

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Deskripsi Teori

1. Persepsi

a. Pengertian Persepsi

Persepsi dalam pandangan Islam adalah proses manusia dalam memahami suatu informasi baik melalui mata untuk melihat, telinga untuk mendengar, hidung untuk penciuman, hati untuk merasakan yang disalurkan ke akal dan pikiran manusia agar menjadi suatu pemahaman.¹

Persepsi secara umum adalah proses mengamati situasi dunia luar dengan menggunakan proses perhatian, pemahaman, dan pengenalan terhadap objek atau peristiwa. Persepsi diorganisasikan dalam bentuk, latar dasar (*ground*), garis, dan kejelasan²

Menurut Bimo Walgito persepsi adalah proses pengorganisasian penginterpretasian terhadap rangsang yang diterima oleh organisme atau individu sehingga merupakan sesuatu yang berarti dan merupakan aktivitas yang *integrated* dalam diri individu³

Jadi persepsi adalah hasil dari suatu proses yang diterima oleh individu dalam bentuk kesan yang telah melalui penginderaan terlebih dahulu baik dari mata, hidung, telinga dan indera lainnya.

¹Jamal Latif, Pengaruh Persepsi Dan Preferensi Terhadap Perilaku Pedangang (Studi Kasus Pada Pedagang Nasabah KSPPS Cahaya Mitra Sejahtera),(Semarang: Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang 2017), h.7.

²Heri Zan Pieter,Betsaida Janiwarti,dan Marti Saragih, Pengantar Psikopatologi Untuk Keperawatan, (Jakarta: Kencana,2011), h.24.

³Sunaryo, Psikologi Untuk Keperawatan, (Jakarta: Buku Kedokteran EGC,2004), h.93.

b. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Persepsi

Faktor-faktor yang mempengaruhi persepsi menurut Robbins adalah sebagai berikut:⁴

1) Pemberi kesan/ Pelaku Persepsi

Bila seseorang memandang suatu objek dan mencoba menginterpretasikan apa yang dilihatnya tersebut, maka interpretasinya akan sangat dipengaruhi oleh karakteristiknya dalam hal ini adalah karakteristik si pemberi kesan / peneliti.

2) Sasaran/ target/ objek

Ciri-ciri pada sasaran / objek yang sedang diamati dapat mempengaruhi persepsi. Orang yang penampilannya sangat menarik / tidak menarik lebih mudah dikenal/ ditandai.

3) Situasi

Situasi atau konteks dimana melihat suatu kejadian/ obyek juga penting. Unsur-unsur lingkungan sangat mempengaruhi persepsi seseorang. Obyek yang sama pada hari berbeda bisa menyisakan persepsi yang berbeda.

c. Indikator-indikator Persepsi

Adapun indikator dari persepsi adalah sebagai berikut:

1) Tanggapan (Respon)

Menurut Kamus Bahasa Indonesia, tanggapan adalah sambutan terhadap ucapan (kritik, komentar, dan lain sebagainya)⁵

⁴ Dwi Ana Ratna Utami, Pengaruh Persepsi Masyarakat Tentang Perbankan Syariah Terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah, (Yogyakarta: Skripsi Jurusan Manajemen Dakwah Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2017), h. 17.

⁵ Dendy Sugono, Pusat Bahasa Departemen Pendidikan nasional, *Kamus Bahasa Indonesia*, (Jakarta: Pusat Bahasa, 2008), h. 1621.

Selanjutnya menurut Suryabrata tanggapan merupakan bayangan yang tinggal dalam ingatan setelah kita melakukan pengamatan. Sedangkan menurut Wasty Soetomo tanggapan didefinisikan sebagai bayangan yang menjadi kesan yang dihasilkan dari pengamatan.⁶

Berdasarkan dari pengertian diatas tanggapan dapat diartikan sebagai hasil yang didapatkan setelah melakukan pengamatan yang dapat diungkapkan atau dituliskan untuk menyampaikannya.

2) Pendapat

Dalam bahasa harian disebut sebagai: dugaan, perkiraan, sangkaan, anggapan, pendapat subjektif “perasaan”.

