

PERSEPSI PEGAWAI UIN SYARIF HIDAYATULLAH JAKARTA MENGENAI PERENCANAAN BIAYA PENDIDIKAN ANAK

Firdaus

STAI al Muhlisin Ciseeng Bogor

Email: firdaus99@yahoo.com

Abstrak: Bagi semua orang, anak adalah aset yang tak terhingga nilainya. Setiap orang tua tentu saja ingin memberikan yang terbaik bagi anaknya. Besarnya dana yang dikeluarkan untuk membiayai sekolah dan pendidikan anak lainnya jangan dianggap sebagai biaya, namun itu adalah bagian dari investasi. Bukankah semua orang tua bahkan negara ini mengharapkan setiap anak yang notabene cikal bakal pemimpin bangsa harus punya bekal pendidikan yang memadai.

Kata Kunci: Pegawai, Perencanaan, Pendidikan Anak

Pendahuluan

Krisis yang berkepanjangan sejak tahun 1997 menimpa Indonesia hingga kini dan merupakan krisis multidimensi yang menyentuh sendi-sendi negara. Kondisi perekonomian negara yang menurun dan situasi politik yang tidak stabil menyebabkan semakin terpuruknya nilai tukar rupiah terhadap mata uang asing, harga barang-barang meningkat, daya beli masyarakat melemah dan dunia usaha mengalami ketidak bergairahan serta biaya pendidikan semakin hari semakin mahal.

Mahalnya biaya pendidikan saat ini membuat setiap orang tua harus benar-benar merencanakan dan menganggarkan dana pendidikan anak sedini mungkin, bahkan sejak anak masih dalam kandungan. Hal ini bertujuan untuk meringankan beban biaya yang harus dikeluarkan saat anak memasuki usia sekolah.¹

¹ Widi Fayra. "Mempersiapkan Dana Pendidikan Anak". artikel diakses pada 03 Oktober 2008 dari widyafayra.blogspot.com

Bagi semua orang, anak adalah aset yang tak terhingga nilainya. Setiap orang tua tentu saja ingin memberikan yang terbaik bagi anaknya. Besarnya dana yang dikeluarkan untuk membiayai sekolah dan pendidikan anak lainnya jangan dianggap sebagai biaya, namun itu adalah bagian dari investasi. Bukankah semua orang tua bahkan negara ini mengharapkan setiap anak yang notabene cikal bakal pemimpin bangsa harus punya bekal pendidikan yang memadai.

Perbandingan perkiraan biaya kuliah yang dikeluarkan pada lima perguruan tinggi terbesar di Indonesia untuk tingkat S1 pada tahun 2009, Universitas Trisakti 100-160 juta rupiah, Universitas Gunadarma 50-85 juta rupiah, UI Jalur Khusus 150-250 juta, UNPAD Jalur Khusus 100-200 juta rupiah, dan UNDIP Jalur Khusus 100-200 juta rupiah.²

Tidak dapat dihindari semakin tinggi pendidikan yang ingin ditempuh semakin besar investasi yang harus dikeluarkan, dari mana dananya? Pertanyaan ini seringkali dikeluarkan para orang tua, terutama pada masa-masa tahun ajaran baru. Para orangtua mengeluh karena harus mengeluarkan dana yang besar untuk membayar sekolah, beli baju, buku, peralatan sekolah, dan lain-lain. Mengapa baru terdengar dan diributkan pada saat pembayaran yang harus segera dibayarkan? Padahal pengeluaran ini bukan merupakan pengeluaran yang insidentil karena terjadi setiap tahun sehingga harus dimasukkan dalam anggaran tahunan. Apabila semua itu telah direncanakan sejak awal tentu tidak akan membebani anggaran pengeluaran.

Untuk itu, perlu adanya suatu rencana keuangan dari pihak orang tua dalam mengeluarkan biaya yang bersifat tak terduga tersebut. Salah satunya adalah dengan mengasuransikan segala kebutuhan tersebut sehingga dapat dikelola dengan baik dan terhindar dari hutang yang tidak diinginkan. Memang untuk saat ini masyarakat belum banyak mengetahui tentang produk asuransi baik itu yang konvensional maupun asuransi berbasis syariah.

Kelebihan dan kekurangan bila berinvestasi untuk mempersiapkan

² "Tabel Perbandingan Biaya Pendidikan di Finlandia/ Jerman & Indonesia". Diakses tanggal 16 Nopember 2009, dari www.europe-edu.com

biaya pendidikan anak dengan cara ber asuransi. Kelebihannya, apabila orang tua meninggal dunia, maka perusahaan asuransi akan tetap memberikan sejumlah dana pendidikan yang telah dijanjikan tanpa meneruskan lagi pembayaran premi selanjutnya. Sedangkan kekurangannya, hasil investasi yang didapat dari asuransi akan kecil dibandingkan dengan jumlah dana yang dibutuhkan untuk biaya pendidikan, disebabkan karena naiknya inflasi.³

Beberapa tahun terakhir industri keuangan syariah di Indonesia tumbuh pesat, termasuk di antaranya asuransi syariah. Perkembangannya yang cukup signifikan membuat sejumlah perusahaan asuransi konvensional membentuk unit syariah. Kini terdapat 38 perusahaan yang telah memiliki unit syariah, di mana tiga perusahaan di antaranya adalah perusahaan murni syariah. Di tahun ini industri asuransi syariah pun akan semakin ramai. Pasalnya diperkirakan tiga perusahaan asuransi akan membuka unit syariah di 2009. Dan indikasi menunjukkan peningkatan premi asuransi syariah lebih dari 100 % di tahun 2007 dibandingkan dengan tahun sebelumnya, ini menunjukkan masyarakat sudah mulai mengetahui tentang asuransi syariah.⁴

Produk asuransi yang dikenal asuransi syariah pada dasarnya ada 2 (dua) jenis, yaitu produk asuransi jiwa (*life insurance*) dan produk asuransi kerugian (*general insurance*). Salah satu produk asuransi jiwa yang ada unsur tabungannya adalah asuransi dana siswa. Pada dasarnya asuransi dana siswa merupakan suatu bentuk perlindungan untuk perorangan yang bermaksud menyediakan dana pendidikan, dalam mata uang rupiah dan US Dolar untuk putra-putrinya sampai sarjana.⁵

Berinvestasi untuk mempersiapkan biaya pendidikan anak selain dengan menggunakan produk asuransi, ada pula persiapan biaya pendidikan anak dengan menggunakan produk perbankan. Namun ada kelebihan dan kekurangannya berinvestasi untuk mempersiapkan dana pendidikan anak

³ Safir Senduk, *Seri Perencanaan Keuangan Keluarga, Mempersiapkan Dana Pendidikan Anak*, Jakarta. Elex Media Komputindo, 2007, cet ke-6, h. 25

⁴ Mohammad Shaifie Zein (Ketua Umum AASI). "Dorong Asuransi Syariah dengan Sosialisasi Simultan". Artikel diakses tanggal 13 November 2009 dari www.republika.ac.id

⁵ M. Syakir Sula, *Asuransi Syariah Life and General, Konsep dan Sistem Operasional*, Jakarta. Gema Insani Press, 2004, h. 641

dengan produk ini. Kelebihannya, terdapat dua manfaat, yaitu manfaat tabungan dan manfaat asuransi. Sedangkan kekurangannya di buku rekening harus ada saldo minimalnya, misalnya di Bank Syariah Mandiri maka harus ada saldo minimal 1 juta rupiah.

