

## **BAB II**

### **LANDASAN TEORI**

#### **A. Perbankan Syariah**

Pada tahun 1960-an pengharaman riba telah menjadi salah satu sentral yang paling banyak didiskusikan oleh para cendekiawan muslim. Hal ini tentunya sangat dipengaruhi oleh kondisi sosial politik masyarakat muslim, gerakan reformis ilmu pengetahuan dari tokoh muslim itu sendiri.

Berdasarkan gerakan terhadap diskusi bunga yang dianggap sebagai riba menjadi sebuah gerakan besar untuk mencapai sebuah modal lembaga keuangan yang tentunya sesuai dengan prinsip islam hal ini menjadi landasan sekaligus alasan mendasar untuk segera dibentuk bank islam.

##### **1. Pengertian Bank Syariah**

Menurut kasmir bank syariaah adalah lembaga keuangan yang memiliki kegiatan untuk menghimpun dana masyarakat dan menyalurkan kembali dana tersebut kepada masyarakat serta memeberikan jasa lainnya.<sup>17</sup>

Setelah disahkannya UU No10 tahun 1988 tentang perubahan atas UU No. 7 tahun 1992 tentang perbankan yang mengatur secara jelas sistem operasionalnya, dengan UU No. 23 tahun 1999 tentang bank

---

<sup>17</sup>Cindhy Audina, R.A Sista Paramita, ” Pengaruh Pelayanan, Lokasi, Pengetahuan, Dan Sosial Terhadap Keputusan Menabung Di Ponorogo” Jurnal Ilmu Manajemen, Jurusan Manejemen Fakultas Ekonomi Universitas Negri Surabaya, Vol.06.No 03, 2018 Hal. 157

sentral disitu bank indonesia dapat menerapkan sistem moneter berdasarkan prinsip syariah. Pada UU No. 10 tahun 1998 memberikan peluang pada bank konvensional untuk membuka cabang bank syariah. Ternyata peluang tersebut disambut antusias oleh masyarakat perbankan.<sup>18</sup>

Di Indonesia bank syariah yang pertama didirikan pada tahun 1992 adalah bank Muamalat Indonesia. Meskipun pada saat itu perkembangan bank syariah begitu lambat di bandingkan dengan Negara-negara muslim lainnya, akan tetapi bank syariah perkembangannya akan terus meningkat. Pada periode 1992-1998 hanya terdapat satu bank syariaah, selanjutnya pada tahun 2005 jumlah bank syariah yang ada di Indonesia menjadi 20 unit yang meliputi 3 unit bank umum syariah dan 17 unit usaha syariah. Sementara itu Bank Pengkreditan Rakyat Syariah (BPRS) pada tahun 2004 bertambah menjadi 88 buah.<sup>19</sup>

Bank syariah dikembangkan sebagai lembaga bisnis keuangan yang melaksanakan usahanya sejalan dengan prinsip dasar ekonomi islam. Tujuan utama ekonomi islam bagi bank syariaah tidak hanya berfokus pada tujuan komersial yang tergambar pada percapainya keuntungan

---

<sup>18</sup>Muhammad, *Bank Syariah Problem dan Prospek Perkembangan di Indonesia*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2005), hlm.4

<sup>19</sup>Adiwarman A. Karim, *Bank Islam, Analisis Fiqih dan Keuangan*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2014), hlm. 25

maksimal, tetapi memberikan kesejahteraan secara luas bagi masyarakat.

Menurut Burhanudin (2010) perbankan syariah adalah suatu sistem yang dijalankan dengan prinsip syariah yang berlandaskan pada Al-Qur'an dan hadist. Di dalam Undang-Undang Perbankan syariah No. 21 Tahun 2008, yang berbunyi bank syariah adalah bank yang menjalankan usahanya berdasarkan prinsip syariah.

Jadi bisa ditarik kesimpulan dari penjeasan diatas, bahwa tugas utama bank syariah yaitu lembaga keuangan yang kegiatannya menghimpun dan menyalurkan dana dengan prinsip syariah, dengan harapan supaya bisa mendorong pembangunan nasional.

## **2. Fungsi Peran Bank Syariah**

Dilihat dari segi fungsi dan peran bank syariah mempunyai fungsi yang berdeda dengan bank konvensional. Banyak yang belum memahami akan fungsi bank syariah dan banyak pula yang masih menyamakan jika fungsi bank syariah itu sama dengan bank konvensional, sehingga akan muncul dampak yang negatif dalam pelaksanaan kegiatan bank syariah. Dari fungsi tersebut disini penulis akan menjelaskan dua fungsi dari bank syariah diantaranya adalah.<sup>20</sup>

---

<sup>20</sup>Wiroso, *Penghimpunan Dana dan Distribusi Hasil Usaha Bank syariah*, (jakarta: PT Gramedia 2005 ), hlm. 4-11

- a. Manager Investasi, yaitu salah satu fungsi terpenting dalam bank syariah ialah manager investasi dan shohibul maal. Jadi apa yang dilakukan oleh bank syariah tentang penyaluran dana akan menumbuhkan resiko kepada shohibul maal dari dana yang telah dihimpun itu. Pada hal ini sangat berbeda dengan bank konvensional pada bank konvensional deposan tidak menanggung resiko tersebut, deposan tetap menerima bunga seperti yang telah diperjanjikan. Besarnya penyaluran dana atau investasi yang dilakukan bank syariah bukanlah suatu indikasi pendapatan bagi hasil besar atau tidaknya yang diterima pemilik dan yang menghimpun. Fungsi ini dapat dilihat dari penghimpunan dana khususnya dana *mudharabah* yang bertindak sebagai manager investor.
- b. Investor, dalam penyaluran dana baik dalam prinsip bagi hasil *mudharabah* maupun *musyarokah* prinsip *ujroh ijarah* atau *ijarah mutahia bittamlik* dan sebagainya, bank syariah hanya sebagai investor pemilik dana, maka dari itu bank syariah harus melakukan prinsip-prinsip tersebut dan tidak boleh melanggar syariat islam.
- c. Penyedia jasa keuangan dan lalu lintas pembayaran, bank syariah dapat melakukan kegiatan-kegiatan jasa-jasa layanan perbankan sebagaimana lazimnya.

- d. Pelaksana kegiatan sosial, sebagai ciri yang melekat pada entitas keuangan syariah, bank syariah juga memiliki kewajiban untuk mengeluarkan dan mengelola zakat serta dana-dana sosial lainnya.

### **3. Landasan Hukum Perbankan Syariah di Indonesia**

Peraturan perundang-undangan Indonesia terhadap ruang gerak perbankan syariah terdapat beberapa peraturan perundang-undangan diantaranya adalah.<sup>21</sup>

- a. UU No.10 tahun 1998 tentang perbankan atas UU No.7 tahun 1992 tentang perbankan.
- b. UU No.23 tahun 1999 tentang bank sentral. Undang undang ini memberi peluang bagi BI untuk menerapkan kebijakan moneter berdasarkan prinsip syariah.
- c. Surat keputusan direksi bank Indonesia No. 32/33/KEP/DIR tanggal 12 mai 1999 tentang bank umum dan keputusan Direksi bank Indonesia No. 32/34/KEP/DIR tanggal 12 mai 1999 tentang bank umum berdasarkan prinsip syariah. Dari kedua peraturan tersebut mengatur kelembagaan bank syariah yang meliputi tentang peraturan tata cara pendirian, kepemilikan, kepengusahaan dan kegiatan usaha bank.

---

<sup>21</sup>Edi Wibowo, Untung Hendy Widodo, *Mengapa Memilih Bank Syariah*. (Ghalia Indonesia, 2005)Hlm. 35-36

- d. Undang-Undang Republik Indonesia No. 21 tahun 2008 tentang perbankan syariah.
- e. Peraturan lainnya yang diterbitkan oleh bank Indonesia dan lembaga lainnya sebagai pendukung operasional bank syariah yang meliputi ketentuan yang berkaitan dengan pelaksanaan tugas bank sentral, ketentuan standar akuntansi dan audit, ketentuan pengaturan perselisihan perdata antara bank dan nasabah, standarisasi fatwa produk bank syariah, dan peraturan pendukung lainnya.

#### 4. Perbedaan pendapat tentang bunga bank

Terdapat pro dan kontra terhadap metode penerapan bunga. Terdapat alasan yang menjadi pendukung maupun penolak penerapan metode bunga. Terdapat alasan yang menjadi pendukung maupun menolak metode bunga diantaranya adalah sebagai berikut:<sup>22</sup>

##### a. Alasan pendukung penerapan metode bunga

Masyarakat mendukung penerapan metode Bunga pada umumnya berpendapat bahwa bunga atas pinjaman adalah hal yang sangat wajar, bahkan banyak yang berkata bahwa itu seharusnya ada. Pendukung lainnya berargumen bahwa bunga dapat dibenarkan karena dalam perekonomian sering terjadi inflasi yang menyebabkan penurunannya nilai mata uang. Argumen lainnya yaitu *time preference of money theory*, yaitu jumlah mata uang pada masa kini mempunyai

---

<sup>22</sup>*Ibid*, hlm. 2-4

nilai yang lebih tinggi dari jumlah yang sama [pada suatu saat nanti, maka dari itu bunga diperlukan untuk mengimbangi penurunan nilai mata uang.

b. Alasan yang menolak penerapan metode bunga

1. *Aristoteles* menolak pinjam-meminjam uang dengan bunga karena dapat membuat orang tergoda untuk mengejar keuntungan dan dapat menumpuk kekayaan dan menyebabkan uang menjadi tidak produktif dan hanya menimbulkan kesenjangan antara yang kaya dan yang miskin. Karena pada umumnya fungsi uang yaitu sebagai alat tukar bukan untuk menghasilkan tambahan melalui bunga.
2. Dilihat dari aspek sosialnya penerapan metode bunga ini menimbulkan akibat yang kurang baik, karena bunga meningkatkan kecenderungan dikuasainya kekayaan segolongan orang kecil saja dan menghilangkan kepedulian terhadap sesama.

c. Pendapat ulama

Pendapat ulama yang dominan diwakili oleh organisasi Muhammadiyah dan Nahdatul Ulama yang memiliki jumlah umat terbesar, yaitu sebagai berikut:<sup>23</sup>

---

<sup>23</sup>*Ibid*, hlm. 5-6

1. Majelis Tajrih Muhammadiyah dalam majelis tajrih sidoarjo (1968) memutuskan:

- a) Riba hukumnya haram dengan sharih Al-Qur'an dan As Sunah
- b) Bank yang menggunakan system riba hukumnya haram, dan sebaliknya bank yang tidak menggunakan riba hukumnya halal.
- c) Bunga yang diberikan oleh bank-bank milik Negara kepada para nasabahnya satu sebaliknya yang selama ini berlaku termasuk perkara mustabihat.

