

Persepsi Generasi Milenial Terhadap Produk Lembaga Keuangan Perbankan Syariah Di Kota Jambi

Lidya Anggraeni

UIN Sulthan Thaha Saifuddin Jambi, lidyaanggraeni@uinjambi.ac.id

ABSTRACT

This research refers to the people of Jambi City, especially the millennial generation, the millennial generation is considered the middle generation who is mature and literate in terms of technological developments so that it is expected to represent the views of the people in Jambi City. This study looks at the influence of the millennial generation's perceptions and preferences on Islamic banking financial institution products and how the millennial generation's perceptions and preferences in determining Islamic banking financial institution products. Initial observations found that almost 90% of the people in Jambi City, especially the millennial generation, have accounts with conventional banks. Service quality and promotion are important factors in changing the perceptions and preferences of the millennial generation towards Islamic banking financial institution products. This study uses a quantitative descriptive approach, using multiple linear regression analysis, the number of respondents is 150 people. The results of the study explain that perceptions and preferences have a significant effect partially and simultaneously. The results of the questionnaire distributed to the millennial generation revealed that the lack of information obtained by the millennial generation on the products and services of financial institutions and the inadequate ATM and EDC facilities when shopping, so that the thing that can change the perceptions and preferences of the millennial generation towards Islamic financial institutions is to always carry out socialization. , improve service quality and provide information on Islamic banking products and provide convenience in conducting transactions in the current digital era.

Keyword: Perception, Preference, Islamic Banking

PENDAHULUAN

Generasi milenial yang lahir tahun 1980-1995 dan lebih melekat dengan label generasi Y merupakan pembeda dari generasi yang lahir sebelumnya ataupun sesudahnya merupakan generasi muda penuh semangat, aktif, kreatif, sangat sadar lingkungan, dan orientasi pada tim di kegiatan apapun. Hal yang paling unik dari generasi ini yakni generasi ini merupakan generasi pertengahan dengan penguasaan teknologi mereka dianggap mampu memenuhi dunia kerja dengan beragam tantangan era digital saat ini (DeVaney, 2015; Ismail & Lu, 2014). Generasi milenial dapat menjadi ujung tombak dalam pergerakan ekonomi digital, hal ini tergambar dari pemahaman generasi ini dalam berbagai perkembangan teknologi. Perbedaan generasi ini dengan generasi sebelumnya dan sesudahnya yakni generasi X dan generasi Baby Boomer yaitu sebagian milenial telah kuliah memperoleh gelar sarjana dan bekerja sementara itu generasi Baby Boomer saat ini telah memasuki usia pensiun. Generasi milenial merupakan

generasi pertama yang tumbuh dengan transisi akses manfaat dari internet yang menguatkan pandangan generasi ini terhadap teknologi, komunikasi dan lain sebagainya.

Saat ini Bank Syariah yang merupakan lembaga keuangan mampu berperan penting dalam layanan industri jasa perbankan. Sejarah lahirnya Bank Syariah yang menjadi bagian dari lembaga keuangan pada dasarnya telah ditetapkan sejak lama dalam alqur'an dan hadist dan telah mengalami dinamika yang cukup berat sepanjang perjalanannya diawal abad ke 14. Akan tetapi di abad ke 20 barulah mulai terbentuk jaringan layanan global Bank Syariah (Doraisamy et al., 2011). Dimasa pandemi perbankan syariah berupaya meningkatkan kualitas dan kuantitas pelayanannya dengan membidik para generasi yang melek terhadap teknologi sebagai sasaran utama pasar. Jika digambarkan dalam grafik berikut ini perkembangan pertumbuhan bisnis perbankan syariah dimasa pandemic.



Grafik 1. Pertumbuhan aset dan dana pihak ketiga (Sumber : Laporan Perkembangan Keuangan Syariah (*Laporan Perkembangan Keuangan Syariah Indonesia 2021*, n.d.)

Pertumbuhan aset dan produk perbankan syariah dinilai masih menunjukkan performa cukup baik, jika dilihat dalam grafik 1 maka dapat dijelaskan bahwa pertumbuhan aset perbankan syariah di tahun 2021 lebih tinggi dibandingkan perbankan konvensional, perkembangan produk perbankan syariah seperti produk simpanan dan pembiayaan dinilai juga cukup stabil dengan market share yang terus mengalami perbaikan ini dapat dikatakan bahwa saat ini layanan perbankan syariah sudah semakin dipercaya oleh masyarakat (Laporan Perkembangan Keuangan Syariah Indonesia 2021, n.d.). Persepsi merupakan proses pemahaman atas suatu objek dan peristiwa yang diperoleh dari mencerna suatu informasi. Persepsi generasi millennial pada produk bank syariah masih sebatas pemahaman akan penggunaan lalu lintas uang. Generasi ini memiliki beragam persepsi dengan anggapan bahwa dengan menggunakan produk yang dihasilkan dari keuangan syariah maka mereka telah menjalankan syariat islam dengan baik karena telah terbebas dari riba (Rahmawaty, 2014; Rusdianto & Ibrahim, 2016).