Adapun proses pembentukan pendapat adalah sebagai berikut:

- a) Menyadari adanya tanggapan atau pengertian karena tidak mungkin kita membentuk pendapat tanpa menggunakan pengertian/ tanggapan.
- b) Menguraikan tanggapan/pengertian, misalnya: kepada seorang anak diberikan sepotong karton berbentuk persegi empat. Dari tanggapan majemuk itu (sepotong, karton, kuning, persegi empat) dianalisa. Kalau anak tersebut ditanya apakah yang kau terima? Mungkin jawabannya hanya “karton kuning” karton kuning adalah suatu pendapat.
- c) Menentukan hubungan logis antara bagian-bagian setelah sifat-sifat dianalisa, berbagai sifat dipisahkan tinggal dua pengertian saja kemudian satu sama lain dihubungkan, misalnya menjadi “karton kuning”. Beberapa pengertian yang yang dibentuk menjadi suatu

⁶Liana Noor Fadlillah, Tanggapan siswa terhadap pembelajaran Al-Islam Kemuhammadiyah di SMP Muhammadiyah Cilongok,(Purwekerto: Skripsi Program Studi Pendidikan Agama Islam Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Purwekerto,2017), h.8.

pendapat yang dihubungkan dengan sembarangan tidak akan menghasilkan suatu hubungan logis dan tidak dapat dinyatakan dalam suatu kalimat yang benar. Suatu kalimat dinyatakan benar dengan ciri adanya pokok (subjek) dan adanya sebutan (predikat)

3) Penilaian

Bila memprediksikan sesuatu maka kita memilih pandangan tertentu tentang hal yang dipersepsikan. Sebagaimana yang dikutip oleh Renato Tagulisi dalam bukunya Alo Liliwery dalam bukunya yang berjudul *Persepsi Teoritis, Komunikasi Antar Pribadi*, menyatakan bahwa persepsi seseorang mengacu pada proses yang membuatnya menjadi tahu dan berfikir, menilai sifat-sifat kualitas dan keadaan internal seseorang.⁷

d. Dimensi Persepsi Bank Syariah

Dimensi yang berperan dalam membentuk persepsi menurut Rikardo Baba dan Ricky Lang yaitu:⁸

1) Pengetahuan tentang Bank Syariah (*Knowledge of Islamic Banking*)

Dimensi ini menunjukkan pengetahuan mengenai perbankan syariah yang meliputi reputasi bank syariah, prinsip operasional bank syariah serta bank syariah hanya untuk pelanggan muslim.

2) Kepercayaan Terhadap Bank Syariah (*Confidence in Islamic Banking*)

⁷ Jamal Latif, Pengaruh Persepsi Dan Preferensi Terhadap Perilaku Pedangang (Studi Kasus Pada Pedagang Nasabah KSPPS Cahaya Mitra Sejahtera),(Semarang: Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang 2017), h.12.

⁸ Dwi Ana Ratna Utami, Pengaruh Persepsi Masyarakat tentang Perbankan Syariah Terhadap Minat Menabung di Bank Syariah (Studi Kasus Pada Masyarakat Muslim Kuman Wijirejo Pandak Bantul),(Yogyakarta:Skripsi Jurusan Manajemen Dakwah Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga 2017), h.21.

Dimensi ini menunjukkan suatu keyakinan terhadap bank syariah bahwa tabungan di bank syariah lebih aman, investasi di bank syariah kurang beresiko serta bank syariah dapat bersaing dengan bank konvensional.

3) Produk dan Layanan Bank Syariah (*Islamic Banking Produk and Services*)

Dimensi ini menunjukkan bahwa bank syariah memiliki pelayanan yang cepat dan efisien, staf bank syariah sopan dan ramah serta bank syariah menyediakan berbagai macam produk dan layanan.

1. Minat Menabung

a. Pengertian Minat Menabung

Pengertian Minat dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia adalah memiliki arti kecenderungan hati yang tinggi terhadap sesuatu, gairah, keinginan.⁹ Jadi harus ada sesuatu yang ditimbulkan, baik dari dalam dirinya maupun dari luar untuk menyukai sesuatu.