2. Lajnah bahsul masi'il Nahdatul Ulama mencapai kesepakatan bahawa dalam kenyataanya memang berbeda pendapat mengenai bunga bank yaitu:

- a) Bunga bank sama dengan riba secara mutlak

Bunga sama dengan riba sehingga haram, namun boleh dipungut sementara sistem perbankan yang islami belum beroperasi.

- b) Bunga bank tidak sama dengan riba

Karena bunga konsumsi sama dengan riba sehingga haram, bunga produktif tidak sama dengan riba sehingga halal, bunga yang dari giro dan deposito itu diperbolehkan karena ditetapkan terlebih dahulu secara umum.

c) Bunga bank hukumnya *syubhat*

Majelis Ulama Indonesia (MUI) dalam loka karya bunga bank dan perbankan pada tanggal 19-22 agustus 1990 telah membahas status bunga bank dan merumuskan pro-kontra bunga diantaranya adalah:

1) Surat Al-Imron ayat 130

*“Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu memakan Riba dengan berlipat ganda dan bertaqwalah kamu kepada Allah supaya kamu mendapatkan keberuntungan”*

2) Surat Al-Baqarah ayat 276

*“Allah memusnahkan Riba dan menyuburkan sedekah dan Allah tidak menyukai setiap orang yang tepat dalam kekafiran dan selalu berbuat dosa”*

3) Surat Al-Baqarah ayat 278

*“Hai orang-orang yang beriman bertaqwalah kepada Allah dan tinggalkan sisa riba (yang belum dipungut) jika kamu orang-orang yang beriman.”*

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa bank yang beroperasi sesuai dengan prinsip syariah islam khususnya yang menyangkut tata cara bermuamalah secara Islam dalam tata

cara bermuamalat itu dijauhi praktek-praktek yang dikhawatirkan mengandung unsur riba untuk diisi dengan kegiatan investasi atas dasar bagi hasil dan pembiayaan perdagangan.<sup>24</sup>

## **B. Pemahaman Prinsip Tabungan Syariah**

### **1. Pengertian Tabungan**

Sesuai surat edaran Direksi Bank Indonesia No. 22/UPG/1989, tabungan yaitu simpanan pihak ketiga yang biberikan kepada bank dan penarikannya hanya bisa dilakukan dengan cara datang kebank atau alat yang disediakan oleh bank seperti mesin ATM. Pada bank syariah proses penghimpunan dana dapat dilakukan dengan bentuk Giro, Tabungan dan Deposito.

### **2. Pengertian Pemahaman Prinsip Tabungan Syariah**

Yaitu pengertian atau pemahaman yang benar mengenai prinsip suatu tabungan atau simpanan yang ada pada bank syariah. Pengetahuan atau pemahaman suatu perubahan dalam perilaku suatu indivisu yang berasal dari pengalaman. Pemahaman adalah informasi yang telah dikombinasikan dengan pengetahuan dan potensi untuk mendaki yang lantas melekat dibenak seseorang.

---

<sup>24</sup>Karnaen Perwata Atmadja dkk, *Apa dan Bagaimana Bank Islam*, (Yogyakarta: Dana Bakti Wakaf, 1992), hlm. 2

Menurut Ujang Sunarman pengetahuan atau pemahaman kumpulan dari berbagai macam informasi mengenai sebuah produk yang meliputi kategori produk, merek, teknologi produk, atribut dan fitur produk, harga produk, dan kepercayaan mengenai produk. Karena semakin tinggi tingkat pengetahuan yang dimiliki maka semakin tinggi pula tingkat penjualan.<sup>25</sup> Dalam penelitian yang dilakukan oleh Resmawan menyatakan bahwa tingkat pengetahuan atau pemahaman yang dimiliki oleh konsumen tentang sebuah produk bank syariah tidak hanya akan mempengaruhi perilaku mereka dalam mencari informasi mengenai hal tersebut.

#### **a. Jenis-jenis pemahaman**

Menurut Polya dikutip oleh (Herdian) pada penelitian Gani 2016 terdapat empat jenis pemahaman, yaitu sebagai berikut:

- 1) Pemahaman mekanial, yaitu dapat mengingat dan menerapkan sesuatu secara rutin atau perhitungan sederhana.
- 2) Pemahaman induktif, yaitu dapat mencoba sesuatu dalam kasus sederhana dan tahu bahwa sesuatu itu berlaku dalam kasus serupa.
- 3) Pemahaman rasional, yaitu dapat membuktikan kebenaran akan sesuatu.

---

<sup>25</sup>Ujang Sumarwan, *Perilaku konsumen teori dan penerapannya dalam pemasaran*, (Bogor selatan: Ghalia Indonesia, 2004), hlm. 120

- 4) Pemahaman intuitif, yaitu dapat memperkirakan kebenaran sesuatu tanpa ragu-ragu sebelum menganalisis secara analitik.

Selain itu menurut Sudjana (2016), terdapat tiga jenis pemahaman yakni sebagai berikut:

- 1) Terjemahan

Pemahaman jenis ini merupakan kemampuan untuk memahami suatu ide yang dinyatakan dengan cara lain dari pernyataan aslinya yang dikenal sebelumnya.

- 2) Penafsiran

Penafsiran merupakan kemampuan menghubungkan bagian-bagian terdahulu dengan yang diketahui berikutnya, dapat menghubungkan beberapa bagian dari grafik dengan kejadian atau dapat membedakan yang pokok dari yang bukan pokok.

- 3) Ekstrapolasi

Pemahaman jenis ekstrapolasi adalah kemampuan melihat sesuatu yang tertulis. Membuat ramalan tentang konsekuensi suatu hal yang dapat memperluas persepsinya dalam arti waktu, dimensi, kasus atau masalah.

### **3. Prinsip Tabungan Syariah**

Pada bank syariah memiliki dua prinsip tabungan yaitu *Wadiah* dan *Mudharabah*.

#### a. Prinsip *Wadiah*

##### 1. Pengertian *Wadiah*

*Al-Wadiah* dalam segi bahasa bisa diartikan sebagai meninggalkan atau meletakkan, dengan maksud meninggalkan ataupun meletakkan sesuatu kepada orang lain untuk dijaga.

*Wadiah* adalah titipan uang nasabah kepada bank, dan bank bertuga menjaga dan mengembalikan titipan tersebut apabila nasabah menghendaki.<sup>26</sup>

##### 2. Dasar Hukum *Wadiah*

Al-Qur'an

(a) Sesungguhnya Allah menyuruh kamu untuk menyampaikan amanat atau titipan kepada yang berhak menerima (QS.An-Nisaa (4): 58)

(b) Maka jika sebagian kamu mempercayai sebagian yang lain, maka hendaknya yang dipercayai itu menunaikan amanatnya (utangnya) dan hendaklah ia bertakwa kepada Allah (QS.Al-Baqarah: 283)

---

<sup>26</sup>Wiroso, *Penghimpunan Dana dan Distribusi hasil Usaha Bank Syariah*, (Jakarta: Grasindo, 2005), hlm. 22

Al-Hadist

(a) Dari Abu Humairah, meriwalkan bahwa Rasulluallh SAW bersabda, sesungguhnya amanatn (titipan) kepada yyang berhak menerimannya dan jangan membalas khianat kepada orang lain yang telah menghianatimu.

Ijma'

Para ulama telah bersepakat memperbolahkan *Wadiah* karena pada umumnya masyarakat di Indonesia membutuhkan akad *wadiah* ini.

### 3. Jenis-jenis Wadiah

Akad *Wadiah* ini dikategorikan pada 2 jenis, perbedaan dari 2 jenis akad *Wadiah* ini adalah boleh tidaknya penerima titipan itu memanfaatkan barang yang dititikan itu.<sup>27</sup>

#### a. *Wadiah Yad Amanah*

Pada *Wadiah Yad Amanah* ini si penerima titipan tersebut tidak boleh menggunakan/memanfaatkan barang yang telah dititikan tersebut, si penerima hanya juga tidak berhak menerima resiko tersebut selama bukan dari kelalian di penerima titipan itu. Dan penerima titipan boleh menerima ujroh dari pemilik.

---

<sup>27</sup>*Ibid.*, hal 22-23

*b. Wadiah Yad Dhomanah*

Pada *Wadiah Yad Dhomanah* si penerima titipan boleh mengguakan atau memanfaatkan barang yang dititipkan itu tetapi dengan ijin si pemilik titipan. Dan si pemilik titipan itu bisa mendaptkan bonus apabila menafaatan barang itu menghasilkan keuntungan. Dan resiko kerugian tersebut keseluruhan menjadi tanggung jawab di penerima titipan

**4. Wadiah dalam praktik lembaga keuangan syariah**

*Wadiah* dalam praktik di bank syariah ada 2 produk yang ditawarkan kepada para nasabah yaitu *Wadiah Yad Amanah* dan *Wadiah Yad Dhomanah* pada prinsipnya barang yang telah dititipkan tidak boleh di dimanfaatkan oleh pihak yang dititipi, dan apabila terjadi resiko atas kelalain si penitip itu ditanggung oleh pemilik harta tersebut,tetapi apabia terjadi kerugaian ayang diakibatkan oleh pihak bank maka kerrugian tersebut ditanggung oleh bank.

Pihak bank juga mengenakan biaya administrasi pada saat pendaftaran barang yang dititipkan. Pada bank syariah juga terdapat dua bentuk *Wadiah* dalam praktiknya yatitu 1) Rekening sementara, 2) Rekening simpanan. Rekening sementara yaritu nasabah bisa mengambil unag sewaktu-

waktu tanpa leluasa dan tidak perlu menggunakan cek, maka dari itu bank juga mengenakan biaya administrasi atas rekening tersebut, sebagai upah simpanana tersebut. Pada bank syariah juga terdapat dua jenis pendanaan dengan prinsip *Wadiah* yaitu sebagai beriku:

1. *Giro Wadiah*

*Giro Wadiah* adalah suatu produk pendanana yang ada pada bank syariah yang berbentuk rekening giro. Simpanan atau titipan yang penarikan atau pengambilannya bisa dilkuakan setiap saat, sebbenarnya pada dasarnya *giro Wadiah* yang ada pada bank syatriah itu hampir sama dengan yang ada di bank konvensional. Fasilitas yang telah disediakan pada bank syariah pada saat penarikan yaritu, cek, bilyat giro, kartu ATM.

Sebenarnya pada praktiknya ada *giro Wadiah* yang memberikan bonus ada juga yang tidak seperti yang telah dijelaskan diatas semua tergantung dari si penitip apabila si penitip tersebut bersedia apabila uang yang dititipkan itu boleh digunakan atau dimanfaatkan dan menghasilkan keuntung maka, si penitip tersebut mendapatkan bonus dari bank tetapi bonus tersebut tidak

disebutkan diawal, tetapi sesuai kehendak dari bank tersebut.<sup>28</sup>

Untuk nasabah yang tidak memberikan izin apabila dana simpanan yang dititipkan oleh nasabah itu tidak boleh digunakan tau dimanfaatkan oleh bank, bank tidak akan menggunakan dana tersebut untuk hal yang produktif, karena bank hanya bisa menggunakan sebagai kebutuhan likuiditas ataupun untuk transaksi jangka pendek yang tidak menghasilkan keuntungan riil.

