

## BAB II

### LANDASAN TEORI

#### A. Kerangka Teori

##### 1. Persepsi

Menurut Webster sebagaimana dikutip oleh Sutisna yang menyatakan persepsi adalah proses bagaimana stimulus-stimulus yang mempengaruhi tanggapan-tanggapan itu diseleksi dan diinterpretasikan, persepsi setiap orang terhadap suatu objek itu berbeda-beda oleh karena itu persepsi mempunyai sifat subyektif. Stimulus adalah setiap bentuk fisik atau komunikasi verbal yang dapat mempengaruhi tanggapan individu. Salah satu stimulus yang penting yang dapat mempengaruhi perilaku konsumen adalah lingkungan (sosial dan budaya) karena persepsi setiap orang terhadap suatu objek akan berbeda-bada oleh karena itu persepsi mempunyai sifat subjektif. Persepsi seorang konsumen akan berbagai stimulus yang diterimanya di pengaruhi oleh karakteristik yang dimilikinya.<sup>1</sup>

Persepsi adalah proses interpretasi seseorang atas lingkungannya. Persepsi dalam arti umum adalah pandangan seseorang terhadap sesuatu yang akan membuat respon bagaimana dan dengan apa seseorang akan bertindak. Persepsi ditentukan oleh faktor-faktor fungsional dan structural.

##### a. Faktor-faktor fungsional yang menentukan persepsi

---

<sup>1</sup> Sutisna, *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*, (Bandung : PT Remaja Rosdakarya, 2001), hlm. 63.

Faktor fungsional berasal dari kebutuhan, pengalaman masa lalu dan hal-hal lain yang termasuk dalam faktor-faktor personal, yang menentukan persepsi bukan jenis atau bentuk stimuli, tetapi karakteristik orang yang memberikan respons pada stimuli itu.

b. Faktor-faktor structural yang menentukan persepsi

Faktor-faktor struktural berasal semata-mata dari sifat stimuli fisik dan efek-efek saraf yang ditimbulkannya pada system syaraf individu. Maksudnya di sini yaitu dalam memahami suatu peristiwa seseorang tidak dapat meneliti fakta-fakta yang terpisah tetapi harus memandangnya dalam hubungan keseluruhan, melihatnya dalam konteksnya, dalam lingkungannya dan masalah yang dihadapinya.<sup>2</sup>

Proses pemahaman terhadap rangsang atau stimulus yang diperoleh oleh indera menyebabkan persepsi terbagi menjadi beberapa jenis:<sup>3</sup>

1) Persepsi visual

Persepsi visual didapatkan dari indera penglihatan. Persepsi ini adalah persepsi yang paling awal berkembang pada bayi, dan memengaruhi bayi dan balita untuk memahami dunianya. Persepsi visual merupakan topik utama dari bahasan persepsi secara umum, sekaligus persepsi yang biasanya paling sering dibicarakan dalam konteks sehari-hari.

2) Persepsi auditori

Persepsi auditori didapatkan dari indera pendengaran yaitu telinga.

---

<sup>2</sup> Jalaludin Rahmat, *Psikologi Komunikasi*, (Bandung : PT Remaja Rosda Karya, 1996), hlm.58.

<sup>3</sup> Ekwado Thomas, *Konsep Persepsi*, (<http://ekwadothomasfikes.blogspot.com/>, diakses 12 Agustus 2014)

3) Persepsi perabaan

Persepsi pengerabaan didapatkan dari indera taktil yaitu kulit.

4) Persepsi penciuman

Persepsi penciuman atau olfaktori didapatkan dari indera penciuman yaitu hidung.

5) Persepsi pengecapan

Persepsi pengecapan atau rasa didapatkan dari indera pengecapan yaitu lidah.

c. Tahap-tahap dalam pembentukan persepsi konsumen

Terdapat 3 tahap dalam pembentukan persepsi konsumen, yaitu: <sup>4</sup>

- 1) Sensasi adalah suatu proses penyerapan informasi mengenai suatu produk yang melibatkan panca indra konsumen (pendengaran, penglihatan, penciuman dan peraba). Pada tahap ini, konsumen akan menyerap dan menyimpan segala informasi yang diberikan ketika suatu produk ditawarkan atau dicoba.
- 2) Organisasi adalah tahap dimana konsumen mengolah informasi yang telah ia dapatkan pada tahap sensasi. Konsumen akan membandingkan antara informasi baru tersebut dengan informasi atau pengetahuan yang telah ia miliki sebelumnya. Kemudian konsumen akan mendapatkan kelebihan dan kekurangan yang dimiliki produk tersebut serta nilai tambah yang bisa didapat.

