

Analisis Komparatif Minat Mahasiswa Akuntansi menjadi Pengguna Bank Syariah dan Bank Konvensional

Astika Mayra T.^{1*}, Astika Mayra T.², Beta Gubinata T.³
¹²³Universitas Negeri Malang

*astika.mayra.1804216@students.um.ac.id

Abstrak

Pentingnya peran mahasiswa dalam dunia perbankan, karena mahasiswa termasuk generasi muda yang setiap kegiatannya memerlukan layanan perbankan. Hal ini menjadikan setiap perbankan ingin berkembang terus guna meningkatkan minat mahasiswa untuk menjadi pengguna layanannya. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan data wawancara pada mahasiswa Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Malang. Hasil dari penelitian ini mengungkapkan bahwa terdapat perbedaan minat mahasiswa Akuntansi dalam menjadi pengguna perbankan syariah dan konvensional. Perbedaan tersebut yaitu mengenai faktor pengetahuan mahasiswa, promosi dan aksesibilitas perbankan.

Kata kunci : Minat Mahasiswa Akuntansi, Pengguna Perbankan.

Abstract

The importance of the role of students in the banking world, because students are part of the younger generation whose activities require banking services. This makes every bank want to continue to develop in order to increase student interest in becoming users of its services. This study uses qualitative methods with interview data on Accounting students, Faculty of Economics, State University of Malang. The results of this study reveal that there are differences in the interest of Accounting students in becoming users of Islamic and conventional banking. The difference is regarding the factors of student knowledge, promotion and banking accessibility.

Keywords: Accounting Student Interest, Banking Users

PENDAHULUAN

Tajamnya pertumbuhan dalam dunia perbankan menjadikan persaingan antar bank menjadi lebih ketat. Persaingan tersebut menjadikan bank memikirkan bagaimana cara mempertahankan ataupun menarik nasabah secara maksimal. Saat ini hampir segala kegiatan keuangan dilakukan melalui perbankan. Di Indonesia tidak hanya memiliki bank konvensional saja, ada juga bank syariah yang beroperasi menurut prinsip Islam dapat menjadi alternatif masyarakat dalam memperoleh jasa perbankan. Reaksi masyarakat muncul dari berbagai faktor, membutuhkan pertimbangan ketika mengambil keputusan. Diantara struktur tingkatan masyarakat, mahasiswa juga berperan menjadi pengguna layanan perbankan. Tak dipungkiri bahwa mahasiswa yang menjadi generasi milenial pasti menggunakan jasa perbankan diantaranya tabungan atau mobile banking. Selain itu, hampir segala kegiatan administrasi pembayaran kuliah juga melalui jasa perbankan. Menurut Baidhowi (2021), perilaku pelanggan di era digital sangat menginginkan bisnis mereka menjadi lebih cepat, lebih aman dan juga menghemat waktu. Nasabah lebih menyukai transaksi yang tidak dibatasi oleh tempat dan waktu. Hal itu dapat menumbuhkan minat para pelanggan khususnya mahasiswa dalam memilih menjadi nasabah perbankan. Menurut (Azis dan Hendrastyo, 2019), minat menabung dapat dipengaruhi oleh promosi yang dilakukan oleh pihak bank. Selain dari promosi, pengetahuan mengenai perbankan juga berpengaruh pada minat mahasiswa dalam preferensi

perbankan (Fathurrahman dan Azizah, 2018). Pengetahuan berupa informasi terkait diperlukan, agar dapat menyesuaikan kebutuhan atau keinginan sebelum memutuskan model jasa bank yang akan digunakan. Aksesibilitas juga berpengaruh dalam minat mahasiswa untuk menjadi nasabah perbankan. Mudahnya lokasi dan pelayanan bank dapat membantu pemenuhan kebutuhan nasabah (Saud, et. al. 2018). Menurut Syaibuan (2018) sependapat dengan Abdul Latief (2018) bahwa minat menabung secara signifikan dipengaruhi lokasi atau tempat dan pelayanan. Berdasarkan paparan tersebut, peneliti bermaksud membandingkan bagaimana minat mahasiswa akuntansi untuk menjadi pengguna bank syariah dan bank konvensional serta diharapkan dapat menemukan faktor lain yang menjadi pengaruh nasabah dalam menentukan penggunaan jasa bank konvensional atau bank syariah.