Menurut Iskandarwasid dan Dadang Sunendar, minat adalah perpaduan antara keinginan dan kemauan yang dapat berkembang.¹⁰ Minat adalah kecenderungan seseorang yang tetap memperhatikan dan mengenang beberapa kegiatan. Kegiatan yang diminati seseorang dan diperhatikan secara terus-menerus yang disertai dengan rasa senang.¹¹ Minat juga dapat dikatakan sebagai kecenderungan dalam diri individu untuk tertarik pada sesuatu objek atau menyenangkan sesuatu objek.¹²

⁹ Kamus Besar Bahasa Indonesia, <https://kbbi.web.id/minat>, Diakses pada tanggal 09 Juni 2020.

¹⁰ Iskandarwasid & Dadang Sunendar, *Strategi Pembelajaran Bahasa*, (Bandung: Rosda, Cet. Ke-3, 2011), h. 113.

¹¹ Slameto, *Belajar dan Faktor-faktor yang Mempengaruhi Hasil Belajar*, (Salatiga : Bina Aksara, 1987), h.180

¹²Sumadi Suryabrata, *Psikologi Kepribadian*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 1988), h.109.

Berdasarkan pengertian diatas minat merupakan suatu keinginan atau kemauan yang ingin dilakukan seseorang terhadap sesuatu yang membuatnya tertarik.

Menabung adalah menyimpan sebagian uang untuk digunakan di masa yang akan datang, Menabung adalah tindakan yang dianjurkan oleh Islam, karena dengan menabung berarti seorang muslim mempersiapkan diri untuk pelaksanaan masa yang akan datang sekaligus untuk menghadapi hal-hal yang tak diinginkan.¹³

Dalam Islam kita dianjurkan untuk menabung dan sebaliknya dilarang untuk boros atau berfoya-foya, sesuai dengan firman Allah dalam Surah Al-Isra' ayat 26:

وَأَتِ ذَا الْأَرْثِ حَقَّهُ، وَالْمِسْكِينَ وَابْنَ السَّبِيلِ وَلَا تُبَذِّرْ تَبْذِيرًا

Terjemahnya:

*“Dan berikanlah kepada keluarga-keluarga yang dekat akan haknya, kepada orang miskin dan orang yang dalam perjalanan dan janganlah kamu menghambur-hamburkan (hartamu) secara boros.”*¹⁴

Berdasarkan ayat di atas kita dianjurkan untuk mempergunakan harta sebaik-baiknya, dan menabung adalah salah satu cara untuk mempergunakan harta untuk berjaga-jaga di masa yang akan datang.

Ekonomi Islam mengajarkan adanya ekonomi rasional yang dalam perspektif Islam bermakna konsisten dalam ekonomi, yang kontennya tidak mengandung haram, *israf, tabdzir, mudarat* kepada masyarakat.¹⁵

¹³ Khotibul Umam, *Perbankan Syariah: Dasar-dasar dan Dinamika Perkembangannya di Indonesia*, (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2016), h.89

¹⁴ QS. al Isra' /17:26

¹⁵ An Ras Try Astuti, *Ekonomi Berkeadilan (Biografi dan Pemikiran Baqir al-Sadr)*, 2019, h.45.

Sesuai dengan pragraf di atas baik bagi masyarakat atau pribadi kita dianjurkan untuk menjauhi sifat *israf* maupun *tabdzir* yang artinya boros atau sangat berlebih-lebihan, dengan menabung perilaku tersebut dapat dihindari dengan menyisihkan sebagian uang untuk persiapan hal yang tak terduga.

Dalam hadits yang diriwayatkan oleh Imam Ahmad bin Hambal juga dijelaskan:

حَدَّثَنَا بَهْزٌ حَدَّثَنَا حَمَّامٌ عَنْ قَتَادَةَ عَنْ عَوْرُونَ شُعَيْبٍ عَنْ أَبِيهِ عَنْ جَدِّهِ ، أَنَّ رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ قَالَ: كُلُوا وَاشْرَبُوا وَتَصَدَّقُوا وَالْبَسُوا فِي غَيْرِ مَحِيلَةٍ وَلَا سُرْفٍ، إِنَّ اللَّهَ يُحِبُّ أَنْ تُرَا نِعْمَتَهُ عَلٰى عَبْدِهِ. (رواه احمد بن حمبال)