Perkembangan bank syariah di Indonesia cukup signifikan, ini dapat ditandai dengan aset perbankan syariah per Juni 2009 mencapai Rp. 55,2 triliun atau melonjak 262 % dibandingkan dengan aset bank syariah pada tahun 2004. Sedangkan per Agustus 2009 terdapat 4 bank umum syariah (BUS) dan 24 unit usaha syariah (UUS). Pertumbuhan yang demikian besar saja hanya menjadikan market share aset perbankan syariah sebesar 2,21% dari industri perbankan Indonesia.⁶

Sedangkan pada produk perbankan syariah pada dasarnya ada 3 (tiga) jenis, yaitu produk penyaluran, produk penghimpunan dana, dan produk jasa.⁷ Salah satu produk penghimpunan dana dalam bentuk tabungan adalah tabungan pendidikan. Pada dasarnya tabungan pendidikan diperuntukan bagi orang tua yang menginginkan anaknya sekolah sampai sarjana. Produk ini diharapkan bisa membantu para orang tua untuk meringankan biaya pendidikan dan juga bisa mengurangi jumlah kehilangan kesempatan memperoleh pendidikan. Ada persamaan produk, antara asuransi dan perbankan salah satunya pada persiapan dana pendidikan anak.

Persiapan dana pendidikan yang sudah lama dikenal oleh orang tua kita dahulu adalah asuransi pendidikan. Dengan membeli suatu produk asuransi pendidikan akan tersedia dana yang akan dicairkan oleh pihak asuransi saat anak memasuki TK, SD, SMP, SMA dan Perguruan Tinggi. Pembelian produk ini dapat dibayar tunai sekaligus, maupun dengan cara diangsur per triwulan, 6 bulanan dan tahunan sampai jangka waktu yang telah ditentukan. Sebenarnya hal ini sama saja seperti hanya menabung, pencairan tabungan bisa dilakukan pada masa anak memasuki usia sekolah. Manfaat yang diperoleh yakni adanya asuransi yang akan menjamin tersedianya dana tersebut bila orangtua telah meninggal dunia.

⁶ Hadi Purnomo. "Dua Pilar Pengembangan Perbankan Syariah di Indonesia." diakses tanggal 16 Nopember 2009 dari <http://ib-bloggercompetition.kompasiana.com>

⁷ M. Nadratuzzaman Hosen, dkk, *Buku Saku Lembaga Bisnis Syariah*, Jakarta. Pusat Komunikasi Ekonomi Syariah (PKES), 2006, Cet, ke-3, h. 6

Selain asuransi pendidikan yang telah ada, saat ini telah tersedia berbagai produk tabungan dan asuransi yang dikemas dengan baik yang ditujukan untuk persiapan dana pendidikan. Tidak hanya asuransi pendidikan namun tersedia juga tabungan pendidikan berasuransi yang akhir-akhir ini marak dipasarkan di berbagai bank di tanah air.

Empat alasan kenapa orang tua perlu menyediakan dana pendidikan untuk anaknya,⁸ yaitu:

1. Tingginya pendidikan saat ini;
2. Naiknya biaya dari tahun ke tahun;
3. Ketidakpastian ekonomi dimasa mendatang;
4. Ketidakpastian fisik orang tua dimasa mendatang.

Sedangkan menurut Mike Rini ada empat langkah mempersiapkan dana pendidikan anak, yaitu: menentukan target dana pendidikan yang dibutuhkan, menetapkan cara pencapaian target dana pendidikan, melindungi investasi dari resiko dan melakukan evaluasi dan revisi.⁹

Tahapan Perencanaan Biaya Pendidikan Anak

Ada beberapa tahapan perencanaan biaya pendidikan anak yang harus diperhatikan oleh orang tua untuk mempersiapkan biaya pendidikan anak, yaitu:¹⁰

- a. Tentukan kapan dana dibutuhkan. Jika Anda sedang mengandung anak pertama maka dana untuk masuk TK dibutuhkan 5 tahun lagi. Dengan demikian waktu Anda berinvestasi untuk dana pendidikan TK selama 5 tahun
- b. Cari informasi dana pendidikan untuk anak Anda saat ini. Misalnya untuk TK tentukan standar sekolah yang diinginkan dan informasi keseluruhan biaya yang dibutuhkan, mulai dari uang pangkal,

⁸ Safir Senduk, *Seri Perencanaan Keuangan Keluarga, Mempersiapkan Dana Pendidikan Anak*, Jakarta. Elex Media Komputindo, 2007, cet ke-6, h. 7

⁹ Mike Rini. "Mensiasati Biaya Pendidikan." Artikel diakses tanggal 11 Nopember 2009 dari www.danareksa.com

¹⁰ Baitul Hikmah, "Mempersiapkan Biaya Pendidikan Anak", www.baitulhikmah.com, diakses tanggal 3 Desember 2009

seragam, buku-buku, dan biaya ekstrakurikuler.

- c. Kalikan dengan asumsi kenaikan biaya pendidikan per tahun hingga anak Anda masuk sekolah.
- d. Tentukan dana yang perlu ditabung per tahun atau perbulan. Untuk mengetahuinya perlu dicari asumsi imbal hasil dari investasi yang Anda lakukan. Maka dapat ditentukan tabungan per tahun atau per bulan. Semakin tinggi imbal hasil yang diharapkan maka tabungan semakin kecil.
- e. Pilihlah produk investasi yang memberikan imbal hasil yang diharapkan, ada beberapa alternatif instrument investasi yang dipilih dalam mempersiapkan dana pendidikan anak, antara lain: tabungan di bank, deposito di bank, asuransi pendidikan, emas, dan reksadana. Pada penelitian ini, penulis akan membahas investasi mempersiapkan biaya pendidikan anak dengan cara tabungan di bank, dan asuransi pendidikan.

Produk Dana Pendidikan Asuransi Syariah

Sebagai instrumen lembaga keuangan syariah non bank yang bergerak dalam bidang jasa penjaminan, asuransi syariah menawarkan produk-produknya kepada masyarakat.¹¹ Produk asuransi yang dimaksud disini adalah program atau fasilitas yang ditawarkan oleh perusahaan asuransi dan bisa dimanfaatkan dan digunakan oleh masyarakat sebagai calon peserta asuransi.¹² Produk-produk yang ditawarkan asuransi syariah terbagi kepada dua kategori utama sesuai dengan jenis asuransi itu sendiri, yakni produk asuransi jiwa (keluarga) dan produk asuransi umum (kerugian). Sedangkan fokus pembahasan pada skripsi ini pada produk dana pendidikan yang termasuk pada asuransi jiwa yang ada unsur tabungannya (*saving*).

