BAB V

PEMBAHASAN

A. Pengaruh Kegiatan Usaha Mahasiswa Terhadap Minat Menabung di Bank syariah

Berdasarkan hasil output statistik yang dikemukakan pada bab sebelumnya, di ketahui bahwa kegiatan usaha mahasiswa berpengaruh signifikan terhadap minat menabung di bank syariah. Hasil penelitian ini menunjukkan adanya pengaruh yang positif antara variabel kegiatan usaha mahasiswa dengan variabel minat menabung di bank syariah, hal ini berarti bahwa terjadi pengaruh antara kegiatan usaha mahasiswa dengan minat menabung di bank syariah. Dengan adanya pengaruh antara kegiatan usaha mahasiswa dengan minat menabung di lembaga keuangan syariah ini maka dapat diartikan bahwa kegiatan usaha mahasiswa merupakan salah satu faktor yang dapat mempengaruhi minat menabung di bank syariah. Karena dengan adanya kegiatan usaha mahasiswa otomatis mahasiswa mendapatkan pendapatan tambahan diluar uang saku yang diberikan oleh orang tuanya.

Dalam penelitian ini variabel kegiatan usaha mahasiswa merujuk pada pendapatan yang di dapatkan dari kegiatan usaha. Adanya pendapatan dari kegiatan usaha inilah yang mempengaruhi minat mahasiswa untuk menabung di bank syariah. hal ini juga didukung oleh teori yang dikemukakan Keynes yang menyebutkan bahwa konsumsi dipengaruhi pendapatan *disposable*. Pendapatan *disposable* yang di gunakan untuk menabung merupakan pendapatan yang tersisa karena tidak habis di gunakan untuk konsumsi.

Konsumsi dan tabungan memang saling mempengaruhi satu sama lain. Pendapatan disposable pada dasarnya di gunakan untuk memenuhi kebutuhan pengeluaran konsumsi dan sebagian lain di gunakan untuk menabung.

Penelitian yang mendukung penelitian ini adalah penelitian yang di lakukan oleh Desi⁶², dengan tujuan mengetahui pengaruh pendapatan, religiusitas, dan informasi terhadap intensi menabung di lembaga keuangan syariah pada kalangan santri mahasiswa PP. Wahid Hasyim di Sleman. Penelitian ini menggunakan metode penelitian asosiatif kausal. Dari hasil penelitian ini pengujian secara bersama-sama dari semua variabel menghasilkan secara bersama – sama pendapatan, religiusitas, dan informasi berpengaruh terhadap intense menabung di bank syariah pada kalangan santri mahasiswa PP. Wahid Hasyim, Sleman

Seperti yang telah dijelaskan di atas bahwa pada penelitian ini variabel kegiatan usaha mahasiswa memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap minat menabung. Variabel kegiatan usaha yang merujuk pada pendapatan usaha selaras dengan teori Keynes yang menyebutkan bahwa salah satu faktor pengaruh tabungan adalah pendapatan.

B. Pengaruh Pengetahuan Produk Tabungan Terhadap Minat Menabung di Bank syariah

Berdasarkan hasil output statistik yang telah dikemukakan di bab sebelumnya terlihat bahwa pengetahuan produk tabungan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap minat menabung di bank syariah. Hasil

⁶² Desi Fatmawati, *Pengaruh Pendapatan, Religiusitas, dan Informasi Terhadap Intensi Menabung di Bank syariah Pada Kalangan Santri Mahasiswa PP. Wahid Hasyim di Sleman*, (Yogyakarta : Skripsi diterbitkan, 2015)

penelitian ini menunjukkan bahwa ada pengaruh yang positif antara variabel pengetahuan produk tabungan dengan variabel minat menabung di bank syariah. Semakin tinggi pengetahuan produk tabungan oleh mahasiswa maka semakin tinggi angka minat menabung di bank syariah, begitu pula sebaliknya.

Hasil penelitian yang mendukung penelitian ini adalah hasil penelitian yang dilakukan oleh Agung⁶³, dengan tujuan untuk mengetahui pengaruh pengetahuan mahasiswa tentang perbankan syariah terhadap minat menabung di perbankan syariah. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif, dari hasil penelitian ini dapat diketahui bahwa pengaruh pengetahuan mahasiswa berpengaruh positif terhadap minat menabung di perbankan syariah. Secara keseluruhan pengaruh pengetahuan mahasiswa berpengaruh positif terhadap keputusan minat menabung.