Perkembangan penduduk di Kota Jambi pada tahun 2018 berada di angka 598.103 jiwa dengan jumlah penduduk yang berada di usia 20-34 tahun sebesar 158.277 jiwa, sementara itu perkembangan penduduk dalam Kota Jambi pada tahun 2020 berjumlah 606.200 Jiwa dengan catatan angka penduduk di Usia 20-44 Tahun berjumlah 245.047 Jiwa (BPS, 2021). Maka dari itu tujuan penelitian ini adalah Mendeskripsikan dan menganalisis persepsi generasi milenial terhadap produk keuangan syariah di kota Jambi, serta menghitung dan menganalisis hubungan antara persepsi generasi milenial dengan produk keuangan syariah di kota Jambi

TINJAUAN PUSTAKA

Perbankan Syariah

Tahun 2008 lembaga keuangan perbankan syariah mengalami suatu perkembangan yang pesat karena adanya UU 21 tahun 2008. Lahirnya undang-undang tersebut beriringan dengan tujuan dari pembangunan nasional dalam rangka mewujudkan masyarakat yang sejahtera. Seiring dengan perkembangan islam itu sendiri yang sangat besar di Indonesia maka pergerakan perekonomian seringkali dihubung-hubungkan dengan konsep keislaman. Hal ini menjadikan alasan bagi lembaga keuangan perbankan untuk melakukan kegiatannya berdasarkan asas-asas syariah. Lembaga keuangan perbankan syariah bertujuan mendorong dan menggerakkan kegiatan perekonomian dengan bantuan perbankan yang telah menjalankan kegiatannya sesuai dengan fondasi keislaman. Perbankan itu sendiri melakukan kegiatan mengumpulkan dana dari masyarakat, menyalurkan kembali ke masyarakat serta menyediakan berbagai jasa perbankan dalam setiap lalulintas uang. (Janwari, 2015; Khotibul & Utomo, 2016). Berdasarkan sifat dari bank syariah, maka produk yang dihasilkan oleh bank syariah memiliki perbedaan dari produk konvensional. Produk bank syariah tidak memperkenankan setiap transaksinya menggunakan sistem bunga karena itu dianggap riba, jangan memasukkan unsur judi dan tidak pasti sebab terpat maslahat didalamnya (Janwari, 2015; Khotibul & Utomo, 2016).

Persepsi

Persepsi merupakan proses individu memahami, menafsirkan apa yang diperoleh oleh panca indra agar dapat menangkap suatu makna. Persepsi dapat juga dikaitkan dengan pengalaman dalam menerima suatu objek, kejadian, ataupun perkiraan dalam menerima sebuah informasi dan pesan. Kesadaran terhadap suatu stimulus dalam mempengaruhi panca indra juga bisa diartikan sebagai persepsi (Imran & Hendrawan, 2017; Manggu, 2018; Rahmawaty, 2014; Rusdianto & Ibrahim, 2016).

Langkah dan persiapan dalam proses persepsi memerlukan perhatian, karena setiap orang mendapatkan banyak stimulus dari sekitarnya sehingga diperlukan untuk mendapatkan respon dari orang tersebut. Stimulus yang diperoleh harus di seleksi dan diorganisasikan bagi setiap orang dengan kata lain peran perhatian sangat diutamakan. Pola respon akan berkaitan dengan faktor kesiapan, pengetahuan, tujuan, lingkungan kebutuhan, dan pengalaman juga bisa diartikan sebagai persepsi. Setiap individu memiliki perbedaan persepsi hal ini dapat disebabkan oleh daya tangkap, kecerdasan, serta harapan yang timbul dari masing-masing individu dalam mencerna suatu kejadian ataupun objek (Akbar & Ritonga, 2013; Ariani, 2007; Manggu, 2018; Rusdianto & Ibrahim, 2016).

Prilaku Konsumen

Handoko dan Swastha berpendapat bahwa perilaku konsumen yaitu rangkaian kegiatan manusia yang langsung melibatkan diri dalam memperoleh dan menggunakan barang dan jasa termasuk juga proses mengambil keputusan saat menentukan suatu kegiatan tertentu. Pendapat dari Loudhan dan Bitta lebih menitikberatkan perilaku konsumen pada proses dari mengambil keputusan, karena mereka menyebutkan bahwa perilaku konsumen merupakan bagian dari mengambil keputusan yang mengarahkan pada aktivitas dalam rangka evaluasi, mendapatkan, menggunakan, dan mengatur barang dan jasa (Amalia & Fauziah, 2018; Setiadi & SE, 2015; Wigati, 2011).

Penelitian Terdahulu

Penelitian untuk melihat preferensi konsumen pada layanan dan produk perbankan syariah di Sungai Petani (Doraisamy et al., 2011) Tujuan dari penulisan dalam rangka menyelidiki preferensi konsumen terhadap produk dan layanan perbankan syariah disungai Petani, Kedah. Selain itu tujuan utamanya adalah ingin mengetahui alasan konsumen dalam menentukan pilihannya pada perbankan syariah. Data dapat diambil dan dikumpulkan lewat penyebaran kuisioner ke responden, dan diproses dengan menggunakan SPSS V.13 (Doraisamy et al., 2011). Hasil pembahasan menjelaskan tentang kesedaran konsumen pada ketentuan ajaran dan konsep islam sehingga mereka lebih memilih untuk menggunakan produk dan layanan keuangan syariah dengan alasan kemudahan dalam transaksi dengan kualitas yang menguntungkan. Akan tetapi sebagian besar dari mereka lebih memilih untuk belum menggunakan produk dan layanan perbankan syariah. Penelitian ini akan sangat bermanfaat bagi pengembangan layanan dan produk bank syariah, sehingga akan meningkatkan efisiensi dalam sisi pemasaran serta melakukan inovasi produk (Doraisamy et al., 2011).