¹¹ Hendi Suhendi dan Deni K. Yusup, *Asuransi Takaful: Dari Teoritis ke Praktis*, Bandung, Mimbar Pustaka, 2005, h. 68

¹² Yadi Janwari, *Asuransi Syariah*, Bandung, Pustaka Bani Quraisy, 2005, h. 58

Definisi Takaful Dana Siswa

Produk asuransi dana pendidikan adalah suatu bentuk perlindungan untuk perorangan yang bermaksud menyediakan dana pendidikan, dalam mata uang Rupiah dan US Dollar untuk putra-putrinya sampai sarjana.¹³

Manfaat Takaful Dana Siswa¹⁴

Bila peserta mengundurkan diri sebelum perjanjian berakhir, maka peserta akan mendapatkan hal-hal berikut:

- 1) Dana rekening tabungan yang telah disetor
- 2) Bagian keuntungan atas hasil keuntungan *tabarru'* (*mudharabah*)
 - a. Bila peserta ditakdirkan meninggal dalam masa perjanjian, maka ahli warisnya akan mendapatkan hal berikut:
 - 1) Dana rekening tabungan yang telah disetor
 - 2) Bagian keuntutngan atas hasil investasi rekening tabungan (*mudharabah*)
 - 3) Selisih dari manfaat dari asuransi awal (rencana menabung) dengan premi yang sudah dibayar.

Selain itu bila anak (sebagai penerima hibah):

- 1) Hidup sampai dengan 4 tahun di Perguruan Tinggi, yang bersangkutan akan mendapatkan dana pendidikan
- 2) Meninggal, maka dana pendidikan yang belum sempat diterimanya akan dibayarkan pada ahli warisnya.

Bila peserta hidup sampai perjanjian berakhir dan bila anak (sebagai penerima hibah):

- 1) Hidup sampai dengan 4 tahun di Perguruan Tinggi, yang bersangkutan akan mendapatkan dana pendidikan
- 2) Meninggal sebelum seluruh dana pendidikannya diterima, maka kepada peserta akan mendapatkan semua saldo rekening tabungan dan sebagai keuntungan atas investasi rekening tabungan

¹³ M. Syakir Sula, *Asuransi Syariah Life and General, Konsep dan Sistem Operasional*, Jakarta: Gema Insani Press, 2004, h. 641

¹⁴ Ibid

Ketentuan Takaful Dana Siswa¹⁵

- a. Masa perjanjian = 18 tahun usia anak
 Usia anak = usia ulang tahun yang akan datang
 Contoh: usia anak 1 tahun 3 bulan, maka dimasukkan ke dalam usia 2 tahun
- b. Besar tabungan tahun I = Premi - *tabarru'* – Biaya pengelolaan
- c. Besar tabungan tahun II dan selanjutnya = Premi – *Tabarru'*

Produk Dana Pendidikan Perbankan Syariah

Dalam kamus Bahasa Indonesia “bank” diartikan badan usaha dibidang keuangan yang menarik dan mengeluarkan uang dalam masyarakat, terutama memberikan kredit dan jasa dalam lalu lintas pembayaran dan peredaran uang.¹⁶ Sedangkan menurut Heri Sudarsono mengungkapkan bahwa perbankan syariah adalah lembaga keuangan yang usaha pokoknya memberikan kredit dan jasa-jasa lain dalam lalu lintas pembayaran serta peredaran uang yang beroperasi disesuaikan dengan prinsip-prinsip syariah.¹⁷ Oleh karena itu, usaha bank akan selalu berkaitan dengan masalah uang sebagai dagangan utamanya.

Definisi Tabungan BSM Investa Cendekia¹⁸

Tabungan BSM Investa Cendekia adalah tabungan berjangka dalam valuta rupiah dengan jumlah setoran bulanan tetap (*installment*) yang dilengkapi perlindungan asuransi dengan tujuan menyediakan dana pendidikan untuk anak.

¹⁵ Ibid, h. 642

¹⁶ Departemen Pendidikan Nasional, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, Jakarta, Balai Pustaka, 2005, edisi ke-3, h. 873

¹⁷ Heri Sudarsono, *Bank dan Lembaga Keuangan syariah: Deskripsi dan Ilustrasi*, Yogyakarta, Ekonisa, 2004, edisi 2, h. 27

¹⁸ Bank Syariah Mandiri, Tabungan Investa Cendekia, www.syariahamandiri.co.id, diakses tanggal 12 Oktober 2009

Karakteristik Tabungan BSM Investa Cendika

- a. Berdasarkan prinsip syariah *mudharabah muthlaqah*
- b. Periode Tabungan: minimal 1 tahun sampai dengan 20 tahun
- c. Usia nasabah: minimal 17 tahun dan maks. 55 tahun (Catatan: usia masuk ditambah periode kontrak sama atau tidak melebihi 60 tahun)
- d. Saldo minimal: Rp1.000.000,-
- e. Setoran bulanan: minimal Rp100.000,- s/d Rp4.000.000,-

Ketentuan Umum Tabungan BSM Investa Cendikia

- a. Saldo tabungan tidak bisa ditarik dan tabungan tidak dapat ditutup hingga jatuh tempo (akhir masa kontrak), kecuali dalam keadaan mendesak/darurat
- b. Penarikan sebagian saldo dengan kondisi tersebut di atas dapat dilakukan sampai dengan saldo minimal
- c. Penabung telah memiliki tabungan BSM sebagai rekening asal (*Source Account*)
- d. Jumlah setoran bulanan dan periode Tabungan tidak dapat diubah

Syarat Pembukaan Tabunga BSM Investa Cendikia¹⁹

- a. Nasabah perorangan
- b. Identitas yang berlaku (KTP / SIM / PASPOR)
- c. Akte kelahiran / Kartu Keluarga
- d. Mengisi formulir Aplikasi

Manfaat Tabungan BSM Investa Cendekia²⁰

Manfaat Tabungan

- 1) Mendapat bagi hasil yang kompetitif
- 2) Membantu perencanaan program investasi nasabah khususnya

¹⁹ Ibid

²⁰ Ibid

perencanaan pendidikan kepada putera/puteri

3) Keikutsertaan Asuransi secara otomatis, tanpa pemeriksaan kesehatan

Manfaat Asuransi

1) Tahun pertama kepesertaan

a) Meninggal dunia karena sakit (bukan karena kecelakaan), maka akan mendapatkan santunan 50 x setoran bulanan (setelah 3 bulan kepesertaan dan maksimal Rp. 50.000.000,-).

b) Meninggal dunia atau cacat tetap total karena kecelakaan, maka akan mendapatkan:

◆ Santunan manfaat asuransi sebesar 50x setoran bulanan

◆ Pembayaran sisa setoran bulanan untuk masa yang belum dijalani

2) Tahun kedua kepesertaan dan seterusnya

a) Meninggal dunia karena sakit (bukan karena kecelakaan) maka akan mendapatkan manfaat:

◆ Santunan manfaat asuransi sebesar 100 kali setoran bulanan

◆ Pembayaran sisa setoran bulanan untuk masa yang belum dijalani

b) Meninggal dunia atau cacat tetap total akibat kecelakaan maka akan mendapatkan manfaat:

◆ Santunan manfaat asuransi sebesar 100x setoran bulanan

◆ Pembayaran sisa setoran bulanan untuk masa yang belum dijalani

Teori Tentang Prefrensi

Prefrensi adalah sebuah konsep, yang digunakan pada ilmu sosial, khususnya ekonomi. Ini mengasumsikan pilihan ralitas atau imajiner antara alternatif-alternatif dan kemungkinan dari pemeringkatan alternatif tersebut, berdasarkan kesenangan, kepuasan, gratifikasi, pemenuhan, kegunaan yang ada.²¹

²¹ <http://id.wikipedia.org/wiki/Preferensi>, diakses tanggal 02 Februari 2010

Dalam teori modern, indeks utility adalah merepresentasikan preferensi ordinal konsumen. Para ahli membuat model maksimasi utility dengan menggunakan peralatan matematis karena dianggap sangat cocok untuk digunakan, yang jelas hasilnya tidak memilih angka tertinggi melainkan memilih mana yang bundle yang sangat sesuai dengan anggaran yang tersedia.