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Peneliti menggunakan pendekatan kualitatif, yang mana peneliti mencoba untuk mengembangkan teori yang ada kemudian didasarkan pada data yang telah dikumpulkan dan dianalisis secara sistematis. Dalam buku *Qualitative Research in Business & Management* karya Myers (2013) disebutkan bahwa salah satu manfaat utama ketika menggunakan penelitian kualitatif adalah memungkinkan peneliti untuk melihat dan memahami konteks dari suatu tindakan berlangsung. Karena sering kali dijumpai bahwa dalam suatu keputusan dan tindakan yang dilakukan oleh manusia hanya dapat dipahami dalam konteks dan konteks tersebut akan membantu menjelaskan mengapa seseorang tersebut bertindak seperti itu. Pada penelitian ini, peneliti mencari konteks terkait seseorang yang menggunakan layanan Bank Syariah dan Bank Konvensional serta alasannya menggunakan layanan bank tersebut.

Objek Penelitian

Objek penelitian adalah seluruh mahasiswa jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Malang yang menggunakan jasa layanan Bank Syariah dan atau Bank Konvensional. Dari keseluruhan mahasiswa tersebut kami menggunakan metode sampel dengan besaran jumlah sampel sebanyak 7 orang.

Jenis dan Sumber Data

Sumber data dalam penelitian menggunakan data primer dan data sekunder. Data primer merupakan data yang didapatkan oleh peneliti langsung dari responden dan informan. Responden dan informan ini hampir sama, perbedaannya adalah responden memberikan data terkait berbagai macam sebab dari perasaan, persepsi, kebiasaan atau juga motif tertentu. Sedangkan informan sumber data yang diberikan berhubungan dengan pihak ketiga dan informasi yang diberikan berupa gejala umum. Dalam penelitian ini data primer didapatkan dari hasil wawancara.

Metode Pengumpulan Data

Pengumpulan data dilakukan dengan mengumpulkan berbagai informasi yang diperoleh dengan metode wawancara dan dokumentasi. Wawancara dilakukan untuk menggali data dan mengumpulkan data untuk mendapatkan dua kelompok jawaban yang dari pengguna layanan Bank Syariah dan bank Konvensional.

Analisis Data

Analisis yang digunakan adalah analisis komparatif dengan membandingkan antara persamaan dan perbedaan dari data hasil wawancara terkait fakta-fakta yang ada pada pelayanan Bank Syariah dan Bank Konvensional.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengetahuan Perbankan Syariah dan Konvensional

Keseluruhan responden menjawab yang mereka ketahui bank konvensional adalah bank yang dalam kegiatan operasionalnya konvensional seperti biasa sesuai prosedur bank dengan ketentuan perbankan yang berlaku menerapkan sistem bunga ditetapkan dan laba, menggunakan prinsip perbankan secara umum. Sedangkan bank syariah adalah bank yang menjalankan kegiatan operasionalnya berdasarkan prinsip islam atau syariah dan ketentuan perbankan yang berlaku, terdapat berbagai macam akad atau perjanjian untuk ketentuan yg berlaku ditetapkan di awal dan keuntungan dikelola dengan sistem bagi hasil karena tidak memperbolehkan sesuatu hal yang riba. Perbedaan kedua perbankan tersebut dari perlakuan sistem, fungsi dan kegiatan bank, prinsip dasar. Di bank syariah hanya melakukan transaksi yang halal seperti terdapat margin keuntungan, profit dan falah oriented, user of real funds dan memiliki dewan pengawas syariah. Bank konvensional lebih mengutamakan keuntungan pada semua macam transaksi yang ada.

Dapat dilihat dari hasil wawancara bahwa mahasiswa akuntansi terbilang sudah memahami garis besar perbankan syariah dan konvensional. Didukung penjelasan Siti Nurhasanah, A. Sobandi dalam jurnal nasional yang ditulis, Bergin menyebutkan bahwa terdapat konsep minat individu yang timbul berdasarkan pengetahuan, emosi, pengalaman pribadi yang sudah ada, dan merupakan keinginan dari dalam diri untuk memahami sehingga menimbulkan pengalaman baru dan minat situasional menurut Alexander timbul secara spontan, sementara, adanya rasa ingin tahu terinspirasi atau dipengaruhi lingkungan.