Kajian dari ariani menjelaskan apakah persepsi masyarakat dapat memberikan efek pada pemahaman Perbankan Syariah di Medan (Ariani, 2007). Jumlah perbankan syariah yang meningkat ternyata belum memberikan angin segar pada meningkatnya lalu lintas uang, jaringan dan volume usaha jika dibandingkan bank umum. Kian berjamurnya jumlah bank syariah ternyata berbanding terbalik dengan kondisinya daerah medan, dengan sasaran utama penduduk muslim ternyata bank syariah masih dipandang sepele dari segelintir kelompok (Ariani, 2007). Dengan melihat efek dari pendidikan, usia dan pelayanan pada persepsi masyarakat syariah di Medan merupakan tujuan dari dilakukannya penelitian ini. Metode yang dipakai tidak memberikan kesempatan yang sama bagi setiap anggota sampel dengan jumlah 25 sampel dari 100 responden, maka survei menggunakan convenience sampling dalam rangka menentukan calon responden. Data diolah menggunakan bantuan Eviews 4.1 dengan alat uji multiple regression. Pengumpulan data primer menggunakan skala likert yang berisi angka Hasil dari penelitian ini menunjukkan adanya hubungan positif yang signifikan antara variabel bebas terhadap terikat, dengan kontribusi variabel bebas yang cukup besar dalam menjelaskan penelitian ini (Ariani, 2007).

Penelitian untuk mengkaji hubungan literasi milenial dalam mengambil keputusan investasi (Sabri, 2016). Kegiatan perekonomian yang kompleks menjadikan setiap orang harus berperan aktif dipasar keuangan dalam rangka memenuhi segala kebutuhan hidup yang terus meningkat. Investasi yang terjadi dipasar keuangan harus memacu semangat setiap orang untuk melakukan bermacam kegiatan transaksi dalam menjalankan tantangan keuangan pada situasi sekarang. Kaum milenial atau yang sering disebut generasi Y merupakan generasi yang memahami teknologi dengan baik dan diharapkan akan faham juga dalam kegiatan finansial sehingga harus belajar menjadi investor yang baik. Dengan demikian penelitian ini akan memberikan pemahaman pada dampak faham finansial pada pengambilan keputusan investasi pada kaum milenial di Malaysia (Sabri, 2016). Penelitian ini menggunakan survei online dengan menyebarkan kuisioner dengan tujuan untuk melihat gejala yang terjadi, dengan sampel yang diperoleh sebanyak 101 dengan target usia 18-35. Metode yang dipakai chi-square dan tabulasi silang yang digunakan dalam rangka menemukan hubungan antara tingkat sadar finansial dan pengambilan keputusan investasi kalangan milenial di Malaysia. Nilai chi-square sebesar 3,010 menjelaskan signifikansi di tingkat 10%, sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa tingkat literasi keuangan memiliki hubungan pada saat pengambilan keputusan investasi (Sabri, 2016). Kaum milenial sangat memahami teknologi akan tetapi tidak faham

finansial, karena mereka hanya memahami hal-hal yang mendasar saja. Temuan dari penelitian ini sangat didukung oleh teori perilaku keuangan dan studi sebelumnya. Harapan dari dilakukan penelitian ini akan menjadikan kaum milenial tahu dan faham tentang literasi keuangan (Sabri, 2016).

Kajian bagaimana produk bank syariah dapat mempengaruhi masyarakat polewali mandar (Manggu, 2018). Penelitian ini dilakukan di Kabupaten Polewali Mandar, dengan tujuan untuk melihat sejauhmana persepsi masyarakat memahami bank syariah serta apakah persepsi dapat mempengaruhi masyarakat poliwali dalam menggunakan produk bank syariah. Alat penelitian ini memakai regresi linear sederhana dengan metode deskriptif kuantitatif. Hasil analisis dengan jumlah responden 125 orang dengan tingkat pengembalian 116 orang menunjukkan bahwa persepsi sebagian masyarakat yang menyetujui keberadaan bank syariah dengan menerapkan bagi hasil. Dan ada juga yang masih ragu dan netral (Manggu, 2018). Sementara itu preferensi sebagian masyarakat belum menempatkan pilihannya pada perbankan syariah. Secara umum dijelaskan bahwa masyarakat telah mengakui keberadaan bank syariah, namun tidak mampu mendorong minat mereka pada bank syariah. hasil pengujian hipotesis dapat dijelaskan bahwa proporsi dari variabel persepsi dalam menjelaskan variabel preferensi hanya sebesar 25,5% sisanya dijelaskan oleh variabel lain. Uji parsial menjelaskan persepsi masyarakat terhadap preferensi signifikan dan positif (Manggu, 2018).