Hasil penelitian ini juga didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Nurmalia⁶⁴ dengan tujuan untuk mengetahui pengaruh pengetahuan produk tabungan dan nisbah bagi hasil terhadap keputusan menjadi nasabah di BMT Mentari Ngunut Tulungagung. Pada penelitian ini metode penelitian yang digunakan ialah metode penelitian kuantitatif dengan jenis analisis asosiatif. Hasil dari penelitian ini terlihat bahwa variabel pengetahuan produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menjadi nasabah di BMT Mentari Ngunut Tulungagung. Hasil serupa juga diperoleh dari uji pada

⁶³ Agung Sulisty R, *Pengaruh Pengetahuan Mahasiswa Tentang Perbankan Syariah Terhadap Minat Menabung di Perbankan Syariah Yogyakarta*, (Yogyakarta : Skripsi diterbitkan, 2009)

⁶⁴ Nurmalia Dewi, *Pengaruh Pengetahuan Produk Tabungan dan Nisbah Bagi Hasil Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah di BMT Mentari Ngunut Tulungagung*, (Tulungagung : skripsi diterbitkan, 2015)

variabel nisbah bagi hasil yang mana hasil uji pada variabel ini juga menunjukkan bahwa variabel nisbah bagi hasil berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menjadi nasabah di BMT Mentari Ngunut Tulungagung.

Hasil penelitian ini sesuai dengan teori yang dikemukakan oleh Buchari Alma dalam buku manajemen pemasaran dan pemasaran jasa yang menyebutkan bahwa promosi yang dilakukan terus menerus akan membuat pengetahuan masyarakat mengenai produk tabungan akan mengubah persepsi masyarakat dan ingatan masyarakat akan produk tabungan yang ditawarkan oleh lembaga keuangan akan semakin melekat sehingga akan meningkatkan minat menabung. Dengan adanya promosi yang dilakukan oleh bank syariah akan membuat masyarakat (mahasiswa) mengetahui lebih jauh mengenai produk tabungan yang ditawarkan bank kepada masyarakat (mahasiswa).

C. Pengaruh Nisbah Bagi Hasil Terhadap Minat Menabung di Bank syariah

Berdasarkan hasil output statistik yang telah dikemukakan di bab sebelumnya terlihat bahwa nisbah bagi hasil memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap minat menabung di bank syariah. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa ada pengaruh yang positif antara variabel nisbah bagi hasil dengan variabel minat menabung di bank syariah. Semakin tinggi nisbah bagi hasil yang ditawarkan oleh bank syariah maka semakin tinggi pula angka minat menabung di bank syariah, begitu pula sebaliknya.

Hasil penelitian ini sudah sesuai dengan teori yang dikemukakan oleh Buchari Alma dalam bukunya manajemen pemasaran dan pemasaran jasa.

Dalam bukunya Buchari Alma menyebutkan bahwa ada beberapa persepsi minat menabung yaitu diantaranya adalah tingkat suku bunga. Namun dalam penelitian ini tingkat suku bunga yang dikemukakan oleh Buchari Alma oleh peneliti diasumsikan menjadi tingkat bagi hasil, karena keduanya antara bunga maupun bagi hasil merupakan tingkat pendapatan tambahan yang diperoleh apabila seseorang menabungkan dananya di bank konvensional (untuk tingkat suku bunga) maupun di bank syariah (untuk nisbah bagi hasil)

Hasil dari penelitian ini diperkuat dengan penelitian yang dilakukan oleh Arif⁶⁵ dengan tujuan untuk mengetahui pengaruh persepsi atas bagi hasil dan bunga terhadap minat mahasiswa Widyatama menjadi nasabah bank syariah. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kuantitatif. Dari penelitian ini terlihat bahwa variabel persepsi bunga dan variabel persepsi bagi hasil memiliki pengaruh yang positif dengan minat mahasiswa Widyatama untuk menjadi nasabah di bank syariah.⁶⁶

Hasil penelitian lain yang memperkuat penelitian ini adalah penelitian yang dilakukan oleh Tatik⁶⁷ untuk mengetahui pengaruh produk, pelayanan, promosi, lokasi dan bagi hasil terhadap keputusan masyarakat memilih bank syariah. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian

⁶⁵ Arif Hidayat P, *Pengaruh Persepsi Atas Bagi Hasil dan Bunga Terhadap Minat Mahasiswa Widyatama Menjadi Nasabah Bank Syariah*, (Bandung : skripsi di terbitkan, 2010)

