhannya. Persepsi dan belajar menjadi pertimbangan nasabah misalnya nasabah pernah melihat promosi mengenai bank tersebut baik di televisi atau media lainnya.

Menurut Kotler dan Keller (2009) salah satu faktor yang mempengaruhi minat adalah faktor psikologi yang didalamnya terdapat persepsi. Pada penelitian ini teori tersebut adalah terbukti, yakni persepsi masyarakat tentang perbankan syariah berpengaruh positif terhadap minat menabung di bank syariah bank syariah, sehingga persepsi masyarakat tentang perbankan syariah perlu ditingkatkan berdasarkan penginderaan, atensi (perhatian), dan interpretasi.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan dari penelitian ini maka dapat ditarik kesimpulan bahwa :

1. Faktor Kebudayaan memiliki hubungan yang signifikan terhadap persepsi pedagang dalam menentukan pilihan menabung di Bank Syariah atau di Bank Konvensional.
2. Faktor Sosial memiliki hubungan yang signifikan terhadap persepsi pedagang dalam menentukan pilihan menabung di Bank Syariah atau di Bank Konvensional.



3. Faktor ekonomi memiliki hubungan yang signifikan terhadap persepsi pedagang dalam menentukan pilihan menabung di Bank Syariah atau di Bank Konvensional.
4. Faktor psikologis memiliki hubungan yang signifikan terhadap persepsi pedagang dalam menentukan pilihan menabung di Bank Syariah atau di Bank Konvensional.

Saran

Berdasarkan kesimpulan yang telah di sampaikan sebelumnya berikut di sampaikan beberapa saran dan masukan kepada bank syariah dan bank konvensional :

1. Faktor Kebudayaan, bank syariah maupun bank konvensional sebaiknya lebih memperkenalkan produknya di lingkungan pedagang pasar masomba.
2. Faktor sosial, sebaiknya bank syariah dan konvensional dalam memasarkan produk tabungannya dimulai dari lingkungan keluarga pedagang pasar masomba.
3. Faktor Ekonomi, sebaiknya Bank syariah dan bank konvensional menawarkan produk tabungan yang sesuai dengan kebutuhan usaha pedagang pasar dilingkungan pasar masomba.
4. Faktor Psikologis sebaiknya bank syariah dan bank konvensional menciptakan produk yang memberikan rasa aman dan kepercayaan kepada pedagang dilingkungan pasar Masomba.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Banowati, M dan Sholeh, M., 2018, Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Niat Menabung di Bank Syariah. *Jurnal Ekonomi dan Pendidikan*, Vol 15 No 1
- [2] Drumond, Helga., 2003, Metode Penelitian Bisnis, Jilid I, Edisi kelima, Erlangga, Jakarta.
- [3] Gylan Wahyu Pratama, P. W. Agung Diponegoro, 2017, Faktor-Faktor Yang Berpengaruh Terhadap Keputusan Pembelian Produk Obat Herbal Di Istana Herbal Surakarta. *Jurnal Penelitian Dan*

Kajian Ilmiah Fakultas Ekonomi Universitas Surakarta.

- [4] Hair, Jr *et.al*, 2010, *Multivariate Data Analysis*, 7th ed, Pearson, United States
- [5] Kotler, Philip, dan Armstrong, Garry., 2005, *Dasar - Dasar Pemasaran*, Prenhallindo, Jakarta.
- [6] Kotler, Philip and Keller, Kevin.L., 2009, *Marketing Management .13/E* : Prentice Hall.
- [7] Larasati, Niken., 2015, Analisis Faktor Faktor Yang Mempengaruh Perilaku Konsumen Dalam Keputusan Pembelian Produk Herbal Di Pt Citra Nusa Insan Cermelang Kediri, *Skripsi* Program Sarjana Universitas Nusantara PGRI Kediri.
- [8] Mahmudah, A., 2006. Persepsi Mahasiswa Akuntansi terhadap Karakteristik, Users, Akuntabilitas, Aktivitas Bisnis Perbankan Syariah. *Skripsi* Program Sarjana Univ. Muhammadiyah, Surakarta
- [9] Prasetyo, R dan Ihalauw, J. 2005, *Perilaku Konsumen*, Andi Offset, Yogyakarta
- [10] Sulfitriyati. Nailufar, Fanny., 2018, Faktor-faktor Yang Mempengaruh Keputusan Nasabah Dalam Memilih Bank Syariah. *Jurnal Ihtiyath*. Vol, 2. No.1. 15
- [11] Sumarwan, Ujang. 2003. *Perilaku Konsumen : Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*, Cetakan Pertama, Ghalia Indonesia, Jakarta.
- [12] Tjiptono, Fandy, 1997, *Strategi Pemasaran*, Andi Offset, Yogyakarta.
- [13] Young, K., 1956, *Social Psychology*, McGraw-Hill Publiser, New York.