## 2. Tabungan *Wadiah*

Tabunga ini adalah tabungan yang terdapat pada bank syariah ang berupa simpanan yang berbentuk rekening. Pada tabungan *Wadiah* ini nasabah juga leluasa apabila ingin melakukan penarikan uang, dengan fasilitas yang telah disediakan oleh bank yaitu ATM. Yang membedakan dari giro *Wadiah* adalah kefleksibelan, karena pada tabungan *Wadiah* tidak perlu menggunakan cek.<sup>29</sup>

Pada produk tabungan *Wadiah* ini bank juga lebih leluasa menggunakan dana simpanan nasabah karena

---

<sup>28</sup>Ahmad Irham Shoihin, *Buku Pintar Ekonomi Syariah*, (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2010), hlm. 291

<sup>29</sup>Ismail, *Perbankan Syariah*,(Jakarta: Prenadamedia Group, 2011),hlm. 63

penarikannya tidak sefleksibel giro *Wadiah* jadi bank memiliki kesempatan yang lebih besar untuk menggunakan dan simpanan tersebut. Pada tabungan *Wadiah* biasanya bonus yang diberikan lebih besar, pemebriannya pun tidak disyaratkan sebelumnya.

a. Prinsip *Mudharabah*

1. Pengertian *Mudharabah*

*Mudharabah* adalah salah satu akad yang biasanya dilakukan oleh dua pihak yaitu pemilik modal dan yang menjalankan modal untuk melakukan sebuah usaha. Dan menggunakan prinsip bagi hasil untuk pembagian keuntungannya dengan presentase atau jumlah sesuai kesepakatan yang telah disepakati diawal.<sup>30</sup>

Berdasarkan pasal 20 ayat 4 yang berkomplikasi Hukum Ekonomi Syariah, *Mudharabah* adalah akad kerja sama antara dua orang yaitu pemilik dana pengelola modal atau dana. Dengan nisbah bagi hasil yang telah disepakati antara keduanya.

Pada akad *Mudharabah* ini apabila terjadi kerugian, maka kerugian tersebut ditanggung pemilik modal tersebut, apabila

---

<sup>30</sup>Firdaus Furywardhana, *Akutansi Syariah di Lembaga Keuangan Syariah*, (Guepedia), hlm. 107

pada kerugian tersebut tidak diakibatkan dari kelalaian si pengelola usaha, tetapi sebaliknya apabila kerugian tersebut di akibakan oleh penglola usaha, maka yang bertanggung jawab adalah si pengelola usaha tersebut. Pada akad *Mudharabah* si pemilik modal tidak boleh ikut campur dalam pengelolaan usaha yang sedang dijalankan oleh si pegelola, tetapi pemilik modal boleh melakukan pengawasa terhadap usaha yang sedang dijalankan oleh pengelola usaha.

## 2. Jenis-jenis *Mudharabah*

Terdapat 2 jenis akad *Mudharabah*

### a. *Mudharabah Mutlaqoh*

Pada *Mudharabah Mutlaqoh* kerja sama antara kedua belah pihak dimana pihak shohibul maal dan pihak mudharib itu memeiliki wawasan yang sangat luas tentang usaha yang akan dijalankan tersebut dan tidak dibatasi pada jenis usaha, waktu usaha, dan daerah yang akan dijadikan tempat usaha tersebut.<sup>31</sup>

### b. *Mudharabah muqoyyadah*

*Mudharabah muqoyyadah* kebalikan dari *Mudharabah Mutlaqoh* disini si pemilik modal

---

<sup>31</sup>Muhammad Syafi'i Antonio, *Bank Syariah dari Teori ke Praktik*, (Jakarta: Gema Insani, 2007), hlm.97

menentukan apa usaha yang akan dilaksanakan di pengelola modal, dan ditentukan pula lokasi, waktu dan jenis usahanya, jadi si pengelola tidak bisa secara seluas menjalankan usahanya tersebut karena harus sesuai kesepakatan bersama. Dengan adanya penentuan jenis usaha yang akan dilakukan ini membuat si pengelola modal cenderung apabila ingin memasuki dunia usaha.

### 3. Aplikasi *Mudharabah* dalam Praktik Lembaga Keuangan Syariah

Berdasarkan Peraturan Bank Indonesia Nomer 6/24/PBI/2004 tentang bank umum yang melakukan usahanya berdasarkan prinsip syariah. *Mudharabah* biasanya digunakan dalam akad pembiayaan ataupun pendanaan, dalam prakteknya sendiri produk simpanan tabungan dan deposito dibedakan menjadi dua yaitu *mudharabah mutlaqoh* dan *mudharabah muqoyyadah*.

Pada penghimpunan dana *Mudharabah* ditetapkan pada:

- 1) Tabungan berjangka, pada tabungan berjangka ini bertujuan khusus seperti, tabungan haji, tabung kurban, dan sebagainya.

- 2) Deposito spesial, sedangkan dengan deposito spesia ini dimana dana yang dititikan untuk bisnis khusus.

*Mudharabah* pada sisi pembiayaan ditetapkan untuk:

- 1) Pembiayaan modal kerja, seperti pembiayaan untuk modal kerja perdagangan atau pun jasa.
- 2) Investasi khusus, atau disebut juga *mudharabah muqoyyadah* dimana semua dana khusus dengan penyaluran dana khusus dengan syarat yang telah ditetapkan oleh shoibul maal.

#### **4. Hubungan Pemahaman Prinsip Tabungan dengan Minat Menabung**

Pemahaman bank syariah adalah segala pemahaman yang dimiliki oleh seseorang tentang bank syariah. Pemahaman dan kesadaran tentang bank syariah ini penting karena tanpa adanya kedua hal tersebut sangatlah mustahil seseorang akan melakukan kegiatan perbankannya dengan perbankan syariah. Karena pemahaman dapat mempengaruhi minat santri untuk menabung di bank syariah. Karenan apabila dalam transaksi tersebut tidak mengetahui atau memahami sistem perbankan kemungkinan minat menggunakan bank syariah berkurang.

## C. Kepercayaan

### 1. Pengertian Kepercayaan

Kepercayaan adalah keyakinan bahwa seseorang akan menemukan apa yang di inginkan pada mitra pertukaran. Kepercayaan melibatkan kesediaan seseorang untuk bertingkah laku tertentu karena keyakinan bahwa mitranya akan memberikan apa yang ia harapkan dan suatu harapan yang umumnya dimiliki seseorang bahwa kata, janji, atau pernyataan orang lain dipercaya.<sup>32</sup> Menurut Barnes, beberapa elemen penting dari kepercayaan adalah:

- a) Kepercayaan merupakan perkembangan dari pengalaman dan tindakan di masa lalu.
- b) Watak yang diharapkan dari mitra seperti dapat dipercaya dan dapat diandalkan.
- c) Kepercayaan melibatkan kesediaan untuk menempatkan diri dalam risiko.
- d) Kepercayaan melibatkan perasaan aman dan yakin pada diri mitra.

Komponen-komponen kepercayaan ini diberi label dapat diprediksi, dapat diandalkan dan keyakinan. Dapat diprediksi direfleksikan oleh pelanggan yang mengatakan bahwa mereka berurusan

---

<sup>32</sup>Barnes James G, *Secrets of Customer Relationship Management*, diterjemahkan oleh Andreas Winardi, (Yogyakarta: Andi, 2003), hal.148

dengan perusahaan tertentu karena “saya dapat mengharapkannya”. Dapat diandalkan merupakan hasil dari suatu hubungan yang berkembang sampai pada titik dimana penekanan beralih dari perilaku tertentu kepada kualitas individu, kepercayaan pada individunya, bukan pada tindakan tertentu. Keyakinan direfleksikan dari perasaan aman dalam diri pelanggan bahwa mitra mereka dalam hubungan tersebut akan “menjaga mereka”.<sup>33</sup>

Sedangkan menurut Kotler dan Keller dimensi kepercayaan terdiri atas:<sup>34</sup>

- a. Transparan : informasi, penuh jujur.
- b. Kualitas produk/jasa : produk dan jasa terbaik untuk memenuhi harapan.
- c. Insentif : insentif diselaraskan sehingga karyawan mempercayai dan memenuhi diri mereka sendiri.
- d. Desain kerja sama : pelanggan membantu merancang produk secara perorangan dan melalui komunitas.
- e. Perbandingan produk dan nasihat : membandingkan produk pesaing secara jujur dan komunitas komprehensif.

---

<sup>33</sup> Susi dan Selvy, *Pengaruh Penanganan Keluhan (Complain Handling) terhadap Kepercayaan dan Komitmen Mahasiswa pada Perguruan Tinggi Swasta di Bandar Lampung*, Jurnal Bisnis Darmajaya, Vol. 2, No. 01, 2016, hal.6

<sup>34</sup> Kotler dan Keller, *Manajemen Pemasaran Perspektif Asia*, (Yogyakarta: Ady, 2012), hal.220

- f. Rantai pasokan : semua mitra rantai pasokan bersatu untuk membangun kepercayaan.
- g. Advokasi/pervasif : semua fungsi bekerja untuk membangun kepercayaan.