METODE PENELITIAN

Kajian ini memakai pendekatan deskriptif kuantitatif, dilaksanakan di Kota Jambi, skala pengukuran yang dijadikan acuan menggunakan skala Likert, sehingga variabel disusun dalam bentuk indikator yang akan menjadi tolak ukur penyusunan instrumen yang berupa pertanyaan dan pernyataan (Ariani, 2007; Rusdianto & Ibrahim, 2016). Objek dari penelitian ini merupakan Lembaga Keuangan Perbankan Syariah di Kota Jambi, dan Subjek dari Penelitian merupakan generasi milenial yang berada di Kota Jambi. Adapun pemilihan generasi milenial sebagai sasaran penelitian ini dikarenakan penulis ingin mengetahui pandangan generasi milenial terhadap keberadaan lembaga keuangan perbankan syariah di Kota Jambi. Sebagaimana diketahui generasi milenial merupakan generasi melek terhadap teknologi dan generasi yang sudah cukup matang secara berfikir sehingga memiliki pemikiran tersendiri terhadap pemilihan produk lembaga keuangan yang akan digunakan sebagai alat pendukung sarana finansial dalam memenuhi standar kehidupan di kalangan masyarakat.

Sumber data dipakai dari kumpulan data primer melalui objek penelitian dengan metode Wawancara dan menyebar angket serta data sekunder juga diambil lewat publikasi resmi Badan Pusat Statistik, Jambi dalam Angka, Bank Indonesia dan OJK kemudian data diperoleh dan dikumpulkan agar mendukung penelitian. Data yang telah disatukan kemudian diolah dan dianalisis sebagai dasar dalam pengambilan keputusan dan hipotesis, pengolahan data tersebut menggunakan bantuan software SPSS (Imran & Hendrawan, 2017; Manggu, 2018).

Metode Analisis Data

1. Uji Validitas dan Reliabilitas.

Uji validitas dipakai agar tahu seberapa valid instrumen penelitian, sehingga dapat memberikan respon data yang akan dipakai secara tepat. Uji validitas melakukan perbandingan Jika r hitung $>$ r tabel dan memiliki nilai yang positif maka pertanyaan dari indikator penelitian valid (Manggu, 2018; Rusdianto & Ibrahim, 2016). Uji reliabilitas dipakai

dalam mengukur apakah kuesioner tersebut merupakan indikator yang tepat, kuesioner disebut handal jika memiliki jawaban yang tidak berubah setiap saat (Rahmawaty, 2014).

2. Uji Regresi Linear Berganda, Hipotesis dan Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik pada penelitian bertujuan apakah penelitian lepas dari masalah yang ada di asumsi klasik (Imran & Hendrawan, 2017). Regresi ganda punya tujuan agar tahu pengaruh variabel bebas pada variabel terikat, persamaan regresi linear berganda yang dipakai : $Y = \alpha + b_1x_1 + b_2x_2 + \varepsilon$

Penjelasan :

Y = Lembaga Keuangan Syariah

X1 = Persepsi

X2 = Preferensi

α = Konstanta

ε = Standar Error

Populasi dan Sampel.

Dalam melengkapi dan mendukung penelitian ini, maka diperlukannya penyusunan populasi dan sampel yang memiliki kegunaan sebagai langkah awal perjalanan penelitian ini. Baley sendiri mendefinisikan populasi sebagai seluruh gejala atau satuan yang hendak dilakukan penelitian sehingga sampel akan terlihat sebagai pendugaan terhadap populasi. Penelitian ini akan merujuk pada masyarakat di Kota Jambi dengan populasi 606.200 jiwa, khususnya generasi milenial, generasi milenial dianggap generasi pertengahan yang secara usia telah matang dan melek terhadap perkembangan teknologi sehingga diharapkan akan mewakili pandangan masyarakat di Kota Jambi. Untuk mewakili penelitian ini maka sampel yang digunakan sebanyak 150 orang dengan melakukan pencarian secara acak. Sampel itu sendiri merupakan bagian dari populasi yang mendasari terbentuknya sumber data sebenarnya pada penelitian ini, dikarenakan luasnya jumlah populasi dan tidak memungkinkan untuk dipelajari semua data yang ada dalam populasi sebagai akibat dari adanya keterbatasan.

Non probability sampling digunakan dalam penelitian ini untuk menentukan jumlah sampel yang diperoleh, dengan melakukan penyebaran angket kepada siapa saja yang merupakan penduduk dari generasi milenial. Guna mempermudah penelitian ini maka sampel yang ditentukan sebanyak 150 responden dengan menyebarkan via internet dan face to face agar mendapatkan hasil yang baik.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kota Jambi merupakan Ibu Kota dari Provinsi Jambi dimana tingkat mobilitas penduduknya mulai berkembang sangat pesat. Kota Jambi jika dilihat secara geografis memiliki rata-rata ketinggian hingga 60 meter dari atas permukaan laut dengan posisi lintang selatan 01030'2,98"-01040'1,07" dan bujur timur 1,67"-10340'0,22" (BPS, 2021). Kota Jambi di tahun 2020 memiliki Jumlah Penduduk sebesar 16,68% dari total seluruh penduduk provinsi Jambi. Gambaran jumlah penduduk tersebut menjadikan angka pertumbuhan ekonomi tertinggi sebesar 5,33% di Provinsi Jambi. Kota Jambi memiliki 11 kecamatan dan 62 Kelurahan.