Artinya:

“Bahz menceritakan kepada kami, Hammam menceritakan kepada kami, dari Qatadah, dari Amru bin Syu`aib, dari bapaknya, dari kakeknya, bahwasanya Rasulullah Saw bersabda, “*makanlah, minumlah, bersedekahlah, dan pakilah pakaian, dengan tidak sombong dan boros. Sesungguhnya Allah menyukai diperlihatkan nikmat-Nya pada hambanya.* (Diriwayatkan oleh Ahmad bin Hambal).”¹⁶

Menabung adalah tindakan yang dianjurkan oleh Islam, karena dengan menabung berarti seorang muslim mempersiapkan diri untuk pelaksanaan perencanaan masa yang akan datang sekaligus untuk menghadapi hal-hal yang tidak diinginkan. Dalam al-quran terdapat ayat-ayat yang secara tidak langsung telah memerintahkan kaum muslimin untuk mempersiapkan hari esok secara lebih baik.¹⁷

Hal ini juga terdapat dalam Al-Qur'an Surah Yusuf ayat 47:

قَالَ تَزْرَعُونَ سَبْعَ سِنِينَ دَأَبًا فَمَا حَصَدْتُمْ فَذَرُوهُ فِي سُنْبُلِهِ إِلَّا قَلِيلًا مِمَّا تَأْكُلُونَ

¹⁶ Imam Ahman Ibn Hanbal, *Musnad* J.6 (Kairo: Darul Hadis, 1995), h.255

¹⁷ Muhammad Syafii Antonio, *Bank Syariah* (Jakarta: Gema Insani, 2001), h.153.

Terjemahnya:

Yusuf berkata: “Supaya kamu bertanam tujuh tahun (lamanya) sebagaimana biasa; maka apa yang kamu tuai hendaklah kamu biarkan dibulirnya kecuali sedikit untuk kamu makan.”¹⁸

b. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat

Minat pada hakekatnya merupakan sebab akibat dari pengalaman. “Minat berkembang sebagai hasil dari pada suatu kegiatan dan akan menjadi sebab akan dipakai lagi dalam kegiatan yang sama” .

Menurut crow ada beberapa faktor yang mempengaruhi minat, Faktor-faktor tersebut adalah sebagai berikut:¹⁹

1) Faktor Dorongan dari Dalam (Motivasi Intrinsik)

Yaitu rasa ingin tahu atau dorongan untuk menghasilkan sesuatu yang baru dan berbeda. Dorongan ini dapat membuat seseorang berminat untuk mempelajari ilmu mekanik, melakukan penelitian ilmiah, atau aktivitas lain yang menantang.

2) Faktor Motivasi Sosial

Yakni minat dalam upaya mengembangkan diri dari dalam ilmu pengetahuan, yang mungkin diilhami dari hasrat untuk mendapatkan kemampuan dalam bekerja, atau adanya hasrat memperoleh penghargaan dari keluarga atau teman.

3) Faktor Emosional

¹⁸QS. Yusuf /12:47

¹⁹Faozan Fikri, Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Mahasiswa Keperawatan S1 Dalam Mengambil Program Studi Keperawatan S1 di Fakultas Ilmu Kesehatan UMP, (Purwekerto: Skripsi Sarjana Fakultas Ilmu Kesehatan UMP 2015), h.12.

Yakni minat yang berkaitan dengan perasaan dan emosi. Misalnya keberhasilan akan menimbulkan perasaan puas dan meningkatkan minat, sedangkan kegagalan dapat menghilangkan minat seseorang.

c. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat Menabung di Bank Syariah

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Uniyanti ada beberapa faktor yang mempengaruhi minat menabung di bank syariah sebagai berikut:²⁰

1) Religi

Religiusitas berasal dari kata *region* (agama). Menurut Harun Nasution pengertian agama berasal dari kata *al-Din*, yang berarti undang-undang atau hukum, adapun kata agama terdiri a = tidak, gama = pergi mengandung arti tidak pergi, tetap ditempat atau diwarisi secara turun temurun. Kenyatannya, agama merupakan sistem ajaran yang dimaksudkan untuk mengikat tata perilaku manusia agar tetap dalam keadaan damai dan tentram serta agama tersebut dipegang oleh masyarakat dan diwariskan secara turun-temurun. Kemudian dalam bahasa Arab, kata ini mengandung arti menguasai, menundukkan, patuh, utang, balasan, kebiasaan. Sedangkan dari kata *religi* (latin) atau *relegere* berarti mengumpulkan dan membaca. Sedangkan religius menurut Islam adalah menjalankan ajaran agama secara menyeluruh.