Kepercayaan nasabah merupakan sebuah jenis refleksi emosional bagi perdagangan. Hal tersebut tergantung pada tingkat pemenuhan produk yang diharapkan atau layanan manfaat, serta tingkat konsistensi harapan dan hasil aktual. Apabila nasabah mengharapkan suatu pelayanan pada tingkat tertentu., dan yang dirasakanya pelayanan yang diterima lebih tinggi dari apa yang diharapkan dan tetap menggunakan produk atau pelayanan tersebut, maka nasabah tersebut dapat dikatakan percaya.<sup>35</sup> Demikian pula apabila nasabah mengharapkan suatu tingkat pelayanan tertentu, dan pada kenyataanya nasabah tersebut merasakan bahwa pelayanan yang diterimanya sesuai dengan harapannya, maka nasabah tersebut dapatlah dikatakan puas. Sebaliknya, bila kualitas pelayanan yang diterima lebih rendah dari kualitas pelayanan yang diharapkan, maka nasabah tersebut akan dikatakan sebagai nasabah yang tidak puas sehingga nasabah

---

<sup>35</sup> Stefanus, T, *Analisa Kesenjangan Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan Nasabah Pengunjung Plaza tunjungan Surabaya*, Jurnal Manajemen Fakultas Ekonomi, Vol. 14, No. 2, 2008, hal. 157

tersebut tidak akan percaya terhadap suatu pelayanan atau dengan kata lain kecewa.<sup>36</sup>

Mayer mendefinisikan kepercayaan adalah kemauan seseorang untuk peka terhadap tindakan orang lain berdasarkan pada harapan bahwa orang lain akan melakukan tindakan tertentu pada orang yang mempercayainya, tanpa tergantung pada kemampuannya untuk mengawasi dan mengendalikan. Mayer menjelaskan konsep ini bahwa orang yang dipercaya memiliki kemauan dan kepekaan pada harapan orang lain yang meyakini bahwa tindakan berperan sangat penting.<sup>37</sup>

Kepercayaan konsumen adalah pengetahuan konsumen mengenai suatu objek, atribut, dan manfaatnya. Berdasarkan konsep tersebut maka pengetahuan konsumen sangat terkait dengan pembahasan sikap karena pengetahuan konsumen adalah kepercayaan konsumen. Kepercayaan konsumen atau pengetahuan konsumen menyangkut kepercayaan bahwa suatu produk memiliki berbagai atribut, dan manfaat dari berbagai atribut tersebut.<sup>38</sup>

---

<sup>36</sup> I Gede Yogi Pratama, *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepercayaan Nasabah dan Loyalitas Nasabah Bank Mandiri Cabang Veteran Denpasar Bali*, E-jurnal Manajemen, Vol. 5, No. 1, 2016, hal. 707-708

<sup>37</sup> Mayer, R.C Davis, J. H., dan Schoorman, F. D., 1995. An Integratif Model of Organizational Trust, *Academy of Management Review*...

<sup>38</sup> Ujang Sumarwan, *perilaku konsumen teori dan penerapannya dalam pemasaran*, (Bogor: Ghalia Indonesia 2011), hlm. 165-166

Sedangkan menurut penelitian Siahainenia,<sup>39</sup> menyatakan bahwa kepercayaan nasabah secara positif mempengaruhi perilaku menabung nasabah, tanpa kepercayaan dari nasabah bank tidak akan bisa bertahan, hal ini disebabkan karena nasabah harus percaya kepada bank sebelum nasabah tersebut menyimpan uangnya pada bank. Untuk itu bank harus mampu untuk menunjukkan kesan yang baik dimata masyarakat, serta bank harus dapat menyakinkan setiap nasabahnya yang mau menyimpan dananya di bank bahwa dana mereka aman jika disimpan di bank dengan menunjukkan kinerja yang baik, pelayanan yang baik.

Menurut Mowen dan Minor terdapat tiga jenis kepercayaan yaitu:<sup>40</sup>

a. Kepercayaan atribut produk

Pengetahuan tentang objek memiliki sebuah atribut khusus yang disebut kepercayaan atribut objek. Kepercayaan atribut objek menghubungkan sebuah atribut dengan objek, seperti seseorang barang dan jasa. Melalui kepercayaan atribut objek, konsumen menyatakan apa yang diketahui tentang sesuatu dalam hal variasi atributnya.

---

<sup>39</sup>Skripsi Siahainenia A, *faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku menabung nasabah pada bank pemerintah di kota ambon*. Universitas politeknik negeri ambon, hlm. 16

<sup>40</sup>Nurul Widyawati, *pengaruh kepercayaan dan komitmen serta baruan pemasaran jasa terhadap loyalitas konsumen di hotel zakiyah medan*, jurnal ekita, Vol. 12 No.1 2008, jlm. 74-96 diakses 01 Agustus 2020

b. Kepercayaan manfaat atribut

Seseorang mencari produk dan jasa yang akan menyelesaikan masalah-masalah dan memenuhi kebutuhan dengan kata lain memiliki atribut yang akan memberikan manfaat yang dapat dikenal. Hubungan antara atribut dan manfaat ini menggambarkan jenis kepercayaan kedua. Kepercayaan atribut manfaat merupakan persepsi konsumen tentang seberapa jauh sebuah atribut tertentu menghasilkan, atau memberikan manfaat tertentu.

c. Kepercayaan manfaat objek

Jenis kepercayaan ketiga dibentuk dengan menghubungkan objek dan manfaat. Kepercayaan manfaat objek merupakan persepsi konsumen tentang seberapa jauh produk, orang atau jasa tertentu yang akan memberikan manfaat tertentu.

## 2. Jenis-jenis Kepercayaan

Terdapat tiga jenis kepercayaan dalam hubungan organisasi diantaranya sebagai berikut:<sup>41</sup>

a. Kepercayaan berbasis penolakan

Hubungan yang paling rapuh dalam kepercayaan berbasis penolakan ini yakni satu pelanggaran dapat menghancurkan

---

<sup>41</sup>Stepen P. Robbins, *perilaku organisasi*, (Jakarta: PT. Indeks Kelompok Gramedia, 2003), hlm. 73-76

hubungan kepercayaan. Bentuk kepercayaan ini didasarkan pada kekuatan akan tindakan balasan jika kepercayaan itu dilanggar. Kepercayaan berdasarkan penolakan ini berfungsi hanya pada tingkat bahwa hukuman itu mungkin.

b. Kepercayaan berbasis pengetahuan

Hubungan organisasi berakar pada kepercayaan yang berbasis pengetahuan, yakni kepercayaan yang didasarkan pada prediktabilitas pelaku yang berawal dari riwayat interaksi. Kepercayaan berbasis pengetahuan mengandalkan informasi dan bukannya penolakan.

c. Kepercayaan berbasis identifikasi

Tingkat paling tinggi dari kepercayaan dicapai bila ada hubungan emosional antara kedua belah pihak. Kepercayaan ini ada karena masing-masing pihak saling memahami maksud mereka dan menghargai keinginan pihak lain.

Apabila dari jenis-jenis kepercayaan itu dihubungkan dengan konteks perbankan erat kaitannya dengan aturan perilaku, sikap, saling pengertian, musyawarah dan lain-lain. Dimana setiap kegiatan yang terjadi di lingkungan perbankan tidak dapat seenaknya dijalankan tanpa aturan, melainkan digunakan aturan

untuk mengikat yang sesuai dengan norma dan tetap saling menghargai.

### **3. Faktor-faktor terbentuknya kepercayaan**

Kepercayaan ialah salah satu faktor kunci dalam membina hubungan pemasaran, maka dari itu untuk menciptakan sebuah kepercayaan sebuah lembaga jasa harus memiliki empat faktor untuk memperoleh kepercayaan dari nasabah, diantaranya:<sup>42</sup>

- a. Kejujuran perusahaan adalah tidak mendustai, suatu lembaga keuangan tidak boleh mendustai untuk memperoleh suatu kepercayaan. Persepsi seseorang terdapat pada tingkat keadilan dalam perilaku perusahaan. Selama ini kejujuran masih kurang berkembang sebagai masalah-masalah konsumen, tenaga kerja, atau rekan bisnis. Dua kondisi yang akan memancing timbulnya persepsi yang positif dan negatif terdapat kejujuran seseorang atau perilaku perusahaan mempengaruhi persepsi mereka terhadap arti kejujuran atau ketidakjujuran. Kejujuran memberi kontribusi pada kepercayaan yang mengarah pada kesetiaan. Kepercayaan menjadi dasar dalam setiap hubungan yang signifikan untuk keseimbangan resiko dan keuntungan.
- b. Kepedulian yaitu emosi manusia yang muncul karena suatu peristiwa yang terjadi atau pernah dialami. Karakteristik sebuah

---

<sup>42</sup>Jafra Farida, *Manajemen Jasa Pendekatan Terpadu*, (Bogor: Galia Indonesia, 2005), hlm. 172

lembaga yang kuat dan penuh dengan kepercayaan satu sama lain, yang sulit digoyangkan oleh kekuatan apapun, dan ini merupakan ciri dari perusahaan yang sudah mendapatkan kepercayaan dari nasabah.

- c. Kredibilitas yaitu kekuatan yang menimbulkan kepercayaan yang didasarkan kepada besarnya kepercayaan kemitraan dengan organisasi lain dan membutuhkan keahlian untuk menghasilkan efektivitas dan kehandalan pekerjaan.
- d. Kehandalan adalah konsistensi serangkaian pengukuran atau suatu penerapan, perancangan dalam suatu lembaga sehingga lembaga dapat melaksanakan fungsinya dengan baik tanpa ada kegagalan, jadi kehandalan ini sangatlah penting dalam lembaga jasa.

#### **4. Dimensi Kepercayaan**

Kepercayaan merupakan harapan positif bahwa orang lain tidak bertindak oportunistik. Harapan yang positif mengandung makna bahwa kepercayaan tercipta dari sebuah interaksi yang berlangsung sehingga menimbulkan kesan dan persepsi. Artinya kepercayaan itu tidak dapat muncul seketika, tindakan yang bersifat oportunistik merujuk pada tingkat kerentanan dan resiko dari perilaku. Dari hasil

penelitian yang dikemukakan oleh Robbins menunjukkan bahwa dimensi kepercayaan meliputi:<sup>43</sup>

- a. Integritas yang merujuk pada tingkat kejujuran dan nilai-nilai kebenaran.
- b. Kompetensi yaitu pengetahuan dan keterampilan teknis dan interpersonal yang dimiliki oleh individu.
- c. Konsistensi yaitu antara apa yang diucapkan dengan apa yang dilakukan. Konsistensi mendukung terbentuknya kepercayaan.
- d. Loyalitas yaitu komitmen untuk mentaati aturan dan kesepakatan yang telah dibuat.
- e. Keterbukaan merujuk pada sikap terbuka atas emosi yang dirasakan dan harapan yang dipendam.

## **D. Efisien**

### **1. Pengertian Efisien**

Efisiensi adalah perbandingan antara input dan output, dimana input digunakan setepat dan sebaik mungkin untuk memperoleh output yang baik. Selain itu efisiensi juga dapat disebut sebagai kemampuan untuk menyelesaikan suatu pekerjaan dengan benar yang dapat diartikan ketepatan cara dalam usaha maupun kerja ketika menjalankan sesuatu

---

<sup>43</sup>Siswanto dan Agus Sucipto, *Teori dan Perilaku Organisasi*, (Malang: UIN Malang 2008), hlm. 200-201

dengan tidak membuang-buang waktu, tenaga, dan biaya. Konsep efisiensi berasal dari konsep ekonomi mikro yaitu teori konsumen dan teori produsen.<sup>44</sup>

Efisiensi merupakan salah satu patner kinerja yang secara teoritis mendasari sebuah kinerja perusahaan. Dapat dikatakan efisien apabila menggunakan jumlah unit yang lebih sedikit apabila dibandingkan dengan jumlah unit yang digunakan perusahaan lain untuk menghasilkan output yang lebih besar.<sup>45</sup>

Disisi lain efisien juga dapat memberikan gambaran sejauh mana pengelolaan sumberdaya untuk dimanfaatkan secara optimal oleh sebuah perusahaan. Konsep efisiensi merupakan konsep yang sesuai dengan prinsip syariah yaitu al maal. Dimana semua harus dilakukan sebaik mungkin dan harus menghindari pemborosan.<sup>46</sup>

## **2. Macam-macam efisiensi dalam perusahaan berdasarkan sudut pandang ilmu ekonomi islam.**

a. *Technical Efficiency* atau efisien teknik, yaitu kemampuan perusahaan untuk mencapai level output yang optimal dengan menggunakan tingkat input tertentu.