Preferensi juga diartikan sebagai pilihan suka atau tidak suka oleh seseorang terhadap suatu produk barang atau jasa yang dikonsumsi. Kotler berpendapat bahwa preferensi digambarkan sebagai sikap konsumen terhadap produk dan jasa sebagai evaluasi dari sifat kognitif seseorang, perasaan emosional dan kecenderungan bertindak melalui objek atau ide.²²

Jadi preferensi adalah proses seseorang dalam memilih suatu informasi yang lebih disukai. Dalam penelitian ini adalah pegawai UIN Syarif Hidayatullah Jakarta preferensi mengenai produk perencanaan biaya pendidikan anak yang dikeluarkan oleh asuransi syariah atau perbankan syariah.

Dalil-dalil yang Menjelaskan Tentang Preferensi²³

Preferensi adalah komplet

Untuk setiap dua bundel konsumsi A dan B, konsumen dapat membuat satu dari tiga perbandingan berikut:

- ◆ A lebih disukai dari B (dinotasikan $A \succ B$)
- ◆ B lebih disukai dari A (dinotasikan $B \succ A$)
- ◆ A tidak berbeda dengan B (dinotasikan $A \sim B$)

Preferensi berarti bahwa seseorang akan mempunyai satu bundel yang disukai, dan indifference berarti seseorang tidak membedakan masing-masing bundel. Dalil ini menyatakan bahwa konsumen dapat membuat perbandingan berkitu untuk setiap kemungkinan pasangan kombinasi dari bundel tersebut.

²² Philips Kotler, *Manajemen Pemasaran*, Jakarta, Prehalindo, 2005, h. 154

²³ Aulia Tasman, "Teori Preferensi Konsumen", www.mie.unja.ac.id, diakses tanggal 02 Februari 2010

Preferensi adalah refleksi

Jika konsumen diwakilkan dengan dua bundel yang identik, sehingga $A=B$ dalam segala hal. A adalah *indifference* dari B. Artinya bahwa jika A dan B adalah sama, maka konsumen mempunyai ranking terhadap bundel tersebut adalah sama.

Preferensi adalah transitif

Jika seorang konsumen menyukai A dari B, dan B lebih disukai dari C, maka konsumen harus menyukai A dari pada C. A^pB dan $B^pC \rightarrow A^pC$. Demikian juga jika konsumen *indifference* antara A dan B, dan antara B dan C, maka dia juga *indifference* antara A dan C. A^pB , dan B^pC , maka A^pC .

Preferensi adalah kesinambungan

Jika bundel A lebih disukai dari bundel B dan bundel C, maka walaupun C lebih kecil sedikit dari B, selagi lebih kecil dari A, maka tetap saja kita katakan A lebih disukai dari C.

Teori Tentang Proses Pengambilan Keputusan

Konsumen mengambil keputusan untuk membeli jika produk, barang atau jasa, memenuhi kebutuhannya, akan di rasakan kefaedahannya, atau akan menunjang gaya hidupnya.

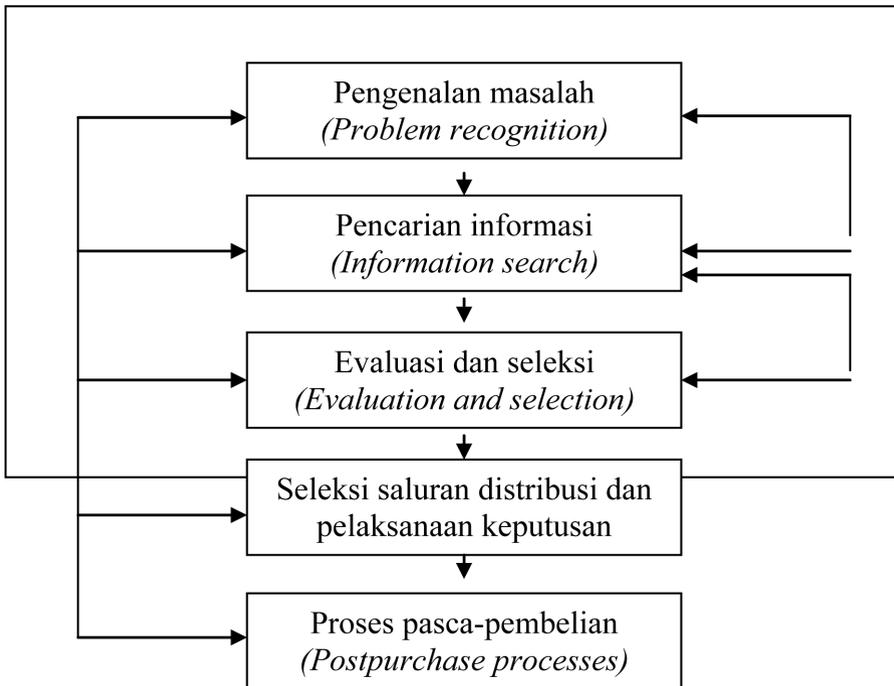
Dalam proses pengambilan keputusan untuk membeli, konsumen dipengaruhi selain oleh faktor-faktor dalam dirinya dan jenis produk yang di tawarkan kepadanya, juga oleh faktor-faktor lain dari lingkungannya, yaitu kebudayaan, keluarga, status social, dan kelompok acuannya.²⁴

Untuk lebih jelas memahami tentang proses pengambilan keputusan untuk membeli maka peneliti menggunakan model yang dikembangkan oleh Hawkins dan rekan tentang 'Proses Pengambilan keputusan dari konsumen'.²⁵

²⁴ Ashar Sunyoto Munandar, *Psikologi Industri dan Organisasi*, Jakarta, UI-Press, 2004, h. 436

²⁵ Ibid, h. 437

Gambar 2.2
Proses Pengambilan Keputusan



Gambar di atas menunjukkan unsur-unsur dasar dalam proses pengambilan keputusan dari konsumen. Pengambilan keputusan konsumen semakin ekstensif dan mejemuk dengan meningkatnya keterlibatan dalam membeli.²⁶

Dalam pengambilan keputusan yang lebih selektif, maka pencarian informasi menjadi lebih lama dan luas, penilaian alternatif menjadi lebih luas dan majemuk, dan evaluasi pasca-pembelian menjadi lebih teliti dan mendalam. Misalnya sabun mandi habis (pengenalan masalah), ingat akan merek-merek tertentu sabun menjadi (pencarian informasi), ingat merek tertentu lebih dapat dinikmati sehingga memilih merek tersebut (penilaian dan seleksi), pergi ke toko “F” untuk membeli (seleksi saluran distribusi dan pelaksanaan keputusan), sabun digunakan dan timbul rasa kepuasan (proses pasca-pembelian yang terbatas)

²⁶ Ibid, h. 437

Tahapan-tahapan Dalam Pengambilan Keputusan

Untuk lebih dapat dipahami tentang unsur-unsur dasar dalam proses pengambilan keputusan konsumen, peneliti mengulas setiap tahap dalam proses pengambilan keputusan konsumen.