Tabel 1. Jumlah Penduduk Menurut Kelompok Umur dan Jenis Kelamin Tahun 2020

Kelompok Umur	Jenis Kelamin		Jumlah
	Laki-Laki	Perempuan	
0-4	27.925	26.777	54.702
5-9	26.545	25.333	51.878
10-14	25.450	23.855	49.305
15-19	25.416	24.279	49.695
20-24	25.952	25.518	51.470
25-29	26.414	25.615	52.029
30-34	25.101	24.214	49.315
35-39	23.138	23.808	46.946
40-44	22.521	22.766	45.287
45-49	20.523	20.932	41.455
50-54	17.528	17.851	35.379
55-59	14.494	14.327	28.821
60-64	10.565	10.313	20.878
65-69	7.183	7.521	14.704
70-74	3.557	3.772	7.329
75+	3.095	3.912	7.007
Total	305.407	300.793	606.200

Sumber : (BPS, Jambi Dalam Angka, 2021)

Berdasarkan dari tabel diatas dapat terlihat jumlah keseluruhan penduduk di Kota Jambi pada tahun 2020 sebanyak 606.200 Jiwa dengan sebaran usia yang variatif dimana jika kita lihat dari gambaran diatas jumlah penduduk yang berusia 20-44 tahun sebanyak 245.047 Jiwa dan jumlah ini cukup besar dibanding jumlah penduduk usia sebelum dan sesudahnya. Hal ini dapat menggambarkan bahwa angka penduduk generasi milenial merupakan angka penduduk produktif dan melek terhadap teknologi. Jika ditarik angka tersebut berdasarkan jenis kelamin maka jumlah penduduk yang berjenis kelamin laki-laki di usia 20-44 tahun lebih mendominasi dibandingkan jenis kelamin perempuan.

Saat ini jumlah perbankan yang ada di Kota Jambi cukup lengkap baik perbankan konvensional maupun perbankan Syariah, adapun jumlah perbankan berplat merah (milik BUMN) maupun milik Swasta di Kota Jambi di tahun 2020 sebanyak 31 Perbankan dengan titik lokasi yang berada di pusat pemerintahan Kota Jambi maupun berada pada beberapa lokasi pusat pendidikan dan perdagangan di Kota Jambi.

Keberadaan Bank Syariah di Kota Jambi menjadi pilihan yang cukup variatif kalangan masyarakat Kota Jambi dan menjadikan persaingan di Lembaga keuangan terutama Perbankan baik konvensional maupun Syariah menjadi lebih bervariasi. Tersebar nya perbankan Syariah di wilayah Kota Jambi dapat menjadikan suatu pilihan yang menarik terutama kalangan generasi milenial yang menjadikan perbankan sebagai sarana transaksi walaupun sebagian dari kalangan generasi milenial lebih memilih bertransaksi di perbankan konvensional dengan alasan kemudahan saat bertransaksi, akan tetapi jika perbankan syariah lebih gencar dalam melakukan promosi terhadap produk-produk yang mereka miliki terutama kalangan generasi milenial yang sangat membutuhkan dan sangat bergantung pada keberadaan produk-produk perbankan dalam mendukung mobilitas kesehariannya maka tidak menutup

kemungkinan akan memberikan kontribusi yang cukup baik bagi lembaga keuangan perbankan syariah maupun generasi milenial dalam beragam kegiatannya.

1. Uji Validitas

Berdasarkan dari olah data secara validitas dalam mengukur valid atau tidaknya kuisioner maka Peneliti menggunakan Program SPSS 23 dalam membantu kegiatan pengolahan data hasil dari kegiatan penelitian dimana dalam menghitung SPSS dengan membagi R_{hitung} terhadap R_{tabel} maka penggunaan R_{tabel} dalam penelitian ini adalah sebesar 0,159 didapat dari jumlah responden yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 150 dengan tingkat signifikansi sebesar 5%. Untuk mengukur valid atau tidaknya suatu instrumen maka kriteria nya adalah $R_{hitung} > R_{tabel}$ maka pertanyaan tersebut Valid. Berikut hasil uji validitas dan reabilitas angket yang dilakukan dengan 150 responden dengan jumlah item 12 untuk variabel x dan 10 untuk variabel y. hasil diperoleh sebagai berikut:

Tabel 2. Keputusan validitas variabel persepsi

Item	R hitung	R tabel	Keputusan
X1.1	0,804	0,159	Valid
X1.2	0,035	0,159	Tidak Valid
X1.3	0,000	0,159	Tidak Valid
X1.4	0,791	0,159	Valid
X1.5	0,000	0,159	Tidak Valid
X1.6	0,012	0,159	Tidak Valid
X1.7	0,005	0,159	Tidak Valid
X1.8	0,224	0,159	Valid
X1.9	0,001	0,159	Tidak Valid
X1.10	0,032	0,159	Tidak Valid
X1.11	0,015	0,159	Tidak Valid
X1.12	0,041	0,159	Tidak Valid

Sumber : Hasil Olah data SPSS

Tabel 3. Keputusan Validitas Variabel preferensi

Item	R hitung	R tabel	Keputusan
X1.1	0,857	0,159	Valid
X1.2	0,159	0,159	Valid
X1.3	0,011	0,159	Tidak Valid
X1.4	0,073	0,159	Tidak Valid
X1.5	0,003	0,159	Tidak Valid
X1.6	0,401	0,159	Valid
X1.7	0,983	0,159	Valid
X1.8	0,980	0,159	Valid
X1.9	0,009	0,159	Tidak Valid
X1.10	0,724	0,159	Valid
X1.11	0,000	0,159	Tidak Valid

Sumber : Hasil Olah data SPSS

Dapat diperhatikan dari dua tabel diatas pada bagian r hitung, terdapat nilai korelasi yang bisa kita bandingkan dengan r tabel, r tabel dilihat pada signofikan 0,05 dengan uji 2 sisi

dengan jumlah data(n)=150, maka diperoleh r tabel 0,159, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa memiliki nilai-nilai instrument yang valid.