---

<sup>44</sup>Rokhmat Subagio, *Ekonomi Mikro Islam*....hlm. 128

<sup>45</sup>Gesang nurul sofia, *analisis faktor penentu tingkat efisiensi perbankan di Indonesia pada tahun 2012-2014* dengan menggunakan pendekatan Two Stage data Envelopment analysis, jurnal ilmu manajemen fakultas ekonomi Universitas Negeri Surabaya, hlm. 450

<sup>46</sup>Adiwarman Karim, *ekonomi mikro islam*, (Jakarta:Raja Grafindo Persada, 2018), hlm.

- b. *Allocative Efficiency* atau efisien alokasi, yaitu kemampuan perusahaan memaksimalkan penggunaan inputnya menggunakan struktur harga dan teknologi. Efisiensi alokasi menjelaskan bahwa bila sumber daya yang ada habis teralokasi, maka akan mencapai alokasi yang efisien.<sup>47</sup>
- c. *Economic Efficiency* yaitu kombinasi antara kedua efisiensi tersebut. Dapat dikatakan efisien secara ekonomi jika perusahaan tersebut dalam produksinya menggunakan per unit dari output yang paling minim.

### **3. Indikator efisien**

- a. Hemat
- b. Cepat dalam pengaksesan
- c. Tepat waktu

## **E. Religiusitas**

### **1. Pengertian Religiusitas**

Istilah religiusitas berasal dari baha inggir “*religion*” yang berarti agama, lalu menjadi kata “*religios*” yang berarti agamis. Religiusitas adalah pengabdian terhadap agama. Religiusitas sejatinya lebih jelas

---

<sup>47</sup>Rio Novandra, *analisis perbandingan Efisiensi perbankan syariah dan konvensional di Indonesia*, Jurnal ekonomi dan pembangunan vol 22 No. 2, 2014, hlm. 186

dilihat dari lubuk hati nurani seseorang, pada dasarnya religiusitas lebih adari agama yang terlihat lebih formal dan resmi.<sup>48</sup>

Faktor religiusitas berkaitan dengan tingkahlaku individu dalam memilih jasa perbankan syariah. Pada penelitian yang dilakukan oleh Khan memberikan bukti bahwasanya keyakinan agama dapat memeili dampak yang signifikan terhadap suatu pilihan individu dalam menentukan jasa perbankan syariah. Peneltihan ini menunjukkan bahwa bank-bank islam di Pakistan menikmati tingkat pertumbuhan deposito jauh lebih besar dari babk konvensional.<sup>49</sup>

Menurut Nurcholis Majid, agama bukanlah sekedar tindakan-tindakan ritual yang biasa dilakukan oleh setiap orang seperti sholat, membaca Al-qur'an, membaca doa. Keseluruhan tingah laku manusia yang tepuji yang dilakukan guna mencari ridha Allah.<sup>50</sup>

Religiusitas dapat diartika sebagai sejauh mana pengetahuan, keyakinan, dan seberapa dalam menghayati atas agama yang dianutnya. Seorang muslim religiusistas dapat diketahui dari seberapa jauh penegetahuan, keyakinan tentang agama islam.<sup>51</sup>

---

<sup>48</sup>Muhaimin, *Paradigma Pendidikan Islam : Upaya Mengefektifkan Pendidikan Agama Sekolah*, (Bandung: PT Mahasiswa Rodakarya, 2002), hlm. 287

<sup>49</sup>Khan, Ayesha K., and tarun Khanna, *God Goverement and Outsiders: The Influence of Religious Beliefs On Depositor Behavior in an Emerging Market. 2010*

<sup>50</sup>Sahlan, Asmuan, *Religiusistas perguruan tinggi potret tradisi keagamaan di perguruan tinggi islam*, (Malang: UIN Maliki Press, 2011), hlm. 70-71

<sup>51</sup>Fuad Nashori dan Rachmy Dian Mucharam, *Mengembangkan Kreatifitas dalam Perspektif Psikologi Islam*, (Yogyakarta: Menara Kudus, 20002), hlm. 70-71

## 2. Dimensi Religiusitas

Terdapat lima dimensi menurut Glock dan Stark dalam Ancok (2008) menyatakan bahwa:<sup>52</sup>

### a. Dimensi keyakinan

Pada dimensi ini dimaksud yaitu seberapa besar tingkat individu menerima hal-hal yang domestik dalam agamanya. Dimensi keyakinan ini lebih bersifat sejauh mana seseorang meyakini suatu ajaran islam yang harus ditaati oleh umatnya. Dapat dicontohkan seperti, meyakini terhadap rukun iman, kepercayaan seseorang terhadap kebenaran islam.

### b. Dimensi praktik ibadah

Dimensi ini untuk melihat sejauh mana tingkat seseorang mengerjakan kewajibanya seperti sholat, wujud dari dimensi ini adalah perilaku masyarakat mengikut agama tertentu, dimensi ini dapat dilakukan dengan menjalankan perintah Allah seperti, sholat, puasa, zakat, haji dan sebagainya.

### c. Dimensi pengalaman atau penghayatan

Dimensi ini sangat berkaitan dengan perasaan seseorang atau pengalaman yang pernah dilakukan oleh seseorang tersebut. Dapat

---

<sup>52</sup>Djamaludin Ancok dan Fuat Nasori Suroso, *Psikologi Islam atas Problem-Problem Psikologi*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2008), hlm. 77-78

dicontohkan yaitu, jika seseorang merasa dekat dengan tuhan, merasa doa-doannya dikabulkan, merasa tenang apabila mendengar ayat-ayat al-Quran.

d. Dimensi pengetahuan agama

Dimensi ini menjelaskan sejauh mana seseorang menegtahui tentang ajaran islam terutama yang ada dalam kitab suci al-Qur'an. Pada dimensi ini meliputi pengetahuan tentang isi Al-Qur'an, pokok-pokok ajaran yang harus diimani, menegtahui kaidah-kaidah ilmu ekonomi/ perbankan syariah.

e. Dimensi konsekuensi

Dimensi ini menfokuskan pada seberapa besar perilaku seseorang termotivasi oleh ajaran ilmu agama didalam kehidupan sosial, seperti menolong seseorang yang sedang kesulitan, mendermakan hartanya.

Setiap individu itu memiliki tingkat religuisitas yang berbeda-beda, tingkat religuisitas setiap individu itu bisa dipengaruhi oleh faktor internal dan faktor eksternal. Faktor internal yang bisa mempengaruhi religuisitas seperti adanya setiap pengalaman-pengalaman seperti emosional dan keagamaan serta kebutuhan individu. Sedangkan pada faktor eksternal itu bisa tumbuh dan biasayna terjadi dari, pendidikan agama dari keluarga sendiri,

lingkungan sosial, adat istiadat yang berlandaskan pada nilai keagamaan.

Dimensi agama menurut kementerian dan lingkungan RI 1987 (coroline, 1999), ada lima aspek religuisitas diantaranya adalah:<sup>53</sup>

- 1) Aspek iman didalam aspek ini menjelaskan seberapa besar hubungan seseorang itu dengan Allah.
- 2) Aspek islam pada aspek ini menyangkut bagaimana seseorang itu dalam melaksanakan ibadahnya yang telah ditetapkan oleh Allah, contohnya sholat, puasa dll.
- 3) Aspek ihsan, pada aspek ini menyangkut perasaan seseoang, seperti halnya seseorrrang yang merasa dekat dengan Allah, ataupun takut melakukan sesuatu yang menimbulkan dosa.
- 4) Aspek ilmu, aspek ini menjelaskan tentang pengetahuan seseorang tentang ajaran yang sedang dianutnya.
- 5) Aspek amal, perilaku seseorang dalam bermasyarakat. Contohnya menolong orang yang kesusahan atau yang sedang membutuhkan kita, berkerja dan sebagainya.

---

<sup>53</sup>Skripsi Ayu Andriani, *Pengaruh Persepsi dan Religuisitas Santri Terhadap Minat Menabung di Bank Syariah*, (Tulungagung: STAIN Tulungagung, 2015 ), hlm 23

### 3. Faktor yang Mempengaruhi Religiusitas

Menurut Thouless yang dikutip dari penelitian sayyidatul, menyebutkan adanya faktor-faktor yang dapat mempengaruhi sikap keagamaan yaitu sebagai berikut:<sup>54</sup>

#### 1) Faktor Pendidikan

Pada faktor pendidikan atau pengajaran, faktor ini mencakup semua pengaruh sosial dalam perkembangan agama, termasuk faktor pendidikan yang dimulai dari pendidikan yang diberikan orangtua, maupun pendidikan yang didapat dari sekolah.

#### 2) Faktor Pengalaman

Faktor ini pada umumnya berupa pengalaman sepiritual yang secara cepat dapat mempengaruhi perilaku setiap individu. Pengalaman yang dimaksud yaitu jenis pengalaman yang dapat membentuk sikap keagamaan terutama konflik moral dan pengalaman emosional keagamaan.

#### 3) Faktor Kehidupan

Secara garis besar faktor kehidupan ini dapat dibedakan menjadi empat yaitu:

a) kebutuhan akan keselamatan.

---

<sup>54</sup>Syyaidatul Maqhfiroh, *Pengaruh Religiusitas Pengetahuan dan Lingkungan Sosial terhadap Minat Menabung di Bank Syariah pada Santri Mahasiswa Darush Shalihah*, (Yogyakarta: Skripsi Universitas Negeri Yogyakarta, 2018), hlm. 24-25

- b) kebutuhan akan kasih sayang.
  - c) kebutuhan harga diri.
  - d) kebutuhan yang timbul dari ancaman kematian.
- 4) Faktor intelektual

Faktor ini berkaitan dengan proses penalaran verbal atau rasionalisme.

Berdasarkan uraian di atas dapat disimpulkan bahwa setiap individu itu memiliki tingkat religiusitas yang berbeda-beda, dapat dipengaruhi oleh dua macam faktor yaitu internal dan eksternal.