Pengenalan Masalah (*Problem Recognition*). Proses pengambilan keputusan konsumen mulai dengan mengenali adanya masalah. Mengenali adanya masalah merupakan langkah penting dalam proses pengambilan keputusan konsumen. Masalah konsumen adalah perbedaan antara keadaan yang ada (apa yang dipersepsikan oleh konsumen sebagai yang telah ada sekarang) dengan satu keadaan yang diinginkan (apa yang diinginkan oleh konsumen). Keadaan yang diinginkan dan keadaan yang ada, kedua-duanya dipengaruhi oleh gaya hidup konsumen dan situasi yang berlaku sekarang. Jika perbedaan antara kedua keadaan dirasakan sebagai cukup besar dan penting, maka konsumen mulai mencari jawaban terhadap masalahnya.

Pencarian Informasi (*Information Search*). Langkah kedua dalam proses pengambilan keputusan konsumen ialah pencarian informasi. Konsumen dapat melakukan pencarian informasi yang ekstensif internal dan eksternal, pencarian internal dan eksternal yang terbatas, atau hanya pencarian internal. Informasi konsumen internal (informasi yang disimpan dalam ingatan) diperoleh secara aktif melalui pencarian-pencarian sebelumnya dan pengalaman pribadi atau diperoleh secara pasif melalui pembelajaran dengan keterlibatan yang rendah.

Informasi, selain dapat dicari dari ingatan sendiri, dapat dicari pula dari empat macam sumber eksternal, yaitu: *satu*, sumber-sumber pribadi seperti teman, kenalan dan keluarga; *dua*, sumber-sumber bebas seperti kelompok-kelompok konsumen, professional bayaran, dan badan-badan pemerintah; *tiga*, sumber-sumber pemasaran seperti karyawan penjualan dan iklan; dan *keempat*, sumber-sumber pengalaman langsung seperti percobaan langsung dengan produk

Penilaian dan Seleksi dari Alternatif. Selama dan setelah konsumen mengumpulkan informasi tentang jawaban-jawaban alternatif terhadap satu masalah yang dikenali, konsumen menilai alternatif-alternatif dan menyeleksi tindakan yang tampaknya paling baik memecahkan

masalahnya. Kriteria penilain adalah berbagai ciri yang dicari konsumen sebagai jawaban terhadap satu masalah.

Seleksi Saluran Distribusi dan Pelaksanaan keputusan. Kebanyakan produk konsumen diperoleh melalui salah satu bentuk saluran distribusi atau penyaluran eceran. Dengan demikian konsumen juga harus menyeleksi saluran distribusi sebagaimana harus menyeleksi produk.

Proses Pasca Pembelian. Setelah melakukan pembelian, beberapa konsumen mengalami kesangsian atau kecemasan tentang kebijakan pembeliannya. Gejala ini dikenal sebagai pertentangan pasca-pembelian (*postpurchase dissonance*). Pada umumnya terjadi: *satu*, antara individu-individu dengan kecenderungan mengalami kecemasan; *kedua*, setelah satu pembelian yang tidak dapat ditiadakan; *ketiga*, jika penting bagi konsumen; dan *keempat* jika melibatkan pilihan yang sulit antara dua atau lebih alternatif. Perusahaan sering memanfaatkan fakta bahwa konsumen mencari penguatan sesudah pembelian penting sebagai dasar dalam iklan untuk meyakinkan konsumen bahwa mereka telah membuat pilihan yang tepat.

Uji Validitas dan Reliabilitas

Untuk lebih meyakinkan skala yang digunakan adalah skala yang tepat, maka peneliti melakukan uji validitas dan reliabilitas pengukuran data. Uji ini dilakukan untuk mengetahui konsistensi dan akurasi data yang dikumpulkan dari penggunaan instrument. Untuk uji validitas digunakan rumus statistik korelasi product moment dari pearson. Uji validitas dilakukan dengan membandingkan nilai r hitung dengan r tabel, dimana $df = n-1$. Dalam hal ini n adalah jumlah atau responden. Pada pengukuran pegawai UIN Syarif Hidayatullah Jakarta jumlah sample (n) = 30, maka besarnya $df = 30-1 = 29$. Dengan $\alpha = 0,05$, maka didapat nilai r tabel = 0,367. Pengambilan keputusan adalah jika r hasil hitung positif dan r hitung lebih besar dari r tabel maka butir tersebut valid. Sebaliknya jika r hitung lebih kecil dari r tabel maka butir tersebut tidak valid. Sedangkan untuk uji reliabilitas digunakan Cronbach Alpha. Adapun hasil uji yang diperoleh sebagai berikut.

Dari hasil pengujian atau *Try out* dapat diperoleh data yang menyatakan

bahwa dari 19 pertanyaan yang diberikan kepada 30 responden terdapat 4 butir pertanyaan yang tidak valid atau tidak dapat digunakan karena nilai r -hitung $<$ r -tabel, yaitu pertanyaan no. 2, 4, 14 dan 18. Item pertanyaan yang valid penulis anggap sudah terstandarisasi kemudian disebarakan kepada pegawai UIN Syarif Hidayatullah Jakarta sebanyak 92 responden.