⁶⁶ Arif Hidayat P, *Pengaruh Persepsi Atas Bagi Hasil dan Bunga Terhadap Minat Mahasiswa Widyatama Menjadi Nasabah Bank Syariah*, (Bandung : Skripsi di terbitkan, 2010)

⁶⁷ Tatik Ernawati, *Pengaruh produk, pelayanan, promosi, lokasi dan bagi hasil terhadap keputusan masyarakat memilih bank syariah*, (Surakarta : Skripsi di terbitkan, 2015)

kuantitatif. Dalam penelitian yang dilakukan oleh Tatik ini diperoleh hasil bahwa variabel produk, pelayanan dan bagi hasil berpengaruh terhadap keputusan masyarakat untuk memilih bank syariah. Sedangkan untuk variabel promosi dan lokasi tidak berpengaruh terhadap keputusan masyarakat memilih bank syariah. Penelitian yang dilakukan oleh Tatik ini menyatakan bahwa bagi hasil berpengaruh terhadap keputusan masyarakat memilih bank syariah karena bagi hasil mampu bersaing dengan bank yang bersistem bunga, dan dengan sistem bagi hasil ini masyarakat merasa lebih nyaman dan puas sehingga keputusan masyarakat untuk memilih bank syariah semakin meningkat.

D. Pengaruh Kegiatan Usaha Mahasiswa, Pengetahuan Produk Tabungan dan Nisbah Bagi Hasil Terhadap Minat Menabung di Bank syariah

Kegiatan usaha mahasiswa, pengetahuan produk tabungan dan nisbah bagi hasil secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung di bank syariah. Hal ini berdasarkan pada uji F yang diperoleh nilai probabilitas yang lebih kecil dari taraf signifikansi maka disimpulkan bahwa menolak H_0 dan menerima H_a , yang berarti variabel kegiatan usaha mahasiswa, pengetahuan produk tabungan dan nisbah bagi hasil secara bersama –sama berpengaruh signifikan terhadap minat menabung di bank syariah.

Kemudian pada hasil output statistic pada bab sebelumnya diketahui bahwa F –hitung mempunyai nilai di atas F -Tabel, dengan diperoleh F -Hitung $>$ F -Tabel maka menolak H_0 dan menerima H_a yang artinya variabel kegiatan usaha mahasiswa, pengetahuan produk tabungan dan nisbah bagi hasil

berpengaruh secara signifikan bersama-sama terhadap minat menabung di bank syariah.

Hasil penelitian ini juga memiliki kesesuaian dengan penelitian yang dilakukan oleh Nurmala⁶⁸ dengan tujuan untuk mengetahui pengaruh pengetahuan produk tabungan dan nisbah bagi hasil terhadap keputusan menjadi nasabah di BMT Mentari Ngunut Tulungagung. Pada penelitian ini metode penelitian yang digunakan ialah metode penelitian kuantitatif dengan jenis analisis asosiatif. Hasil dari penelitian ini terlihat bahwa variabel pengetahuan produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menjadi nasabah di BMT Mentari Ngunut Tulungagung. Hasil serupa juga diperoleh dari uji pada variabel nisbah bagi hasil yang mana hasil uji pada variabel ini juga menunjukkan bahwa variabel nisbah bagi hasil berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menjadi nasabah di BMT Mentari Ngunut Tulungagung.

Hasil yang diperoleh dari penelitian yang dilakukan oleh Atanasius⁶⁹ dengan tujuan untuk mengetahui pengaruh bagi hasil, promosi dan kualitas pelayanan terhadap keputusan penggunaan jasa perbankan syariah tabungan mudarabah. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif. Dalam penelitian yang dilakukan oleh Atanasius ini semua variabel independen (X) mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap variabel dependen

⁶⁸ Nurmala Dewi, *Pengaruh Pengetahuan Produk Tabungan dan Nisbah Bagi Hasil Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah di BMT Mentari Ngunut Tulungagung*, (Tulungagung : skripsi diterbitkan, 2015)

⁶⁹ Atanasius Hardian P. *Pengaruh Bagi Hasil, Promosi, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Penggunaan Jasa Perbankan Syariah Tabungan Mudarabah*, (Yogyakarta : skripsi di terbitkan, 2015)

(Y). Hal ini berarti apabila variabel bagi hasil, promosi dan kualitas pelayanan mengalami peningkatan maka keputusan masyarakat untuk menggunakan jasa perbankan syariah yaitu tabungan mudarabah juga akan semakin meningkat.