## **F. Persepsi**

### **1. Pengertian Persepsi**

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) Persepsi diartikan tanggapan langsung seseorang terhadap sesuatu melalui panca inderanya. Menurut Suharman (2005), persepsi merupakan suatu menginterpretasikan atau menafsirkan sesuatu informasi yang diperoleh dari panca inderanya, ada tiga aspek dalam persepsi yaitu panca indra, pengenalan, dan perhatian. Oleh karena itu persepsi memiliki sifat yang subjektif. Persepsi seorang konsumen akan berbagai stimulus

yang diterimannya, dan dapat dipengaruhi oleh karakteristik yang dimiliki seseorang.<sup>55</sup>

Persepsi adalah tidak hanya suatu proses tersendiri, tetapi persepsi juga berhubungan dengan inteligensi.<sup>56</sup> Persepsi adalah cara bagaimana kita memilih, mengatur dan menerjemahkan sesuatu yang kita lihat. Poin utama dari persepsi adalah tergantung pada rangsangan fisik.

Persepsi timbul dari adanya sebuah sensasi dimana sensasi tersebut adalah aktivitas atau keadaan emosi yang menggembirakan. Dengan adanya itu semua maka persepsi akan timbul dengan sendirinya. Ada tiga penyebab terbentuknya persepsi setiap individu yaitu, karakteristik dari stimulus, hubungan stimulus dengan sekelilingnya, kondisi didalam diri setiap individu (Etta mamang. 2013:64)

Persepsi merupakan suatu proses pengorganisasian terhadap setimulus yang diterima oleh organisme atau individu sehingga menjadi sesuatu yang berarti dan merupakan aktivitas yang intrgrated dalam diri individu.<sup>57</sup>

Persepsi merupakan kemampuan otak dalam menerjemahkan sti,ulus atau proses menerjemakan stimulus yang masuk dalam indra

---

<sup>55</sup> Sutisna, *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*, (Bandung: PT Raja Rosdakarya, 2001), hlm. 63

<sup>56</sup> Paul Suparno, *Teori Perkembangan Kongnitif Jean Piaget*, (kanisius), hlm. 16

<sup>57</sup> Bimo Walgito, *Pengantar Psikologi Umum*, (Andi Wayan: Yogyakarta: 2004), hlm. 70

manusia. Persepsi manusia dapat berbeda sudut pandang dalam penginderaan. Ada yang mempersikan sesuatu itu baik atau persepsi yang positif maupun persepsi negatif yang dapat mempengaruhi tindakan manusia yang tampak atau nyata.<sup>58</sup>

Persepsi pada hakikatnya adalah proses kongnitif yang dimiliki oleh setiap orang didalam memahami informasi tentang lingkungannya, baik lewat penglihatan, pendengaran, penghayatan, perasaan dan penciuman. Kunci untuk memahami persepsi terletak pada pengenalan bahwa persepsi itu merupakan suatu penafsiran yang unik terhadap situasi, dan bukannya suatu pencatatan yang benar terhadap situasi.<sup>59</sup>

Dari beberapa pendapat diatas dapat disimpulkan bahawa persepsi adalah proses penerjemahan, penafsiran, pemahaman terhadap suatu objek tertentu yang dapat mempengaruhi perilaku dan pembentukan sikap.

## **2. Faktor yang Mempengaruhi Persepsi**

Menurut Walgito (2004), ada faktor-faktor yang memepengaruhi persepsi yaitu:<sup>60</sup>

---

<sup>58</sup>Sugihartono,dkk, *Psikologi Pendidikan*, (Yogyakarta: UNY Press 2007), hlm.8

<sup>59</sup>Stephan P. Robbins, Timothy A. Judge, *Perilaku Organisasi Edisi 16* (Jakarta: Salemba Empat 2015), hlm. 103

<sup>60</sup>Wiwin dinar pratisti dan susatyo yuwono, *Psikologi Eksperimen*, (Surakarta: Muhammadiyah University Press, 2018), hlm. 140

a) Objek yang dipersepsikan

Yaitu segala sesuatu yang diluar individu yang menimbulkan stimulus atau alat indra.

b) Alat indra, syaraf dan susunan syaraf

Alat yang digunakan untuk menerima stimulus, disamping itu juga harus didampingi dengan syaraf sensoris guna untuk meneruskan stimulus yang diterima reseptor ke pusat susuna syaraf yaitu otak sebagai pusat kesadaran dan untuk merespon diperlukan motoris yang dapat membentuk persepi seseorang.

c) Perhatian

Yaitu harusn adanya perhatian pada objek yang akan di persepsikan, karena apabila salah satu dari ketiga itu tidak terpenuhi maka persepsi dianggap gagal atau tidk terjadi lagi.

Selain itu juga terdapat faktor internal dan eksternal yaitu:<sup>61</sup>

a) Faktor Internal

Faktor yang berkaitan dengan tumbuhan psikologis seseorang, serta latar belakang pendidikan seseorang serta alat indra.

---

<sup>61</sup>M Anang Firmansyah, *Perilaku Konsumen*, (Yogyakarta: CV Budi Utama), hlm. 81-81

b) Faktor eksternal

Faktor ini digunakan untuk objek yang nantinya akan di persepsikan atas orang dan keadaan serta intencitas lingkungan.

### 3. Proses Terbentuknya Persepsi

Presepsi dimulai dari proses penerima rangsangan, penyelesksi, mengorganisasian, nenafsiran. Rangsangan dari proses persepsi dimulai drai penangkapan indra terhadap objek persepsi. Menurut miftah Thoha proses terbentuknya persepsi didasari pada beberapa tahap.<sup>62</sup>

a. Stimulus atau rangsangan

Terjadinya persepsi diawali ketika seseorang dihapakan dengan sutu stimulus atau rangsangan yang hadir dari lingkungan.

b. Registrasi

Dalam proses registrasi suatu gejala yang nampak adalah menanisme fisik yang berupa pengendiraan dan syaraf seseorang berpengaruh melalui alat indra yang dimiliki. Seorang dapat mendengarkan atau melihat informasi yang terkirim kepadanya kemudian mendaftar semua informasi yang terkirim kepadanya tersebut.

---

<sup>62</sup>Miftah Thoha, *Perilaku Organisasi Konsep Dasar dan Aplikasinya*, (Jakarta:PT Raja Grafindo Persada,2008),hlm. 145-146

c. Interpretasi

Merupakan aspek kognitif dari persepsi yang amat penting yaitu proses memberikan arti kepada stimulus yang diterima. Proses interpretasi bergantung pada cara pendalamannya, motivasi, dan kepribadian seseorang.

Terbentuknya persepsi individu atau komunitas juga sangat tergantung pada stimulus yang jadi perhatian untuk dipersepsikan. Disamping itu, kelengkapan data dan faktor-faktor yang mempengaruhi persepsi sangat menentukan kualitas persepsi dari reseptor.

#### 4. Tahap-tahap terbentuknya persepsi

Tahap-tahap pembentukan persepsi konsumen yaitu:<sup>63</sup>

- a. Sensasi adalah suatu proses penyerapan informasi mengenai suatu produk yang melibatkan panca indra. Seperti penglihatan, pencium, pendengar. Didalam tahap sensasi ini konsumen akan menyimpan semua informasi ketika semua produk itu ditawarkan atau dicoba.
- b. Organisasi adalah tahap dimana konsumen mengolah informasi yang telah ia dapatkan pada tahap sensasi. Konsumen akan membandingkan antara informasi baru dengan pengetahuan yang

---

<sup>63</sup>Ayu Andriani, *Pengaruh Persepsi dan Religiusitas santri Terhadap Minat Menabung di Perbankan Syariah – Studi Kasus di Pondok Pesantren Al-Falah Ploso Mojo Kediri* (Tulungagung skripsi IAIN Tulungagung 2015), hlm. 17-18 diakses 23 juli 2020

ia miliki sebelumnya. Kemudian konsumen bisa menentukan kelebihan dan kekurangan yang dimiliki produk.

- c. Interpretasi adalah pengambilan citra atau pemberian makna oleh konsumen terhadap suatu produk. Setelah pada tahap organisasi konsumen mendapatkan kelebihan dan kekurangan serta nilai tambah produk, maka akan tercipta citra atau makna khas yang melekat pada produk. Dalam pemsarannya persepsi dianggap lebih penting dari pada realitas, karena persepsi itulah yang akan mempengaruhi perilaku aktual konsumen.

## **5. Indikator persepsi**

Pada hakikatnya sikap merupakan suatu mencerminkan suatu interaksi dari proses untuk mencapai tujuan sistem. Komponen-komponen sikap tersebut menurut Bimo Walgito terdapat tiga komponen diantaranya adalah:<sup>64</sup>

- a. Komponen kognitif (komponen konseptual), yaitu komponen yang berkaitan dengan pengetahuan, pandangan, keyakinan, atau hal-hal yang berhubungan dengan bagaimana orang mempersepsi terhadap objek sikap.
- b. Komponen afektif (komponen emosional), yaitu komponen yang berhubungan dengan perasaan senang atau tidak senang terhadap

---

<sup>64</sup>Bimo Walgito, *Pengantar Psikologi Umum*, (Andi Wayan: Yogyakarta: 2004), hlm. 70

objek sikap. Rasa senang merupakan hal yang positif sedangkan rasa tidak senang merupakan hal yang negatif.

- c. Komponen konatif (komponen perilaku), yaitu komponen yang berhubungan dengan kecenderungan bertindak terhadap objek sikap. Komponen ini menunjukkan intensitas sika, yaitu menunjukkan besar kecilnya kecenderungan bertindak atau berperilaku seseorang terhadap objek sikap.

## **6. Hubungan persepsi dan minat menabung**

Banyaknya bank syariah yang ada menuntut bank konvensional untuk lebih peka terhadap kebutuhan maupun perilaku nasabah sehingga nasabah tidak akan berpindah ke bank syariah maupun bank lainnya. Perilaku nasabah terhadap bank dapat dipengaruhi oleh sikap dan persepsi nasabah terhadap karakteristik perbankan sendiri. Dalam menginterpretasikan suatu informasi suatu nasabah tidaklah sama meskipun informasi yang diterima berasal dari sumber yang sama. Hal ini yang menjadi salah satu tantangan tersendiri bagi bank untuk dapat menarik minat menabung. Jadi dapat disimpulkan bahwa persepsi nasabah terhadap setiap informasi yang diterima mengenai bank syariah sangat mempengaruhi minat nasabah itu sendiri untuk memilih dan menggunakan bank syariah sebagai pilihan.

## G. Minat Menabung

### 1. Pengertian Minat Menabung

Dalam kamus besar bahasa Indonesia minat menabung diartikan sebuah kecenderungan hati yang tinggi akan sesuatu atau keinginan.<sup>65</sup> Secara etimologi minat dapat diartikan sebagai perhatian atau keinginan seseorang untuk mendapatkan sesuatu., sedangkan menurut istilah minat itu ialah sekelompok perasaan, harapan, keinginan, yang membuat seseorang terarah akan pilihan yang sedang diinginkan. Tetapi pengaruh kondisi seseorang atau setiap individu itu bisa merubah minatnya atau bisa dikatakan bahwa minat itu bersifat tidak stabil. Minat juga dapat diartikan sebuah motivasi untuk mendorong seseorang melakukan apapun yang mereka inginkan.