2. Uji Reabilitas

Dengan menggunakan metode alpha akan sangat tepat pada penggunaan skor bentuk skala(missal 1-4, 1-5) atau nilai rentan(missal 0-20, 0-50). Uji signifikan akan dikerjakan pada taraf signifikan 5%, artinya instrument dapat disebut reliabel bila nilai alfa lebih besar dan r kritis produk moment.

Tabel 4. Hasil Reability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,902	29

Sumber : Hasil Olah SPSS

Hasil perhitungan menggunakan spss 23.0 maka hasil nilai koefisien reabilitas pada variabel kompetesidan keputusan transaksi sebesar 0,902. Sedangkan nilai r kritisnya dari uji 2 sisi yang terdapat pada signifikan 0,05 dengan jumlah data(n)=150 memiliki nilai 0,160, maka dapat kita Tarik kesimpulan bahwa nilai-nilai instrument reliabel. Hal ini menunjukkan bahwasannya kedua variabel (persepsi generasi milenial terhadap Lembaga keuangan syariah) dinyatakan sangat andal menurut tingkat keandalan pada Cronbach alfa. Selanjutnya, bilamana nilai reliabel dengan $r = 0,902 > r_{\text{tabel}} = 0,265$ sesuai dengan kaidah keputusan nilai $r > r_{\text{tabel}}$ maka reliabel dan apabila $r < r_{\text{tabel}}$ maka tidak reliabel.

2. Uji Normalitas Data

Tabel 5. One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		150
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.15011753
Most Extreme Differences	Absolute	.042
	Positive	.042
	Negative	-.040
Test Statistic		.042
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

Uji normalitas dapat diketahui bahwa, nilai Asym. Sig (2-tailed) di hasilkan sebesar 0,200. Nilai tersebut lebih tinggi dari 0,05, maka hasil uji normalitas yang dilakukan dengan maksud menilai sebaran data. Dapat di simpulkan persamaan regresi tersebut berdistribusi normal.

3. Analisis Berganda

Penelitian ini menggunakan model analisis regresi linier guna membuktikan hipotesis penelitian. Analisis ini menggunakan input berdasarkan data yang diperoleh dari kuesioner.

Perhitungan statistik dalam analisis regresi linier berganda yang digunakan dalam penelitian kali ini menggunakan spss 23 hasil dari penelitian ini sebagai berikut:

Tabel 6. Analisis Regresi Linier Berganda

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	17.831	1.263		14.121	.000
	PERSEPSI	-.080	.030	-.206	-2.700	.008
	PREFERENSI	-.198	.044	-.341	-4.469	.000

Sumber : Hasil Olah data SPSS

$$Y = 17.831 - 0,080 X_1 + (-0,198) X_2$$

- Nilai Konstanta (a) = 17.831 diartikan apabila tidak adanya variabel persepsi (X_1) dan variabel preferensi (X_2) atau nilai variabel – variabel 0. Maka persepsi generasi milenial terhadap Lembaga keuangan Syariah (Y) meningkat sebanyak 17,8%.
- Nilai koefisien regresi variabel preferensi (X_1) sebesar -0,080, yang artinya apabila variabel independent lainnya tetap dan variabel persepsi lainnya meningkat sebesar 1 satuan, maka persepsi generasi milenial akan mengalami penurunan -0,085.
- Nilai koefisien regresi variabel persepsi (X_2) sebesar -0,198, yang artinya apabila variabel independent lainnya tetap dan variabel persepsi lainnya meningkat sebesar 1 satuan, maka persepsi generasi milenial akan mengalami penurunan -0,198.

Dari penjelasan diatas, dapat kita simpulkan bahwa persepsi X_1 , dan X_2 berpengaruh secara negative terhadap keputusan bertransaksi pada lembaga keuangan perbankan syariah di Kota Jambi.

4. Koefisien Determinasi (R^2)

Agar mengetahui besarnya pengaruh variabel bebas yaitu persepsi (X_1) Preferensi (X_2) Terhadap Lembaga keuangan syariah (Y) dapat dilihat dari tabel dibawah ini :

Tabel 7. Koefisiensi Determinasi (R^2)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.678 ^a	.460	.453	.95716403

a. Predictors: (Constant), PREFERENSI, PERSEPSI

Sumber : Hasil Diolah Data SPSS

Koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,460. Hal ini memperlihatkan bahwa 46% variabel Lembaga keuangan Syariah (Y) dapat dijabarkan oleh persepsi (X_1) dan preferensi (X_2), sedangkan sisanya 53% mungkin dijelaskan oleh faktor – faktor lainnya yang tidak ada dalam penelitian ini.