---

<sup>4</sup>nitaamelia19, *Persepsi dan Pembelajaran Konsumen*, (<http://nitaamelia19.wordpress.com/2011/07/04/persepsi-dan-pembelajaran-konsumen/>, diakses 12 Agustus 2014)

3) 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 pemasaran, persepsi itu lebih penting daripada realitas, Karena persepsi itulah yang akan mempengaruhi perilaku actual konsumen.

Persepsi tidak hanya tergantung pada sifat-sifat rangsangan fisik tetapi juga pada hubungan antara rangsangan dengan lingkungan dan individu. Seseorang dapat memiliki persepsi yang berbeda atas objek yang sama karena tiga proses persepsi:

1) Perhatian selektif

Perhatian selektif adalah kecenderungan bagi manusia untuk menyaring sebagian besar informasi yang mereka hadapi, berarti bahwa pemasar harus bekerja cukup keras untuk menarik perhatian konsumen.

2) Distorsi selektif

Rangsangan yang telah mendapatkan perhatian bahkan tidak selalu muncul di pikiran orang persis seperti yang diinginkan oleh pengirimnya. Distorsi selektif adalah kecenderungan menafsirkan informasi sehingga sesuai dengan pra-konsepsi kita. Konsumen akan menjadi konsisten dengan keyakinan awal mereka atas merek dan produk.

### 3) Ingatan selektif

Orang akan melupakan banyak hal yang mereka pelajari, tapi cenderung mengingat informasi yang mendukung pandangan dan keyakinan mereka. Ingatan selektif menjelaskan mengapa para pemasar menggunakan drama dan pengulangan dalam mengirimkan pesan ke pasar sasaran mereka untuk memastikan bahwa pesan mereka tidak diremehkan.

Persepsi adalah proses yang dilakukan individu untuk memilih, mengatur, dan menafsirkan kedalam gambar yang berarti dan masuk akal menurut dunia.<sup>5</sup> Perbedaan persepsi dapat disebabkan oleh hal-hal dibawah ini :

- 1) Set yaitu harapan seseorang akan rangsang yang akan timbul
- 2) Kebutuhan yaitu kebutuhan-kebutuhan sesaat maupun yang menetap pada diri seseorang, akan mempengaruhi persepsi orang tersebut. Dengan demikian, kebutuhan-kebutuhan yang berbeda, akan menyebabkan pula perbedaan persepsi.
- 3) Sistem nilai yaitu sistem nilai yang berlaku dalam suatu masyarakat berpengaruh pula terhadap persepsi.

Ciri kepribadian yaitu ciri kepribadian akan mempengaruhi pula persepsi

## 2. Religiusitas

Istilah religiusitas (*religiosity*) berasal dari bahasa Inggris “*religion*” yang berarti agama, kemudian menjadi kata sifat “*religios*”

---

<sup>5</sup> Muhammad Muflih, *Perilaku Konsumen dalam Perspektif Ilmu Ekonomi Islam*, (Jakarta : PT Raja Grafindo Persada, 2006), hlm. 91

yang berarti agamis atau saleh.<sup>6</sup> “Religi” berarti kepercayaan kepada Tuhan, kepercayaan adanya kekuatannya di atas manusia. “Religiusitas” adalah pengabdian terhadap agama, kesalehan.<sup>7</sup> Keberagamaan atau religiusitas lebih melihat aspek di dalam lubuk hati nurani pribadi, sikap personal yang misterius karena menafaskan intimitas jiwa, etika rasa yang mencakup totalitas (termasuk rasio dan rasa manusiawi) ke dalam pribadi manusia. Karena itu pada dasarnya religiusitas lebih dari agama yang tampak formal dan resmi.<sup>8</sup>

Menurut Nurcholis Majid, agama bukanlah sekedar tindakan-tindakan ritual seperti shalat dan membaca do’a. Agama lebih dari itu, yaitu keseluruhan tingkah laku manusia yang terpuji, yang dilakukan demi memperoleh ridla atau perkenan Allah.<sup>9</sup>

Religiusitas diartikan sebagai seberapa jauh pengetahuan, seberapa kokoh keyakinan, seberapa pelaksanaan ibadah dan kaidah dan seberapa dalam penghayatan atas agama yang dianutnya. Bagi seorang Muslim, religiusitas dapat diketahui dari seberapa jauh pengetahuan, keyakinan, pelaksanaan dan penghayatan atas agama Islam.<sup>10</sup>

---

<sup>6</sup> Muhaimin, *Paradigma Pendidikan Islam : Upaya Mengefektifkan Pendidikan Agama Sekolah*, (Bandung: PT. Mahasiswa Rodakarya, 2002), hal. 287

<sup>7</sup> Departemen Pendidikan Nasional, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2008), hal. 1159