2) Pendapatan

Keynes berpendapat bahwa tabungan adalah bagian dari pendapatan yang tidak dikonsumsi pada periode yang sama. Dalam ilmu ekonomi, tabungan dapat

²⁰ Uniyanti. *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Menabung Di Bank Syariah*” (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar), (Makassar: Skripsi Sarjana Jurusan Ekonomi Islam pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar), h.22.

dituliskan dengan rumus: $S = Y - C$, yang berarti tabungan dapat dicari dengan cara mengurangi pendapatan dengan konsumsi.

Keynes berpendapat bahwa besarnya tabungan yang dilakukan oleh rumah tangga bukan tergantung pada tinggi rendahnya suku bunga tapi tergantung pada besar kecilnya tingkat pendapatan rumah tangga itu.²¹

Dari teori ekonomi di atas, dapat dinyatakan semakin tinggi pendapatan maka hasrat atau keinginan untuk menabung akan semakin tinggi. Sebaliknya, jika pendapatan menurun maka keinginan atau peluang untuk bisa menabung akan semakin rendah. Sehingga pendapatan berpengaruh positif dengan intensi menabung. Sejalan dengan penjelasan teori di atas, permintaan untuk menabung di bank syariah juga dipengaruhi oleh besarnya pendapatan. Semakin besar pendapatan, maka permintaan untuk menabung di bank syariah akan semakin tinggi. Hal ini berarti bahwa pendapatan berpengaruh positif terhadap intensi menabung di bank syariah.

3) Informasi Produk Bank Syariah

Informasi merupakan hasil dari komunikasi, baik komunikasi langsung maupun tidak langsung. Dengan adanya informasi, berarti seseorang semakin mengenal suatu objek. Informasi juga dapat membangkitkan minat seseorang untuk mengonsumsi suatu produk. Seseorang yang aktif mencari informasi tentang suatu produk, biasanya mempunyai minat yang lebih tinggi terhadap produk tersebut daripada orang yang pasif mencari informasi. Informasi merupakan salah satu dari tiga *background factors* yang ada di *Theory of Planned Behavior*, selain faktor pribadi dan sosial. Informasi dalam penelitian ini meliputi pengalaman,

²¹ Hermanto Dwiymoko, *Peran Transportasi Perkeretaapian: Dalam Pembangunan Nasional Melalui Analisis Input-Output* (Jakarta, Prenada Media: 2018), h.29.

pengetahuan, dan pemberitaan media massa. Hubungan antara informasi dengan intensi menabung di bank syariah merupakan hubungan yang sifatnya berbanding lurus. Seseorang yang mempunyai informasi tentang bank syariah lebih banyak, atau seseorang yang lebih aktif mencari informasi mengenai bank syariah, biasanya mempunyai keinginan untuk menabung di bank syariah lebih tinggi daripada orang yang tidak. Oleh karena itu, dapat dikatakan bahwa informasi berpengaruh positif terhadap intensi menabung di bank syariah.

4) Lokasi (tempat)

Lokasi menunjukkan berbagai kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan untuk menjadikan produk dapat diperoleh dan tersedia bagi konsumen sasaran. Ada tiga aspek pokok yang berkaitan dengan keputusan-keputusan tentang distribusi, yakni: “sistem transportasi perusahaan, system penyimpanan, dan pemilihan saluran distribusi”.