Promosi

Menurut hasil wawancara para responden mengatakan perbankan perlu melakukan promosi dikarenakan terkadang masyarakat kurang mengetahui tentang kegiatan, transaksi, produk atau layanan pada bank tersebut. Promosi telah menjadi bagian penting dari pemasaran untuk menyampaikan program yang dimiliki bank dengan baik, selain itu agar target pemasaran perbankan dapat tercapai. Semisal membuat iklan di media yang sekarang sering digunakan melalui ig, tiktok, youtube, dan televisi. Terlebih mengingat peminat bank syariah di masyarakat masih minim sementara di Indonesia justru mayoritas penduduk muslim, seharusnya lebih tinggi. Perlu edukasi untuk mengenalkan juga khususnya para generasi muda untuk bisa menerima hal baru, untuk meningkatkan minat menggunakan bank syariah. Sudah banyak diadakan webinar tentang keuangan syariah maupun konvensional tetapi kembali lagi pada kesadaran dari masyarakat. Bila tidak timbul rasa penasaran dan kemauan belajar maka tidak akan tahu. Pengadaan CSR dalam rangka meningkatkan citra melalui beasiswa juga bisa dikatakan bentuk promosi agar lebih dikenal masyarakat luas. Informasi juga tersedia banyak di internet dan lain sebagainya. Meski bank syariah telah berkembang dan telah banyak pengguna bank konvensional pun harus sering melakukan promosi atau menawarkan hal baru yang ada. Kemungkinan memunculkan ketertarikan, mungkin selanjutnya akan bertanya ke pihak bank tersebut tentang keunggulannya secara mendalam. Seperti gambaran bank syariah dengan ajaran yang dipercaya mengharamkan adanya riba identik di bank konvensional. Jika ada kesempatan mempelajari, mungkin akan memilih menggunakan bank syariah. Salah satu responden menyatakan berminat menjadi nasabah yang memang dari awal bank syariah contoh Bank Muamalat, karena lebih meyakinkan dan berpendapat kalau bank syariah cabang konvensional tidak ada bedanya.

Dapat diketahui dari beberapa pernyataan responden, promosi suatu perbankan berpengaruh pada minat mahasiswa menggunakan bank konvensional atau bank syariah.

Aksesibilitas Perbankan

Berdasarkan hasil wawancara, kemudahan proses pencapaian lokasi dan layanan untuk memenuhi kebutuhan bidang keuangan di perbankan akan menjadi pertimbangan (membuat berpikir sebelum menggunakan) bagi mahasiswa dalam memilih bank konvensional atau bank syariah. Perbandingan responden lebih mudah menggunakan bank konvensional dengan layanan transaksi seperti pembayaran, transfer. Meski ada yang mengatakan lokasi belum tentu dipertimbangkan, karena saat ini belum pernah mencoba layanan bank syariah. Jadi tidak tahu persis bagaimana kemudahan yang diberikan oleh bank syariah. Apabila telah memiliki nama atau kepercayaan pada masyarakat sendiri meski jauh bukan menjadi masalah. Seperti di desa belum semua bank menjangkau apalagi bank menjadi salah satu alasan memutuskan tidak membuat rekening di bank syariah. ATM juga sangat dibutuhkan, kalau susah dijangkau akan mengurangi minat masyarakat di bank tersebut. Saat ini zaman transaksi menggunakan e-wallet, yang banyak memberikan fasilitas e-money itu bank konvensional. Lokasi bank konvensional lebih banyak tersebar hingga ke daerah, mudah dijangkau daripada bank syariah. Mayoritas sistem pembayaran banyak bank konvensional dibanding bank syariah. Contoh fasilitas baru m-banking pembukaan rekening online pionirnya masih dari bank konvensional. Lokasi bank baik kantor maupun ATM mempengaruhi minat untuk menjadi nasabah bank tersebut. Untuk penggunaan di bank syariah perlu paham istilah seperti wadiah, mudharabah, syirkah, wakalah, dan lain sebagainya. Umumnya sudah banyak tahu yang ada di bank konvensional. Jika bank syariah, layanan yang paling menarik tabungan, pembiayaan, dan pendaftaran haji.