Tabel 4.8
Uji Validitas Sebelum Data-data Tidak Valid di Hilangkan
Item-Total Statistics

No Butir instrumen	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted	Keterangan
P1	71,83	41,040	,502	,841	Valid
P2	71,87	42,257	,260	,851	Tidak Valid
P3	72,17	40,971	,454	,843	Valid
P4	71,70	40,976	,365	,847	Tidak Valid
P5	71,83	41,868	,444	,844	Valid
P6	71,97	40,102	,559	,838	Valid
P7	72,00	40,621	,505	,841	Valid
P8	72,17	38,833	,452	,844	Valid
P9	71,97	41,275	,456	,843	Valid
P10	72,43	39,564	,527	,839	Valid
P11	72,37	36,861	,828	,824	Valid
P12	72,17	39,868	,602	,837	Valid
P13	72,33	41,195	,373	,846	Valid
P14	72,77	41,426	,269	,852	Tidak Valid
P15	72,47	39,775	,458	,842	Valid
P16	72,30	41,528	,439	,844	Valid
P17	72,13	41,154	,524	,841	Valid
P18	72,40	43,214	,167	,854	Tidak Valid
P19	72,73	39,926	,392	,847	Valid

Sumber: Data primer yang telah diolah

Tabel 4.9
 Uji Validitas Setelah Data-data Tidak Valid di Hilangkan
 Item-Total Statistics

No Butir Instrumen	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted	Keterangan
P1	55,77	31,013	,496	,854	Valid
P3	56,10	30,714	,485	,854	Valid
P5	55,77	31,771	,431	,857	Valid
P6	55,90	29,955	,591	,849	Valid
P7	55,93	30,340	,548	,851	Valid
P8	56,10	28,783	,477	,857	Valid
P9	55,90	31,197	,453	,856	Valid
P10	56,37	29,689	,527	,852	Valid
P11	56,30	27,597	,796	,836	Valid
P12	56,10	30,162	,571	,850	Valid
P13	56,27	30,754	,420	,857	Valid
P15	56,40	29,697	,477	,855	Valid
P16	56,23	31,357	,446	,856	Valid
P17	56,07	30,892	,558	,852	Valid
P19	56,67	29,954	,393	,861	Valid

Sumber: Data primer yang telah diolah

Persepsi Responden mengenai Perencanaan Biaya Pendidikan Anak
 Tabel 4.10

Untuk Meringankan Biaya Pendidikan Anak Dimasa yang Akan Datang

Penilaian	Frekuensi	Persentase (%)
Sangat Tidak Setuju	0	0 %
Tidak Setuju	0	0 %
Ragu	1	1 %
Setuju	47	51 %

Sangat Setuju	44	48 %
Total	92	100%

Sumber: Data primer yang telah diolah

Berdasarkan tabel 4.9 menunjukkan bahwa mayoritas responden menyatakan setuju sebanyak 47 responden (51 %), sangat setuju sebanyak 44 responden (48 %), dan ragu sebanyak 1 responden (1 %), sedangkan untuk pilihan tidak setuju dan sangat tidak setuju tidak memberikan penilaian terhadap pernyataan. Dapat diartikan bahwa persepsi responden mengenai perencanaan biaya pendidikan anak setuju atau penting untuk meringankan biaya pendidikan anak di masa yang akan datang sebesar 51 %.

Tabel 4.11
Untuk Investasi Hari Tua

Penilaian	Frekuensi	Persentase (%)
Sangat Tidak Setuju	0	0 %
Tidak Setuju	5	5 %
Ragu	7	8 %
Setuju	53	58 %
Sangat Setuju	27	29 %
Total	92	100%

Sumber: Data primer yang telah diolah

Berdasarkan tabel 4.10 menunjukkan bahwa mayoritas responden menyatakan setuju sebanyak 53 responden (58 %), sangat setuju sebanyak 27 responden (29 %), ragu sebanyak 7 responden (8 %), dan yang menyatakan tidak setuju sebanyak 5 responden (5 %) sedangkan untuk pilihan sangat tidak setuju tidak memberikan penilaian terhadap pernyataan. Dapat diartikan bahwa persepsi responden mengenai perencanaan biaya pendidikan anak setuju atau penting untuk investasi hari tua sebesar 58 %.

Tabel 4.12
Untuk Mengantisipasi Tingginya Biaya Pendidikan Anak Masa Mendatang

Penilaian	Frekuensi	Persentase (%)
Sangat Tidak Setuju	0	0 %
Tidak Setuju	0	0 %
Ragu	6	6 %
Setuju	53	58 %
Sangat Setuju	33	36 %
Total	92	100%

Sumber: Data primer yang telah diolah

Berdasarkan tabel 4.11 menunjukkan bahwa mayoritas responden menyatakan setuju sebanyak 53 responden (58 %), sangat setuju sebanyak 33 responden (36 %), dan ragu sebanyak 6 responden (6 %) sedangkan untuk pilihan tidak setuju dan sangat tidak setuju tidak memberikan penilaian terhadap pernyataan. Dapat diartikan bahwa persepsi responden mengenai perencanaan biaya pendidikan anak setuju atau penting untuk mengantisipasi tingginya biaya pendidikan anak di masa yang akan datang sebesar 58 %.

Tabel 4.13
Untuk Menghindari Resiko yang Kemungkinan Terjadi di Masa Mendatang

Penilaian	Frekuensi	Persentase (%)
Sangat Tidak Setuju	0	0 %
Tidak Setuju	0	0 %
Ragu	6	7 %
Setuju	47	51 %
Sangat Setuju	39	42 %
Total	92	100%

Sumber: Data primer yang telah diolah

Berdasarkan tabel 4.11 menunjukkan bahwa mayoritas responden menyatakan setuju sebanyak 47 responden (51 %), sangat setuju sebanyak 39 responden (42 %), dan ragu sebanyak 6 responden (7 %) sedangkan untuk pilihan tidak setuju dan sangat tidak setuju tidak memberikan penilaian terhadap pernyataan. Dapat diartikan bahwa persepsi responden mengenai perencanaan biaya pendidikan anak setuju atau penting untuk menghindari resiko yang kemungkinan terjadi di masa yang akan datang sebesar 51 %.

Preferensi Produk Perencanaan Biaya Pendidikan Anak

Tabel 4.14

Yang Dikeluarkan oleh Asuransi Syariah karena *Brand* Perusahaan

Penilaian	Frekuensi	Persentase (%)
Sangat Tidak Setuju	0	0 %
Tidak Setuju	5	5 %
Ragu	13	14 %
Setuju	59	64 %
Sangat Setuju	15	17 %
Total	92	100%

Sumber: Data primer yang telah diolah

Berdasarkan tabel 4.13 menunjukkan bahwa mayoritas responden menyatakan setuju sebanyak 59 responden (64 %), sangat setuju sebanyak 15 responden (17%), ragu sebanyak 13 responden (14%), dan yang menyatakan tidak setuju sebanyak 5 responden (5 %) sedangkan untuk pilihan sangat tidak setuju tidak memberikan penilaian terhadap pernyataan. Dapat diartikan bahwa preferensi responden mengenai produk perencanaan biaya pendidikan anak yang dikeluarkan oleh asuransi syariah karena *brand* perusahaan sebesar 64 %.

Tabel 4.15

Yang Dikeluarkan oleh Asuransi Syariah karena *Benefit*
yang Diberikan Perusahaan

Penilaian	Frekuensi	Persentase (%)
Sangat Tidak Setuju	0	0 %
Tidak Setuju	3	3 %
Ragu	7	8 %
Setuju	70	76 %
Sangat Setuju	12	13 %
Total	92	100%

Sumber: Data primer yang telah diolah

Berdasarkan tabel 4.14 menunjukkan bahwa mayoritas responden menyatakan setuju sebanyak 70 responden (76 %), sangat setuju sebanyak 12 responden (13 %), ragu sebanyak 7 responden (8 %), dan yang menyatakan tidak setuju sebanyak 3 responden (3 %) sedangkan untuk pilihan sangat tidak setuju tidak memberikan penilaian terhadap pernyataan. Dapat diartikan bahwa preferensi responden mengenai produk perencanaan biaya pendidikan anak yang dikeluarkan oleh asuransi syariah karena *benefit* atau manfaat yang diberikan oleh perusahaan sebesar 76 %.