5) Promosi

Promosi merupakan insentif jangka pendek untuk mendorong pembelian atau penjualan dari suatu produk atau jasa.²²

Kegiatan promosi yang dilakukan suatu perusahaan merupakan kombinasi yang terdapat dari unsur-unsur atau peralatan promosi, yang mencerminkan pelaksanaan kebijakan promosi dari perusahaan tersebut. Kombinasi dari unsur unsur atau peralatan promosi ini dikenal dengan apa yang disebut promotion mix. Dengan kegiatan promosi yang dilakukan, perusahaan akan berusaha untuk membujuk calon pembeli dan langganan untuk melakukan pembelian atas produk

²² Nurul Huda DKK, *Pemasaran Syariah: Terori & Aplikasi*, (Depok, Kencana: 2017), h.18.

yang dipasarkan, dalam hal ini perusahaan melakukan komunikasi dengan para konsumen.

d. Dimensi Minat Menabung

Dimensi yang mempengaruhi minat menabung Umi Widyastuti:²³

1) Tujuan Menabung (*Saving for Purpose*)

Dimensi ini menghasilkan keinginan menyimpan uang di bank syariah untuk pengeluaran tak terduga, menghemat uang untuk pengeluaran tak terduga, menghemat uang untuk beberapa bulan yang akan datang, mencapai tujuan masa depan, serta sebagai alat untuk mencapai tujuan penting dalam jangka panjang.

2) Risiko Menabung (*Saving for a Risk*)

Dimensi ini menunjukkan bahwa kesediaan menggunakan produk jika terdapat keuntungan besar, keinginan untuk mencapai banyak keuntungan sehingga berniat untuk mengambil resiko dengan menabung, kesediaan untuk mengambil resiko untuk sesuatu dalam hidup serta keinginan menyimpan uang dengan mengambil risiko karena hanya untuk memuaskan rasa ingin tahu.

3) Hambatan Menabung (*Saving Barriers*)

Dimensi ini menunjukkan bahwa menabung dianggap sebagai suatu kegiatan yang tidak perlu, dianggap menjadi kegiatan yang membosankan serta dianggap tidak perlu menabung dalam waktu dekat.

B. Tinjauan Hasil Penelitian yang Relevan

²³Dwi Ana Ratna Utami, *Pengaruh Persepsi Masyarakat tentang Perbankan Syariah Terhadap Minat Menabung di Bank Syariah* (Studi Kasus Pada Masyarakat Muslim Kuman Wijirejo Pandak Bantul),(Yogyakarta:Skripsi Jurusan Manajemen Dakwah Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga 2017), h.24.

Dari penelusuran yang dilakukan oleh calon peneliti, ada 3 penelitian yang dicantumkan pada tinjauan hasil penelitian yang relevan.

Penelitian yang dilakukan oleh Eva Yasika Wijayati, Jurusan Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Negeri (IAIN) Ponorogo, yang berjudul “*Pengaruh Persepsi dan Pengetahuan Terhadap Minat Menabung di Bank Syariah Pada Masyarakat Dukuh Krajan Pulosari Jambon Ponorogo*”

Hasil dari penelitian yang dilakukannya menunjukkan bahwa (1) Persepsi berpengaruh secara signifikan terhadap minat menabung di bank syariah yang dibuktikan dengan nilai sig $0,002 < 0,05$ (2) pengetahuan berpengaruh secara signifikan terhadap minat menabung di bank syariah yang dibuktikan dengan nilai sig $0,000 < 0,05$ (3) Secara simultan persepsi dan pengetahuan berpengaruh secara signifikan terhadap minat menabung di bank syariah yang dibuktikan dengan nilai sig $0,000 < 0,05$.²⁴ Terdapat persamaan dan perbedaan pada penelitian ini. Persamaanya menggunakan metode kuantitatif dan variabel bebas yang sama yaitu persepsi begitupun dengan variabel terikatnya keduanya menggunakan minat menabung sebagai variabel terikat. Perbedaannya terdapat dua variabel bebas pada penelitian penulis yaitu hanya persepsi sedangkan dalam penelitian ini menggunakan persepsi dan pengetahuan serta terdapat pula perbedaan pada objek penelitiannya, objek penelitian penulis pada guru pondok pesantren di Sidrap, sedangkan dalam penelitian ini objek penelitiannya masyarakat Dukuh Krajan Pulosari Jambon Ponorogo.