Menurut Nisak, Suryadi dan Suryoko, menyatakan bahwa minat digambarkan sebagai situasi seseorang sebelum melakukan sebuah tindakan yang dapat dijadikan dasar untuk memprediksi perilaku atau tindakan tersebut. Minat menabung diasumsikan sebagai minat beli merupakan perilaku yang muncul sebagai respon terhadap objek yang menunjukkan keinginan pelanggan untuk melakukan pembelian.<sup>66</sup>

---

<sup>65</sup>Anton M. Moeliono, dkk, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, (Jakarta: Balai Pustaka, 1999), hlm. 225

<sup>66</sup>Nisak, arifatun, dkk, *Pengaruh kelompok acuan dan pengetahuan jurusan ilmu administrasi tentang perbankan syariah terhadap minat menabung di bank syariah*, Semarang jurusan ilmu administrasi, vol.01 No.01, 2013. Hlm 44-55, diakses 25 Juli 2020

Minat adalah rasa lebih suka dan rasa keterikatan pada suatu hal atau aktivitas, tanpa ada yang menyuruh. Minat pada dasarnya adalah penerimaan akan suatu hubungan antara diri sendiri dengan sesuatu di luar diri. Crow and Crow mengatakan bahwa minat berhubungan dengan gaya gerak yang mendorong seseorang untuk menghadapi atau berurusan dengan orang., benda, kegiatan pengalaman yang dirangsang oleh kegiatan itu sendiri.<sup>67</sup>

Kotler, mengatakan bahwa minat digambarkan sebagai situasi seseorang sebelum melakukan tindakan yang dapat dijadikan dasar untuk memprediksi perilaku atau tindakan tersebut. Minat menabung diasumsikan sebagai minat beli merupakan perilaku yang muncul sebagai respon terhadap objek yang menunjukkan keinginan pelanggan untuk melakukan pembelian.<sup>68</sup>

Menurut Abdul Rahman dan Muhib Abdul Wahab minat digolongkan menjadi tiga macam diantaranya:

- a. Berdasarkan timbulnya, minat dapat dibedakan menjadi minat *primitif* dan minat *kilturil*. Minat *primitif* adalah minat yang timbul karena kebutuhan biologis, seperti kebutuhan makan atau kebebasan beraktivitas. Sedangkan minat *kilturil* minat sosial yang tidak secara langsung berhubungan dengan diri kita.

---

<sup>67</sup>Djaali, *Psikologi Pendidikan*, (Jakarta: PT Bumi Aksara,2013), hlm. 121

<sup>68</sup>Philip, Kotler, *Manajemen Pemasaran*, edisi bahasa indonesia jilid 2, (Jakarta: Prehalindo,2002), hlm. 78

- b. Berdasarkan arahnya, dapat dibedakan menjadi minat *intrinsik* dan *ekstrinsik*. Minat *intrinsik* adalah minat yang lebih mendasar atau asli sedangkan minat *ekstrinsik* adalah minat yang berhubungan dengan tujuan akhir dari kegiatan tersebut.
- c. Berdasarkan cara mengungkapkan minat dapat dibedakan menjadi empat, yaitu :<sup>69</sup>
  1. Expressed interest adalah minat yang diungkapkan dengan cara meminta subjek untuk menyatakan apa yang tidak disenangi.
  2. Manifest interest adalah minat yang diungkapkan dengan melakukan observasi terhadap aktivitas yang dilakukan subjek atau dengan mengetahui hobinya.
  3. Testes interest adalah minat yang diungkapkan dengan cara menyimpulkan dari hasil jawaban objektif yang diberikan.
  4. Inventorid interest adalah minat yang diungkapkan dengan menggunakan alat-alat yang sudah distandarisasikan biasanya berisi pernyataan yang ditujukan kepada subjek.

Dengan demikian dapat dikatakan bahwa minat adalah dorongan yang kuat bagi seseorang untuk meujutkan keinginan atau cita-citanya.

---

<sup>69</sup>Fadli, *Pengaruh Pengetahuan dan iklan terhadap minat menabung di bank syariah*, jurnal IMARA Fakultas Ekonomi Bisnis Islam IAIN Padangsidempuan, Vol 1, No. 1, 2017, Desember, hlm. 2. Diakses 25 Juli 2020

Tidak lepas dari itu minat pundapat timbul dari faktor internal dan eksternal.

## 2. Komponen Minat

Menurut kotler dan keller, minat beli konsumen adalah sebuah perilaku konsumen dimana konsumen mempunyai keinginan dalam membeli atau memilih suatu produk, berdasarkan pengalaman dalam memilih menggunakan dan mengkonsumsi atau bahkan menginginkan suatu produk.

Komponen dari minat dibagi menjadi lima yaitu :<sup>70</sup>

- a. Tertarik untuk mencari informasi mengenai produk dan jasa.
- b. Mempertimbangkan untuk membeli
- c. Tertarik untuk mencoba
- d. Ingin mengetahui produk
- e. Ingin membeli produk

## 3. Faktor yang mempengaruhi terbentuknya minat

Menurut Kotler faktor yang dapat mempengaruhi minat ialah:<sup>71</sup>

- a) Faktor Budaya

---

<sup>70</sup>Fitria Nurma, Moch Khairul Anwar, sari, *pengaruh tingkat religiusitas santri pondok pesantren darusalam kediri terhadap minat menabung di bank syariah*, jurnal ekonomi islam, vol 1, No 1, 2018, hlm. 25. Diakses 25 Juli 2020

<sup>71</sup>Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: PT Indeks, 2005), hlm. 202

Penentu keinginan setiap individu yang sangat mendasar untuk mendapat nilai, persepsi dan perilaku. Karena pada faktor budaya ini sangat memberikan faktor yang begitu besar kepada tingkah laku setiap individu.

b) Faktor sosial

Pada faktor sosial ini juga tingkah laku seseorang juga dipengaruhi oleh beberapa faktor diantaranya:

1. Kelompok ancaman, yaitu dua orang atau lebih yang mempunyai sasaran individu atau bersama. Interaksi bersifat primer yang mempunyai interaksi reguler tapi informal seperti teman, tetangga rekan kerja, sedangkan sekunder seperti kelompok keagamaan dll.
2. Keluarga, yaitu organin sasi yang sangat penting bagi setiap individu contohnya orangtua yang rajin menabung ataupun mengajari anaknya saat kecil sudah dilatih untuk menabung secara tidak langsung itu sudah menjadi contoh bagi anak-anaknya.
3. Faktor kepribadian, kareakter seorang yang menebakkan tanggapan yang relatif konsisten. Keputusan membeli juga dipengaruhi oleh, jabatan, gaya hidup, keadaan perekonomian.

4. Motivasi rencana-rencana menegai masa yang akan datang.

c) Faktor kepribadian

kareakter seorang yang menebakan tanggapan yang relatif konsisten. Keputusan membeli juga dipengaruhi oleh, jabatan, gaya hidup, keadaan perekonomian.

d) Faktor psikologis

Pada faktor psikologis ini dipengaruhi oleh 4 faktor yaitu, motivasi, persepsi, pembelajaran, dan sikap.

#### **4. Aspek-aspek minat menabung**

Aspek-aspek minat yaitu:

- a. Sikap umum terhadap aktivitas
- b. Pilihan spesifik untuk menyukai aktivitas
- c. Merasa senang dengan aktivitas
- d. Aktivitas tersebut mempunyai arti penting bagi individu

### **H. PENELITIAN TERDAHULU**

1. Penelitian yang dilakukan oleh Mia Muktiana Banowati (2018) yang berjudul “pengaruh pemahaman prinsip tabungan syariah, tingkat religuisitas, faktor sosial budaya, dan persepsi tentang bank syariah terhadap minat menabung di bank syariah pada mahasiswa

pendidikan ekonomi angkatan tahun 2014 Universitas Negeri Yogyakarta” Tujuan penelitian Mia Muktiana Banowati yaitu untuk mengetahui pengaruh pemahaman prinsip tabungan syariah, tingkat religiusitas, faktor sosial budaya dan persepsi tentang bank syariah terhadap minat menabung di bank syariah. Metode yang digunakan adalah jenis penelitian kuantitatif dengan format deskriptif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel persepsi memiliki pengaruh yang sangat besar terhadap minat menabung, variabel religiusitas juga sangat berpengaruh terhadap minat menabung. Persamaan dari penelitian yang dilakukan Mia Muktiana Banowati sama-sama menggunakan persepsi dan religiusitas sebagai variabel independen. Perbedaan penelitian ini menggunakan minat menabung di bank syariah di pondok pesantren Al-Falah plosorejo sebagai variabel dependen.<sup>72</sup>

2. Penelitian oleh Julia Sri Ningsih (2017) yang berjudul “pengaruh persepsi, tingkat religiusitas, dan disposable income terhadap minat menabung di perbankan syariah (studi kasus pada dosen UIN Raden Intan Lampung) tujuan dari penelitian ini menunjukkan bahwa persepsi dan religiusitas sangat berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung di bank syariah, akan tetapi disposable income tidak berpengaruh. Metode penelitian yang digunakan yaitu

---

<sup>72</sup>Skripsi Mia Muktiana Banowati, “*pengaruh pemahaman prinsip tabungan syariah, tingkat religiusitas, faktor sosial, persepsi tentang bank syariah terhadap minat menabung mahasiswa ekonomi*” (Universitas Negeri Yogyakarta, 2014)

penelitian kuantitatif, penelitian ini langsung dilakukan dilapangan atau pada respondennya. Hasil penelitian yang dilakukan oleh yulia sri ningsih bahawa pengaruh persepsi, tingkat religuisitas sangat berpengaruh terhadap minat menabung. Persamaan yang ada pada penelitian ini adalah pada variabel religuisitas dan persepsi, perbedaan pada penelitian ini terletak pada objek penelitian pada penelitian oleh julia objek yang diteliti adalah dosen sedangkan pada penelitian ini adalah santri.