Tabel 4.16

Yang Dikeluarkan oleh Asuransi Syariah karena Aspek Pelayanan
yang Baik dari Perusahaan

Penilaian	Frekuensi	Persentase (%)
Sangat Tidak Setuju	0	0 %
Tidak Setuju	1	1 %
Ragu	5	5 %
Setuju	63	69 %
Sangat Setuju	23	25 %
Total	92	100%

Sumber: Data primer yang telah diolah

Berdasarkan tabel 4.15 menunjukkan bahwa mayoritas responden menyatakan setuju sebanyak 63 responden (69 %), sangat setuju sebanyak 23 responden (25 %), ragu sebanyak 5 responden (5 %), dan yang menyatakan tidak setuju sebanyak 1 responden (1 %) sedangkan untuk pilihan sangat tidak setuju tidak memberikan penilaian terhadap pernyataan. Dapat diartikan bahwa preferensi responden mengenai produk perencanaan biaya pendidikan anak yang dikeluarkan oleh asuransi syariah karena pelayanan yang baik dari perusahaan sebesar 69 %.

Tabel 4.17
Yang Dikeluarkan oleh Perbankan Syariah karena *Brand* Perusahaan

Penilaian	Frekuensi	Persentase (%)
Sangat Tidak Setuju	0	0 %
Tidak Setuju	7	8 %
Ragu	5	5 %
Setuju	63	69 %
Sangat Setuju	17	18 %

Sumber: Data primer yang telah diolah

Berdasarkan tabel 4.16 menunjukkan bahwa mayoritas responden menyatakan setuju sebanyak 63 responden (69 %), sangat setuju sebanyak 17 responden (18 %), ragu sebanyak 5 responden (5 %), dan yang menyatakan tidak setuju sebanyak 7 responden (8 %) sedangkan untuk pilihan sangat tidak setuju tidak memberikan penilaian terhadap pernyataan. Dapat diartikan bahwa preferensi responden mengenai produk perencanaan biaya pendidikan anak yang dikeluarkan oleh perbankan syariah karena *brand* perusahaan sebesar 69 %.

Tabel 4.18
Yang Dikeluarkan oleh Perbankan Syariah karena *Benefit*
yang Diberikan Perusahaan

Penilaian	Frekuensi	Persentase (%)
Sangat Tidak Setuju	0	0 %

Tidak Setuju	3	3 %
Ragu	4	4 %
Setuju	75	82 %
Sangat Setuju	10	11 %
Total	92	100%

Sumber: Data primer yang telah diolah

Berdasarkan tabel 4.17 menunjukkan bahwa mayoritas responden menyatakan setuju sebanyak 75 responden (82 %), sangat setuju sebanyak 10 responden (11 %), ragu sebanyak 4 responden (4 %), dan yang menyatakan tidak setuju sebanyak 3 responden (3 %) sedangkan untuk pilihan sangat tidak setuju tidak memberikan penilaian terhadap pernyataan. Dapat diartikan bahwa preferensi responden mengenai produk perencanaan biaya pendidikan anak yang dikeluarkan oleh perbankan syariah karena *benefit* atau manfaat yang diberikan perusahaan sebesar 82 %.

Tabel 4.19
Yang Dikeluarkan oleh Perbankan Syariah karena Aspek Pelayanan yang Baik dari Perusahaan

Penilaian	Frekuensi	Persentase (%)
Sangat Tidak Setuju	0	0 %
Tidak Setuju	1	1 %
Ragu	6	7 %
Setuju	67	73 %
Sangat Setuju	18	19 %
Total	92	100%

Sumber: Data yang telah diolah

Berdasarkan tabel 4.18 menunjukkan bahwa mayoritas responden menyatakan setuju sebanyak 67 responden (73 %), sangat setuju sebanyak 18 responden (19 %), ragu sebanyak 6 responden (7 %), dan yang menyatakan tidak setuju sebanyak 1 responden (1 %) sedangkan untuk pilihan sangat tidak setuju tidak memberikan penilaian terhadap pernyataan. Dapat diartikan bahwa preferensi responden mengenai produk

perencanaan biaya pendidikan anak yang dikeluarkan oleh perbankan syariah karena pelayanan yang baik dari perusahaan sebesar 73 %.

Pengaruh Persepsi terhadap Preferensi Produk Perencanaan Biaya Pendidikan Anak pada Asuransi Syariah atau Perbankan Syariah

Tabel 4.20
Coefficients(a)

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	15,912	3,717		4,281	,000		
	Persepsi	,496	,124	,389	4,006	,000	1,000	1,000

a Dependent Variable: Preferensi

Dari hasil analisis pada tabel 4.19 telah diketahui bahwa nilai $b = 0,496$ dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Sehingga hipotesis yang menyatakan terdapat pengaruh yang signifikan persepsi terhadap preferensi dapat dibuktikan. Dengan demikian maka dapat disimpulkan bahwa keputusan preferensi produk perencanaan biaya pendidikan anak pada asuransi syariah dan perbankan syariah dipengaruhi persepsi responden mengenai perencanaan biaya pendidikan anak.

Hasil analisis regresi tersebut di atas maka dapat diketahui fungsi regresi berganda yang dituliskan sebagai berikut:

$$Y = a + bX$$

$$Y = 15,912 + 0,496X$$

Dimana:

Y = Variabel terikat (preferensi)

X = Variabel bebas (persepsi)

a = Bilangan konstanta

b = Koefisien regresi

Koefisien regresi dari persamaan tersebut adalah $X = 0,496$, hal ini berarti jika variabel persepsi (X) berubah 1% maka variabel preferensi (Y)

berubah sebesar 0,496%. Sedangkan jika persepsi (X) = 0, maka preferensi (Y) adalah sama dengan konstan (a) yaitu 15,912. Dari hasil analisis data diatas dapat diketahui bahwa variabel persepsi responden mengenai perencanaan biaya pendidikan anak (X) berpengaruh terhadap preferensi produk perencanaan biaya pendidikan anak pada asuransi syariah dan perbankan syariah.

Koefisien Determinasi

Untuk mengetahui hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen akan dihitung dengan menggunakan *software* SPSS 12.0 sebagai berikut:

Tabel 4.21
Model Summary (b)

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,389(a)	,151	,142	3,550

a Predictors: (Constant), Persepsi

b Dependent Variable: Preferensi

Nilai R Square (R^2) = 0.151 dapat dikatakan bahwa 15,1 %. Hal ini berarti bahwa variabel persepsi (X) memiliki kontribusi sebesar 15,1 % terhadap preferensi (Y) sedangkan sisanya 4,9 % dipengaruhi oleh tingkat pendapatan, promosi, kualitas produk, profit bagi hasil, dan lain sebagainya.

Nilai R = 0,389 menunjukkan bahwa adanya hubungan yang cukup signifikan antara persepsi (X) terhadap preferensi (Y).