Penelitian yang telah dilakukan oleh Nurul Saraswati, Jurusan D3 Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang, yang berjudul

²⁴ Eva Yasika Wijayati. *Pengaruh Persepsi dan Pengetahuan Terhadap Minat Menabung di Bank Syariah Pada Masyarakat Dukuh Krajan Pulosari Jambon Ponorogo*. (Skripsi Sarjana: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Negeri (IAIN) Ponorogo, 2019), h.1.

“Pengaruh Pengetahuan Masyarakat terhadap Minat Menjadi Nasabah Bank Muamalat KCP Magelang (Studi Kasus pada Masyarakat Kota Magelang)”.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel pengetahuan masyarakat memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap minat menjadi nasabah. Hal ini dibuktikan bahwa variabel pengetahuan konsumen dengan nilai t hitung untuk variabel pengetahuan diperoleh sebesar 12,100 sedangkan signifikansinya 0,000 (lebih kecil dari taraf signifikan 0,05). Dan dari hasil uji koefisien determinasi model summary diperoleh nilai R Square (R^2) adalah 0.599 atau 59,9%, jadi sebesar 59,9% pengambilan keputusan menjadi nasabah di Bank Muamalat KCP Magelang dipengaruhi oleh variabel pengetahuan masyarakat.²⁵

Persamaan pada penelitian ini dengan penelitian penulis terdapat pada metode penelitiannya yaitu menggunakan metode kuantitatif, selain dari metode yang sama, variabel bebas dan variabel terikatnya juga sama hanya menggunakan satu variabel. Perbedaannya, variabel bebas yang digunakan penulis adalah persepsi sedangkan dalam penelitian ini variabel bebasnya adalah pengetahuan, begitupun pada variabel terikatnya variabel yang digunakan penulis adalah minat menabung sedangkan dalam penelitian ini variabel terikat yang digunakan adalah minat menjadi nasabah, perbedaan yang lain juga terdapat pada objek penelitian, objek penelitian penulis adalah guru pondok pesantren di kabupaten Sidrap, sedangkan dalam penelitian ini yang menjadi objek penelitian adalah masyarakat Kota Magelang.

Penelitian yang dilakukan oleh Nurngaeni, Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Purwokerto, yang

²⁵ Nurul Saraswati. Pengaruh Pengetahuan Masyarakat terhadap Minat Menjadi Nasabah Bank Muamalat KCP Magelang (Studi Kasus pada Masyarakat Kota Magelang). (Semarang: Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang, 2016), h.ix.

berjudul “*Pengaruh Pengetahuan Dan Persepsi Mahasiswa Tentang Perbankan Syariah Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Di Bank Syariah (Studi Kasus Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Purwokerto)*”.²⁶

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa variabel pengetahuan dan persepsi memiliki pengaruh baik secara parsial maupun simultan terhadap keputusan menjadi nasabah di bank syariah. Pada uji R Square, menjelaskan bahwa variabel pengetahuan dan persepsi memiliki pengaruh terhadap variabel keputusan menjadi nasabah di bank syariah sebesar 53,9%. Sedangkan sisanya sebesar 46,1% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian ini. Persamaan yang terdapat dalam penelitian ini dengan penelitian penulis terdapat pada metodenya yaitu menggunakan metode kuantitatif serta salah satu dari variabel bebasnya sama dengan yang digunakan oleh penulis yaitu persepsi. Perbedaan dari kedua penelitian ini terdapat pada variabel bebasnya dimana pada penelitian ini menggunakan dua variabel bebas yaitu pengetahuan dan persepsi sedangkan penulis hanya menggunakan satu variabel saja yaitu persepsi, begitupun dengan variabel terikatnya pada penelitian ini menggunakan keputusan menjadi nasabah sedangkan penulis menggunakan minat menabung, selain dari itu perbedaannya juga terdapat pada objek penelitiannya, pada penelitian ini yang menjadi objek penelitian adalah Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Purwokerto sedangkan yang menjadi objek penelitian penulis adalah guru pondok pesantren di kabupaten Sidrap.

²⁶ Nurngaeni. *Pengaruh Pengetahuan Dan Persepsi Mahasiswa Tentang Perbankan Syariah Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Di Bank Syariah (Studi Kasus Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Purwokerto)*. (Puewekweto: Skripsi Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Purwekerto 2018), h.xii.