3. Penelitian yang dilakukan oleh Atik Masruroh (2015) yang berjudul “analisis pengaruh tingkat religuisitas dan disposable income terhadap minat menabung mahasiswa perbankan syariah (studi kasus mahasiswa STAIN Salatiga”. Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui pengaruh tingkat religuisitas dan disposable income terhadap minat menabung mahasiswa perbankan syariah. Metode yang di gunakan pada penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif, populasinya adalah mahasiswa. Hasil Penelitian ini menunjukkan bahwa pada variabel religuisitas menunjukan halis positif dan dapat mempengaruhi minat mahasiswa untuk menabung pada bank syariah, pada variabel disposable income berpengaruh negatif terhadap mahasiswa. Persamaan yang ada pada penelitian ini pada variabel religuisitas dan menggunakan pendekatan kuantitatif, sedangkan perbedaan terletak pada objek penelitian.<sup>73</sup>

---

<sup>73</sup>Skripsi Atik Masruroh, “*Analisis Pengaruh Tingkat Religuisitas dan Disposable Income Terhadap Minat Menabung di Bank Syariah* (Studi kasus mahasiswa STAIN Salatiga, 2015)

4. Penelitian yang dilakukan oleh Munadzirah (2016) yang berjudul “ pengaruh komunikasi, kepercayaan dan kepuasan terhadap loyalitas nasabah tabungan (studi kasus pada BMT Pahlawan Tulungagung), tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui seberapa besar pengaruh komunikasi, kepercayaan dan kepuasan terhadap loyalitas nasabah tabungan pada BMT Pahlawan. Metode yang digunakan pada penelitian ini ialah metode kuantitatif. Dari hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh kepercayaan dan kepuasan terhadap loyalitas nasabah tabungan sedangkan komunikasi tidak berpengaruh terhadap loyalitas nasabah tabungan. Perbedaan pada penelitian ini ialah terletak pada objek penelitian sedangkan persamaan pada penelitian ini adalah sama-sama menggunakan variabel kepercayaan.<sup>74</sup>
  
5. Penelitian yang dilakukan oleh Nur Hidayati yang berjudul study komparatif tingkat efisien perbankan konvensional dan perbankan syariah di Indonesia. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis atau membandingkan tingkat efisien perbankan syariah dan konvensional. Persamaan dari penelitian ini menggunakan variabel efisiensi sedangkan perbedaannya adalah terletak pada variabel dan sampel.<sup>75</sup>

---

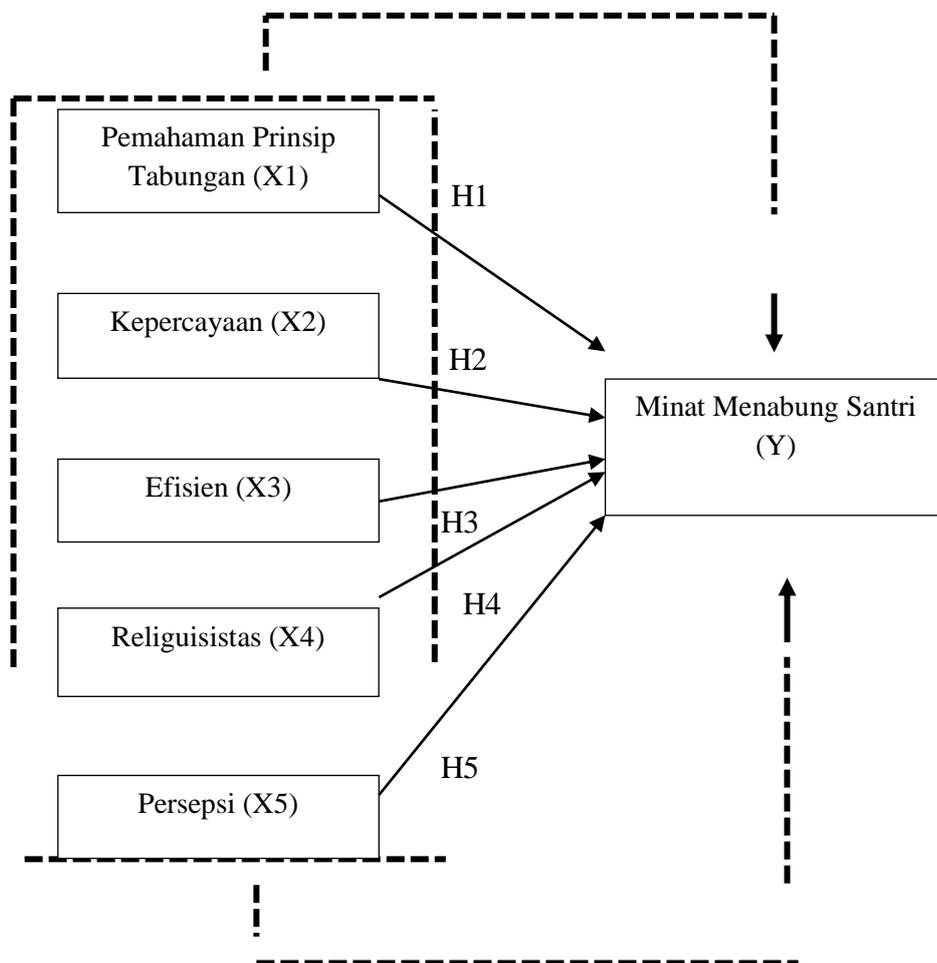
<sup>74</sup>Fitria Munadzirah, *pengaruh komunikasi, kepercayaan dan kepuasan terhadap loyalitas nasabah tabungan (studi kasus pada BMT Pahlawan Tulungagung*(studi kasus pada BMT Pahlawan Tulungagung, 2016)

<sup>75</sup>Nur Hidayati, *studi komparatif tingkat efisien perbankan konvensional dan perbankan syariah di Indonesia*, fakultas ekonomi dan bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta 2014

## I. KERANGKA BERFIKIR

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh pemahaman prinsip tabungan syariah, kepercayaan, efisien, religuisistas dan persepsi tentang bank syariaiah terhadap minat menabung santri di bank syariah. Adapun kerangka pemikiran yang terbentuk mengenai hubungan variabel bebas yaitu, pemahaman prinsip tabungan syariah, kepercayaan, efisien, religuisitas dan persepsi tentang bank syariah yang memiliki pengaruh terhadap variabel terikat yaitu minat menabung di bank syariah. Maka dapat digambarkan sebagai berikut:

**Gambar 2.1**



1. Pengaruh pemahaman prinsip tabungan syariah (X1) terhadap minat menabung di Bank syariah (Y) didukung oleh teori terdahulu Ujang Sumarwan,<sup>76</sup> Gani dan penelitian terdahulu oleh Mia Muktiana Banowati.<sup>77</sup>
2. Pengaruh kepercayaan santri (X2) terhadap minat menabung di Bank syariah (Y) yang didukung oleh teori Mayer,<sup>78</sup> Siahainenia Adan peneltihan terdahulu yang dilakukan oleh Munadziroh.<sup>79</sup>
3. Pengaruh efisien santri (X3) terhadap minat menabung di Bank syariah (Y) yang didukung oleh teori Siswanto dan Agus Sucipto<sup>80</sup> dan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Nur hidayati.<sup>81</sup>
4. Pengaruh religuisistas santri (X4) terhadap minat menabung di Bank syariah (Y) yang didukung oleh teori Khan,<sup>82</sup>Fuad Nashori dan Rachmy

---

<sup>76</sup>Ujang Sumarwan, *Perilaku konsumen teori dan penerapannya dalam pemasaran*, (Bogor selatan: Ghalia Indonesia, 2004), hlm. 120

<sup>77</sup>Mia Muktiana Banowati, "*pengaruh pemahaman prinsip tabungan syariah, tingkat religuisitas, faktor sosial, persepsi tentang bank syariah terhadap minat menabung mahasiswa ekonomi*" (Universitas Negri Yogyakarta, 2014)

<sup>78</sup>Mayer, R.C Davis, J. H., dan Schoorman, F. D., 1995. An Integratif Model of Organizational Trust, *Academy of Management Review*...

<sup>79</sup>Fitria Munaziroh, *pengaruh komunikasi, kepercayaan dan kepuasan terhadap loyalitas nasabah tabungan (studi kasus pada BMT Pahlawan Tulungagung)* (studi kasus pada BMT Pahlawan Tulungagung, 2016)

<sup>80</sup>Siswanto dan Agus Sucipto, *Teori dan Perilaku Organisasi*, (Malang: UIN Malang 2008), hlm. 200-201

<sup>81</sup>Nur Hidayati, *studi komparatif tingkat efisien perbankan konvensional dan perbankan syariah di Indonesia*, fakultas ekonomi dan bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta 2014

<sup>82</sup>Khan, Ayesha K., and tarun Khanna, *God Goverement and Outsiders: The Influence of Religious Beliefs On Depositor Behavior in an Emerging Market*. 2010

Dian Mucharam, serta penelitian dahulu yang dilakukan oleh Atik Masruroh.<sup>83</sup>

5. Pengaruh Persepsi santri (X5) terhadap minat menabung di Bank syariah (Y) yang didukung oleh teori bimo walgito<sup>84</sup> dan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Julia Sri Ningsih.<sup>85</sup>
6. Pengaruh pemahaman prinsip tabungan syariah (X), Kepercayaan (X2), Efisien(X3), Religiusitas (X4), Persepsi (X5), terhadap minat menabung didukung oleh teori yang dikemukakan oleh Kotler.<sup>86</sup>

## J. HIPOTESIS PENELITIAN

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian. Oleh karena itu rumusan masalah penelitian biasanya disusun dalam bentuk pertanyaan.<sup>87</sup> Dikatakan sementara karena jawaban yang diberikan baru didasarkan pada teori yang relevan, belum berdasarkan fakta-fakta empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data. Dapat ditarik kesimpulan bahwa hipotesis adalah jawaban sementara yang harus dilakukan kebenarannya. Berdasarkan tinjauan pustaka dan landasan teori maka hipotesis penelitian dirumuskan sebagai berikut:

---

<sup>83</sup>Atik Masruroh, "*Analisis Pengaruh Tingkat Religiusitas dan Disposable Income Terhadap Minat Menabung di Bank Syariah* (Studi kasus mahasiswa STAIN Salatiga, 2015)

<sup>84</sup>Bimo Walgito, *Pengantar Psikologi Umum*, (Andi Wayan: Yogyakarta: 2004), hlm. 70

<sup>85</sup>Yulia Sri Ningsih, pengaruh persepsi, tingkat religiusitas, dan disposable income terhadap minat menabung di perbankan syariah (studi kasus pada dosen UIN Raden Intan Lampung, 2017)

<sup>86</sup>Philip, Kotler, *Manajemen Pemasaran*, edisi bahasa Indonesia jilid 2, (Jakarta: Prehalindo, 2002), hlm. 78

<sup>87</sup>Sugiono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2014), hlm. 64

- H1 : Terdapat pengaruh yang signifikan pemahaman prinsip tabungan syariah terhadap minat menabung di bank syariah.
- H2 : Terdapat pengaruh yang signifikan kepercayaan terhadap minat menabung di bank syariah.
- H3 : Terdapat pengaruh yang signifikan efisien terhadap minat menabung di bank syariah.
- H4 : Terdapat pengaruh yang signifikan religiusitas terhadap minat menabung di bank syariah.
- H5 : Terdapat pengaruh yang signifikan persepsi terhadap minat menabung di bank syariah.
- H6 : Pemahaman prinsip tabungan syariah, kepercayaan, efisien, religiusitas dan persepsi secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap minat menabung di bank syariah.