Uji Kebermaknaan Model

Tabel 4.22
ANOVA(b)

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	202,188	1	202,188	16,046	,000(a)

	Residual	1134,018	90	12,600		
	Total	1336,207	91			

a Predictors: (Constant): Persepsi

b Dependent Variable: Preferensi

Berdasarkan pada tabel analisis varian (Anova), jika di lihat dengan menggunakan nilai signifikansi, diketahui bahwa nilai sig ($0,000 < 0,05$) yang artinya signifikan, sedangkan F_{hitung} sebesar $16,046 > F_{tabel}$ dengan tingkat signifikansi sebesar 5% didapat nilai F_{tabel} sebesar 3,96. Karena nilai F_{hitung} ($16,046$) $>$ nilai F_{tabel} ($3,96$), maka dapat disimpulkan bahwa model baik dan dapat digunakan untuk memprediksi pengaruh persepsi terhadap preferensi. Namun kemampuan model dalam menjelaskan variabel dependen masih lemah.

Penutup

Berdasarkan hasil analisis dapat diinterpretasikan bahwa persepsi pegawai UIN Syarif Hidayatullah Jakarta mengenai perencanaan biaya pendidikan adalah setuju atau penting merencanakan biaya pendidikan anak untuk:

- Meringankan biaya pendidikan anak dimasa yang akan datang;
- Investasi hari tua;
- Mengantisipasi tingginya biaya pendidikan anak dimasa yang akan datang, dan
- Menghindari resiko yang kemungkinan terjadi dimasa yang akan datang.

Preferensi Pegawai UIN Syarif Hidayatullah Jakarta mengenai produk perencanaan biaya pendidikan anak adalah produk perencanaan biaya pendidikan anak yang dikeluarkan oleh perusahaan syariah karena *benefit* atau manfaat yang diberikan oleh perusahaan yaitu sebanyak 75 pegawai (82 %) karena ada tambahan asuransi, apabila orang tua sebagai penyeter tabungan meninggal dunia maka setoran tabungan akan diteruskan oleh perusahaan asuransi.

Sedangkan hasil pengujian statistik dan hipotesisnya menunjukkan bahwa nilai $b = 0,496$ dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Sehingga hipotesis yang berbunyi terdapat pengaruh yang signifikan antara persepsi

dan preferensi dapat dibuktikan. Untuk koefisien determinasi menunjukkan bahwa nilai R Square (R^2) = 0,151 dapat dikatakan bahwa sebesar 15,1 % variabel persepsi memiliki kontribusi terhadap preferensi, sedangkan sisanya 4,9 % dipengaruhi oleh tingkat pendapatan, promosi, kualitas produk, profit bagi hasil dan lain sebagainya. Sedangkan uji kebermaknaan model menjelaskan bahwa model baik dan dapat digunakan untuk memprediksi pengaruh persepsi terhadap preferensi. Namun kemampuan model dalam menjelaskan variabel dependen masih lemah.

Pustaka Acuan

- Agus Irianto, *Statistik Konsep Dasar dan Aplikasi*, Jakarta: Prenada Media, 2004
- Bungin, H. M. Burhan. *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Kencana, 2005
- Baitul Hikmah, Mempersiapkan Biaya Pendidikan Anak, www.baitulhikmah.com, diakses tanggal 3 Desember 2009
- Bank Syariah Mandiri. "Tabungan Investa Cendekia". Artikel diakses tanggal 12 Oktober 2009 dari www.syariahmandiri.co.id,
- Chaplin, J.P. *Kamus Lengkap Psikologi*. Penerjemah Kartini Kartono. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2004
- Departemen Pendidikan Nasional. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, edisi. III. Jakarta: Balai Pustaka, 2005
- Didin Hafidhuddin dan Hendri Tanjung. *Manajemen Syariah dalam Praktik*. Jakarta: Gema Insani Press, 2003
- Fayra, Widi. "Mempersiapkan Dana Pendidikan Anak". artikel diakses pada 03 Oktober 2008 dari widyafayra.blogspot.com
- Ghozali, Imam. *Aplikasi Analisis Multivariat dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2007
- Hosen, M. Nadrattuzaman. dkk. *Buku Saku Lembaga Bisnis Syariah*, cet.III. Jakarta: Pusat Komunikasi Ekonomi Syariah (PKES), 2006
- Janwari, Yadi. *Asuransi Syariah*. Bandung: Pustaka Bani Quraisy, 2005
- Kotler, Philips. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Preshalindo, 2005
- Munandar, Ashar Sunyoto. *Psikologi Industri dan Organisasi*. Jakarta: UI-Press, 2004

- Purnomo, Hadi. "Dua Pilar Pengembangan Perbankan Syariah di Indonesia." diakses tanggal 6 Nopember 2009 dari [http:// ib-bloggercompetition.kompasiana.com](http://ib-bloggercompetition.kompasiana.com)
- Rahmat, Jalaludin. *Psikologi Komunikasi*. Bandung: Rosda Karya, 2005
- Rini, Mike. "Mensiasati Biaya Pendidikan". Artikel diakses tanggal 11 Nopember 2009 dari www.danareksa.com
- Rochaety, Eti. dkk. *Metode Penelitian Bisnis: dengan Aplikasi SPSS*. Jakarta: Mitra Wacana Media, 2007
- Senduk, Safir. *Seri Perencanaan Keuangan Keluarga, Mempersiapkan Dana Pendidikan Anak*, cet. VI. Jakarta: Elex Media Komputindo, 2007
- Setiadi, Nugroho J. *Perilaku Konsumen, Konsep dan Strategi dan Penelitian Pemasaran*. Jakarta: Prenada Media, 2003
- Silalahi, Bennet. *Manajemen Integratif*, edisi VI. Jakarta: Sekolah Tinggi Manajemen LPMI, 2004
- Sula, M. Syakir. *Asuransi Syariah Life and General, Konsep dan Sistem Operasional*. Jakarta: Gema Insani Press, 2004
- Suhaman. *Psikologi Kognitif*. Surabaya. Srikandi. 2005
- Suhendi, Hendi dan Yusup, Deni K. *Asuransi Takaful: Dari Teoritis ke Praktis*. Bandung: Mimbar Pustaka, 2005
- Sudarsono, Heri. *Bank dan Lembaga Keuangan syariah: Deskripsi dan Ilustrasi*, edisi III. Yogyakarta: Ekonisa, 2004
- Sugiono. *Metodologi Penelitian Bisnis*. Bandung: CV. Alfabeta, 2004
- Syamsudin (staf kepegawaian bagian Sistem Informasi UIN Jakarta), Peneliti melakukan wawancara pada tanggal 21-10-2009
- Tim Penyusun. *Prospektus UIN Syarif Hidayatullah Jakarta tahun 2007*, Jakarta: UIN Press, 2007
- Tim Penyusun. *Profil UIN Syarif Hidayatullah Jakarta tahun 2007*, Jakarta: UIN Press, 2007
- Zein, Mohammad Shaifie. "Dorong Asuransi Syariah dengan Sosialisasi Simultan". Artikel diakses tanggal 13 November 2009 dari www.republika.ac.id