KESIMPULAN

Dari paparan hasil tersebut, dapat disimpulkan bahwa mahasiswa Akuntansi telah memiliki pengetahuan terkait bank konvensional dan bank syariah, mahasiswa juga mengetahui perbedaan antara bank syariah dan bank konvensional. Minat mahasiswa Akuntansi menjadi pengguna Perbankan baik bank syariah maupun bank konvensional juga dilihat dari bagaimana promosi perbankan tersebut, selain itu pengetahuan dari para mahasiswa juga bisa menjadi faktor mahasiswa untuk menjadi pengguna perbankan syariah dan perbankan konvensional. Dan berdasarkan hasil wawancara, yang menjadi faktor utama yaitu aksesibilitas dari kedua perbankan tersebut. Diketahui bahwa saat ini perbankan konvensional lebih memenuhi aspek aksesibilitas dibandingkan perbankan syariah. Dan dengan itu dapat menjadi motivasi bagi perbankan syariah dalam memenuhi aspek aksesibilitasnya.

REFERENCES

- Ardiansyah, R., Sjahrudin, H., Themba, O. S., dan Tenriola, A. (2021). Kontribusi tingkat religiusitas dan promosi terhadap minat masyarakat menjadi nasabah tabungan. *NIAGAWAN*, 10(1), 21–29 . doi:<https://doi.org/10.24114/niaga.v10i1.21115>
- Azis, M. (2018). Perbandingan Kualitas Layanan Antara Bank Syariah dengan Bank Konvensional Ditinjau dari Kepuasan Nasabah di Kabupaten Pacitan. *ACTIVA: Jurnal Ekonomi Syariah*, 1(2), 97-108. Retrieved from <https://jurnal.stitnualhikmah.ac.id/index.php/activa/article/view/327>
- Cahyani, P. D. (2016). Tingkat kepuasan nasabah terhadap kualitas layanan perbankan syariah di Yogyakarta. *Jurnal Bisnis dan Manajemen*, 6(2), 151–162. doi:<https://doi.org/10.15408/ess.v6i2.3570>

- Hikmah, H. (2018). Analisis Komparatif Kualitas Pelayanan Bank Syariah dan Bank Konvensional di Kota Batam. *Jurnal Akrab Juara*, 3(1), 29-39. Retrieved from <http://akrabjuara.com/index.php/akrabjuara/article/view/83>
- Makmur, M. R., Zulfita, Alimusa, L. O., & Sukotjo, E. (2021). Analisis Faktor-Faktor yang Mendorong Nasabah Brand Switching Bank Konvensional ke Bank Syariah Mandiri Kendari. *Jurnal Indonesia Sosial Teknologi*, 2(2), 220–230. doi:<https://doi.org/10.36418/jist.v2i2.86>
- Muhajirin & Panorama, M. (2017). *Pendekatan Praktis: Metode Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif*. Yogyakarta: Idea Press Yogyakarta
- Myers, M. D. (2013). *Qualitative Research in Business & Management*. SAGE
- Nurhasanah, S. & Sibandi, A. (2016). Minat Belajar Sebagai Determinan Hasil Belajar Siswa. *Jurnal Pendidikan Manajemen Perkantoran*, 1(1), 128–135. doi:<https://doi.org/10.17509/jpm.v1i1.3264>
- Patriana, E. & Nurismalatri. (2018). Analisis faktor penentu keputusan konsumen muslim dalam memilih jasa perbankan: Bank Syariah Vs Bank Konvensional. *Al-Masraf (Jurnal Lembaga Keuangan dan Perbankan)*, 3(1), 53-61.
- Saud, I. M., Teguh, I., & Nugraheni, P. (2018). Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Nasabah Perbankan Konvensional Beralih Ke Perbankan Syariah (Studi Empiris Pada Mahasiswa Perguruan Tinggi di D.I.Y). *InFestasi*, 14(2), 133-145. doi:<https://doi.org/10.21107/infestasi.v14i2.4858>