C. Kerangka Pikir

Kerangka pikir adalah model konseptual hubungan antar variabel penelitian. Menurut Rianse dan Abdi kerangka pikir adalah dasar pemikiran dari penelitian yang disintesis dari fakta-fakta, observasi dan telaah kepustakaan-tinjauan pustaka dan landasan teori.²⁷

Kerangka pikir berisi gambaran utama yang mengaitkan tiap-tiap bab dari penelitian. Tujuan dari kerangka pikir adalah untuk memudahkan penyusunan penelitian secara utuh.²⁸

Untuk mengetahui masalah yang akan dibahas, perlu adanya pemikiran yang merupakan landasan dalam meneliti masalah yang bertujuan untuk menemukan, mengembangkan dan menguji kebenaran suatu penelitian. Kerangka berfikir digambarkan sebagai berikut:



²⁷ M.Muchson, *Metode Riset Akuntansi*, (Tuban: Spasi Media, 2017), h.60.

²⁸ Muliadi Anangkota, *Jangan Takut Menulis Skripsi* (Yogyakarta: Deepublish, 2018), h.44.

Gambar 2.1. Bagan Kerangka Pikir

D. Hipotesis Penelitian

Hipotesis adalah pernyataan mengenai satu atau lebih populasi yang perlu dibuktikan keabsahannya melalui prosedur pengujian hipotesis. Pengujian hipotesis merupakan suatu proses melakukan perbandingan antara nilai sampel (berasal dari data penelitian) dengan nilai hipotesis pada data populasi.²⁹

Hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. H_0 = Guru pondok pesantren memiliki persepsi yang baik terhadap perbankan syariah $\geq 80\%$.
 H_1 = Guru pondok pesantren memiliki persepsi yang baik terhadap perbankan syariah $\leq 80\%$.
2. H_0 = Guru pondok pesantren memiliki minat menabung yang baik di bank syariah $\geq 80\%$.
 H_1 = Guru pondok pesantren memiliki minat menabung yang baik di bank syariah $\leq 80\%$.
1. H_0 = Tidak terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara persepsi dan minat menabung guru Pondok Pesantren di bank syariah.
 H_1 = Terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara dan minat menabung persepsi guru Pondok Pesantren di bank syariah.
2. H_0 = Persepsi tidak berpengaruh terhadap minat menabung pada guru pondok pesantren kabupaten Sidenreng Rappang.

²⁹Zainatul Mufarriqoh, *Statistika Pendidikan*, (Surabaya: CV. Jakad Media Publishing, 2018), h.71.

H₁ = Persepsi berpengaruh terhadap minat menabung pada guru pondok pesantren kabupaten Sidenreng Rappang.

E. Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional adalah batasan pengertian yang dijadikan pedoman untuk melakukan suatu kegiatan atau pekerjaan, seperti penelitian. Oleh karena itu definisi ini disebut juga definisi kerja karena dijadikan pedoman untuk melaksanakan suatu penelitian atau pekerjaan. Definisi ini juga disebut definisi subjektif karena disusun berdasarkan keinginan orang yang akan melakukan pekerjaan.³⁰

Definisi ini diberi sifat operasional karena definisi ini memungkinkan pelaksanaan dan pengukuran di lapangan.³¹ Dengan definisi operasional, penelitian dapat terarah dengan diketahuinya apa yang harus dilaksanakan dan apa yang harus diperiksa di lapangan.

1. Persepsi (X)

Persepsi adalah proses mengamati situasi dunia luar dengan menggunakan proses perhatian, pemahaman, dan pengenalan terhadap objek atau peristiwa.

2. Minat Menabung (Y)

Minat menabung adalah kemauan atau keinginan individu untuk menyisihkan sebagian uang untuk digunakan di masa yang akan datang atau digunakan untuk hal penting yang terjadi secara tiba-tiba

³⁰Widjono.Hs,*Bahasa Indonesia Mata Kuliah Pengembangan Kepribadian di Perguruan Tinggi*, (Jakarta: PT.Grasindo,2 007), h.120.

³¹J.D Parera,*Teori Semantik*, (Jakarta: Erlangga, 2006), h.206.