6. Uji F

Untuk mengetahui signifikansi persepsi dan preferensi secara simultan dapat menggunakan analisis varians (anova) dengan menggunakan uji statistik F dengan kriteria uji:

- Jika nilai sig < 0,05 atau F hitung > F tabel maka terdapat pengaruh variabel X secara simultan terhadap variabel Y.

- Jika nilai $\text{sig} > 0,05$ atau $F \text{ hitung} < F \text{ tabel}$ maka tidak terdapat pengaruh variabel X secara simultan terhadap variabel Y.

Tabel 8. Uji F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	119.866	2	59.933	12.790	.000 ^b
	Residual	688.828	147	4.686		
	Total	808.693	149			
a. Dependent Variable: LEMBAGA_KEUANGAN						
b. Predictors: (Constant), PREFERENSI, PERSEPSI						

Sumber : Hasil Diolah Data SPSS

Dari hasil nilai t hitung $\text{definisi} = 12,790 \geq t \text{ tabel} = 0,160$ dengan tingkat sig 1 sebesar $0,000 \leq 0,05$ hasil ini menunjukkan bahwa variabel dependen/bebas (persepsi dan preferensi) secara simultan memiliki pengaruh secara positif dan sig terhadap Lembaga keuangan Syariah.

Pengaruh Persepsi dan Preferensi Generasi Milenial terhadap keputusan bertransaksi menggunakan Produk Lembaga Keuangan Perbankan Syariah di Kota Jambi.

Dilihat dari pengujian pada T test, menunjukkan berpengaruh secara negatif adanya pengaruh yang signifikan pada variabel persepsi terhadap lembaga keuangan. dengan nilai t hitung pada variabel persepsi (X1) sebesar -2.700 dengan tingkat signifikan sebesar 0,000 dengan nilai signifikan $0,000 \leq 0,05$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak. Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi generasi milenial terhadap lembaga keuangan syariah berpengaruh secara negatif artinya persepsi generasi milenial terhadap produk-produk lembaga keuangan syariah berpengaruh secara negatif.

Persepsi merupakan proses individu memahami, menafsirkan apa yang diperoleh oleh panca indra agar dapat menangkap suatu makna. Persepsi dapat juga dikaitkan dengan pengalaman dalam menerima suatu objek, kejadian, ataupun perkiraan dalam menerima sebuah informasi dan pesan. Kesadaran terhadap suatu stimulus dalam mempengaruhi panca indra juga bisa diartikan sebagai persepsi (Imran & Hendrawan, 2017; Manggu, 2018; Rahmawaty, 2014; Rusdianto & Ibrahim, 2016).

Berbagai persepsi yang dilakukan generasi milenial dari kuesioner yang telah disebar, bahwasannya generasi milenial kurang mengetahui serta memahami layanan, produk, dan sarana yang ditawarkan oleh lembaga keuangan syariah sehingga generasi milenial kurang tertarik untuk menjadi nasabah di Lembaga perbankan Syariah, dalam artinya Lembaga keuangan syariah harus adanya melakukan peningkatan dalam sosialisasi dan promosi yang lebih baik lagi, perkembangan dalam perbankan yang terlalu cepat dengan tidak disertai infrastruktur yang kurang memadai seperti mesin ATM yang sulit dicari.

Dari uji T test, dapat dilihat t tidak adanya terdapat pengaruh signifikan pada variabel Preferensi terhadap Lembaga keuangan. Dengan nilai T hitung pada variabel preferensi (X2) sebesar -4469 dengan nilai signifikan $0,000 \leq 0,05$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak. Hasil penelitian memperlihatkan bahwa preferensi generasi milenial terhadap Lembaga keuangan

berpengaruh secara negative dengan artian meningkatnya preferensi dan menurunnya preferensi generasi milenial terhadap Lembaga keuangan Syariah memiliki pengaruh. Dalam penelitian simultan memperlihatkan bahwa secara Bersama-sama variabel persepsi dan preferensi berpengaruh secara signifikan terhadap Lembaga keuangan Syariah. Dapat diketahui bahwa terdapat pengaruh yang signifikan sebesar 12790 dengan tingkat signifikan sebesar $0,000 \leq 0,05$ hasil ini menunjukkan bahwa variabel dependen/bebas (persepsi dan preferensi) secara simultan memiliki pengaruh positif dan sig terhadap Lembaga keuangan syariah.

SIMPULAN

Persepsi dan Preferensi Masyarakat (generasi) Milenial terhadap keputusan bertransaksi menggunakan Produk Lembaga Keuangan Perbankan Syariah di Kota Jambi berdasarkan pengujian yang telah dilakukan baik menggunakan validitas dan reabilitas untuk menguji kesesuaian instrument penelitian serta melakukan uji regresi linear berganda dan asumsi klasik maka saat variable diujikan secara bersama-sama terdapat pengaruh secara simultan, dapat diketahui bahwa terdapat pengaruh yang signifikan sebesar 12,790 dengan tingkat signifikan sebesar $0,000 \leq 0,05$ hasil ini menunjukkan bahwa variabel dependen/bebas (persepsi dan preferensi) secara simultan memiliki pengaruh positif dan sig terhadap Lembaga keuangan Syariah, sedangkan secara parsial memiliki pengaruh negative dengan nilai t hitung pada variabel persepsi (X1) sebesar -2.700 dengan tingkat signifikan sebesar 0,000 dengan nilai signifikan $0,000 \leq 0,05$ Dengan nilai T hitung pada variabel preferensi (X2) sebesar -4469 dengan nilai signifikan $0,000. \leq 0,05$.