<sup>8</sup> *Op.cit.* Muhaimin, hal. 288

<sup>9</sup> Sahlan, Asmaun, *Religiusitas Perguruan Tinggi: Potret Tradisi Keagamaan di Perguruan Tinggi Islam*, (Malang: UIN Maliki Press, 2011), hlm. 24

<sup>10</sup> Fuad Nashori dan Rachmy Diana Mucharam, *Mengembangkan kreativitas dalam perspektif psikologi islam*, (yogyakarta: menara kudu, 2002), hlm. 70-71

Dimensi religiusitas menurut Glock & Stark dalam Ancok (2008), mengatakan bahwa terdapat lima dimensi dalam religiusitas yaitu:<sup>11</sup>

a. Dimensi keyakinan atau ideologis

Dimensi keyakinan adalah tingkatan sejauh mana seseorang menerima hal-hal yang dogmatik dalam agamanya, misalnya kepercayaan kepada Tuhan, malaikat, surga dan neraka. Pada dasarnya setiap agama juga menginginkan adanya unsur ketaatan bagi setiap pengikutnya. Adapun dalam agama yang dianut oleh seseorang, makna yang terpenting adalah kemauan untuk mematuhi aturan yang berlaku dalam ajaran agama yang dianutnya. Jadi dimensi keyakinan lebih bersifat doktriner yang harus ditaati oleh penganut agama. Dengan sendirinya dimensi keyakinan ini menuntut dilakukannya praktek-praktek peribadatan yang sesuai dengan nilai-nilai Islam.

b. Dimensi praktik agama atau ritualistik

Dimensi praktik agama yaitu tingkatan sejauh mana seseorang mengerjakan kewajiban-kewajiban ritual dalam agamanya. Unsur yang ada dalam dimensi ini mencakup pemujaan, ketaatan, serta hal-hal yang lebih menunjukkan komitmen seseorang dalam agama yang dianutnya. Wujud dari dimensi ini adalah perilaku masyarakat pengikut agama tertentu dalam menjalankan ritus-ritus yang berkaitan dengan agama. Dimensi praktek dalam agama

---

<sup>11</sup>Djamaludin Ancok dan Fuat Nasori Suroso, Cetakan VII, *Psikologi Islami: Solusi Islam atas Problem-Problem Psikologi*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar,2008), hlm. 77-78

Islam dapat dilakukan dengan menjalankan ibadah shalat, puasa, zakat, haji ataupun praktek muamalah lainnya.

c. Dimensi pengalaman atau eksperimental

Dimensi pengalaman adalah perasaan-perasaan atau pengalaman yang pernah dialami dan dirasakan. Misalnya merasa dekat dengan Tuhan, merasa takut berbuat dosa, merasa doanya dikabulkan, diselamatkan oleh Tuhan, dan sebagainya

d. Dimensi pengetahuan agama atau intelektual

Dimensi pengetahuan agama adalah dimensi yang menerangkan seberapa jauh seseorang mengetahui tentang ajaran-ajaran agamanya, terutama yang ada di dalam kitab suci manapun yang lainnya. Paling tidak seseorang yang beragama harus mengetahui hal-hal pokok mengenai dasar-dasar keyakinan, ritus-ritus, kitab suci dan tradisi. Dimensi ini dalam Islam meliputi Pengetahuan tentang isi Al-Quran, pokok-pokok ajaran yang harus diimani dan dilaksanakan, hukum Islam dan pemahaman terhadap kaidah-kaidah keilmuan ekonomi Islam/perbankan syariah.

e. Dimensi konsekuensi

Yaitu dimensi yang mengukur sejauh mana perilaku seseorang dimotivasi oleh ajaran-ajaran agamanya dalam kehidupan sosial, misalnya apakah ia mengunjungi tetangganya sakit, menolong orang yang kesulitan, mendermakan hartanya, dan sebagainya.

Dimensi religiusitas menurut kementrian dan lingkungan hidup RI 1987 (Caroline, 1999) religiusitas (agama Islam) terdiri dalam lima aspek:<sup>12</sup>

- a. Aspek iman menyangkut keyakinan dan hubungan manusia dengan Tuhan, malaikat, para nabi dan sebagainya.
- b. Aspek Islam menyangkut frekuensi, intensitas pelaksanaan ibadah yang telah ditetapkan, misalnya sholat, puasa dan zakat.
- c. Aspek ihsan menyangkut pengalaman dan perasaan tentang kehadiran Tuhan, takut melanggar larangan dan lain-lain.
- d. Aspek ilmu yang menyangkut pengetahuan seseorang tentang ajaranajaran agama.
- e. Aspek amal menyangkut tingkah laku dalam kehidupan bermasyarakat, misalnya menolong orang lain, membela orang lemah, bekerja dan sebagainya.