Persepsi Masyarakat (generasi) Milenial terhadap Lembaga keuangan Syariah menyatakan masih minimnya sosialisasi dan informasi terhadap masyarakat dengan kata lain masih banyaknya masyarakat generasi millenial yang belum mengetahui produk-produk yang ada di lembaga keuangan syariah dan juga masih sulitnya nasabah dalam mencari ATM dan EDC saat berbelanja hal ini menyebabkan salah satu faktor kurangnya keinginan masyarakat millenial untuk membuka atau menggunakan lembaga keuangan syariah, namun beberapa masyarakat generasi milenial menyadari pentingnya menggunakan suatu produk yang sesuai dengan hukum syariah yang berlaku. Pada dasarnya masyarakat millenial sudah mengetahui tentang keberadaan perbankan syariah tetapi mereka hanya tidak memahami penggunaan dari produk tersebut, mereka hanya menganggap produk perbankan syariah dan produk perbankan konvensional sama saja hanya yang membedakan dari segi bunga dan margin yang ada. Masyarakat millenial saat ini menyatakan bahwa mereka lebih cenderung menggunakan produk perbankan konvensional dikarenakan kebutuhan transaksi yang dimiliki di era digital saat ini lebih lengkap dibandingkan dengan produk perbankan syariah serta mereka juga menganggap bahwa ketika mereka membutuhkan transaksi keuangan yang cepat maka perbankan konvensional menjadi pilihan utama walaupun tidak dapat dipungkiri mereka ingin beralih ke produk perbankan syariah hanya saja mereka membutuhkan dukungan baik dari sarana maupun prasarana seperti perbanyak ATM dan EDC serta perluas jaringan koneksi internet agar memudahkan transaksi mereka di era digital saat ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Akbar, H., & Ritonga, H. D. H. (2013). Persepsi Etnis China Terhadap Perbankan Syariah di Kota Medan. *Ekonomi Dan Keuangan*, 1(2).
- Amalia, R. Y., & Fauziah, S. (2018). Perilaku Kosumen Milenial Muslim Pada Rsto Bersertifikat Halal di Indonesia: Implementasi ReoriPrilaku Terencana Azjen. *JEBA (Journal of Economics and Business Aseanomics)*, 3(2).
- Ariani, D. (2007). Persepsi masyarakat umum terhadap bank syariah di Medan [Master's Thesis].
- DeVaney, S. A. (2015). Understanding the millennial generation. *Journal of Financial Service Professionals*, 69(6).
- Doraisamy, B., Shanmugam, A., & Raman, R. (2011). A Study on Consumers Preferences of Islamic Banking Products and Services in Sungai Petani. *Academic Research International*, 1(3), 290.
- Imran, I., & Hendrawan, B. (2017). Pengaruh Persepsi Masyarakat Batam Tentang Bank Syariah Terhadap Minat Menggunakan Produk Bank Syariah. *Journal of Applied Business Administration*, 1(2), 209–218.
- Ismail, M., & Lu, H. S. (2014). Cultural values and career goals of the millennial generation: An integrated conceptual framework. *Journal of International Management Studies*, 9(1), 38–49.
- BPS, 2021. Jambi Dalam Angka. (2021, April 28). Kota Jambi. <https://jambikota.go.id/new/dokumen-daerah/jambi-dalam-angka-2>
- Januari, Y. (2015). *Lembaga Keuangan Syariah*. Bandung: Remaja Rosdakarya, 20150.
- Khotibul, U., & Utomo, S. B. (2016). Perbankan Syariah (Dasar-dasar dan Dinamika Perkembangannya di Indonesia). Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada, Januari.
- Laporan Perkembangan Keuangan Syariah Indonesia 2021. (n.d.). Retrieved August 6, 2022, from <https://www.ojk.go.id/id/kanal/syariah/data-dan-statistik/laporan-perkembangan-keuangan-syariah-indonesia/Pages/Laporan-Perkembangan-Keuangan-Syariah-Indonesia-2021.aspx>
- Manggu, S. A. R. (2018). Analisis Persepsi Masyarakat terhadap Bank Syariah di Kabupaten Polewali Mandar Sulawesi Barat.
- Rahmawaty, A. (2014). Pengaruh persepsi tentang bank syariah terhadap minat menggunakan produk di BNI Syariah Semarang. *Jurnal Addin*, 8(1).
- Rusdianto, H., & Ibrahim, C. (2016). Pengaruh Produk Bank Syariah Terhadap Minat Menabung Dengan Persepsi Masyarakat Sebagai Variabel Moderating Di Pati. *Equilibrium*, IV, 1, 43–61.
- Sabri, N. A. A. (2016). The Relationship between the Level of Financial Literacy and Investment Decision-Making Millennials in Malaysia. *A Contemporary Business Journal*, 6, 39–47.
- Wigati, S. (2011). Perilaku Konsumen Dalam Perspektif Ekonomi Islam. *Jurnal Maliyah*, 1(1)