Menurut Thouless (1995) dalam skripsi Atik (2015: 20-21) faktor-faktor yang mempengaruhi sikap keagamaan menjadi empat macam, yaitu:<sup>13</sup>

- a. Pengaruh pendidikan atau pengajaran dan berbagai tekanan sosial

Faktor ini mencakup semua pengaruh sosial dalam perkembangan keagamaan itu, termasuk pendidikan dari orang tua, tradisi-tradisi

---

<sup>12</sup>Drs. H Ahmad Thantowi, hakikat relegiusitas (sumsel.kemenag.go.id/file/dokumen/hakekatreligiusitas.pdf diakses pada tanggal 15 januari 2015)

<sup>13</sup> Atik Masruroh, analisis pengaruh tingkat religiusitas dan disposable income terhadap minat menabung mahasiswa di perbankan syariah, (salatiga : STAIN Salatiga, 2015), diterbitkan, hlm.20-21

sosial, tekanan dari lingkungan sosial untuk menyesuaikan diri dengan berbagai pendapat dan sikap yang disepakati oleh lingkungan itu.

b. Faktor pengalaman

Berkaitan dengan berbagai jenis pengalaman yang membentuk sikap keagamaan. Terutama pengalaman mengenai keindahan, konflik moral dan pengalaman emosional keagamaan. Faktor ini umumnya berupa pengalaman spiritual yang secara cepat dapat mempengaruhi perilaku individu.

c. Faktor kehidupan

Kebutuhan-kebutuhan ini secara garis besar dapat menjadi empat, yaitu: (a) kebutuhan akan keamanan atau keselamatan, (b) kebutuhan akan cinta kasih, (c) kebutuhan untuk memperoleh harga diri, dan (d) kebutuhan yang timbul karena adanya ancaman kematian.

d. Faktor intelektual

Berkaitan dengan berbagai proses penalaran verbal atau rasionalisasi.

Berdasarkan penjelasan di atas dapat disimpulkan bahwa setiap individu berbeda-beda tingkat religiusitasnya dan dipengaruhi oleh dua macam faktor secara garis besarnya yaitu internal dan eksternal. Faktor internal yang dapat mempengaruhi *religiusitas* seperti adanya pengalaman-pengalaman emosional keagamaan, kebutuhan individu yang mendesak untuk dipenuhi seperti kebutuhan akan rasa aman, harga diri, cinta kasih dan sebagainya. Sedangkan pengaruh eksternalnya seperti pendidikan formal, pendidikan agama dalam keluarga, tradisi-tradisi sosial

yang berlandaskan nilai-nilai keagamaan, tekanan-tekanan lingkungan sosial dalam kehidupan individu.

Dari berbagai teori tentang religiusitas yang telah diuraikan penelitian ini akan menggunakan acuan dari kementrian dan lingkungan hidup RI 1987 (Caroline, 1999) bahwa terdapat lima aspek dalam religiusitas yaitu aspek iman, aspek islam, aspek ihsan, aspek ilmu dan aspek amal.

### 3. Minat Menabung

Minat dalam kamus besar bahasa Indonesia diartikan sebagai sebuah kecenderungan hati yang tinggi terhadap sesuatu gairah atau keinginan.<sup>14</sup> Minat merupakan kecenderungan seseorang untuk menentukan pilihan aktivitas. Pengaruh kondisi-kondisi individual dapat merubah minat seseorang. Sehingga dapat dikatakan minat sifatnya tidak stabil.<sup>15</sup>

Secara etimologi pengertian minat adalah perhatian, kesukaan (kecenderungan hati) kepada sesuatu keinginan.<sup>16</sup> Sedangkan menurut istilah ialah suatu perangkat mental yang terdiri dari suatu campuran dari perasaan, harapan, pendirian, prasangka atau kecenderungan lain yang mengarahkan individu kepada suatu pilihan tertentu.<sup>17</sup>

---

<sup>14</sup> Anton M. Moeliono, dkk, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, (Jakarta: Balai Pustaka, 1999), hlm. 225.

<sup>15</sup> Muhaimin, *Korelasi Minat Belajar Pendidikan Jasmani terhadap hasil Belajar Pendidikan Jasmani*, (Semarang: IKIP, 1994), hlm. 4.

<sup>16</sup> WJS.Poerwadarminta, *Kamus Umum Bahasa Indonesia*, (Jakarta: Balai Pustaka, 1982), hlm. 650.

<sup>17</sup> Andi Mappiare, *Psikologi Remaja*, (Surabaya: Usaha Nasional, 1997), hlm. 62

Minat merupakan motivasi yang mendorong orang untuk melakukan apa yang mereka inginkan bila mereka bebas memilih. Setiap minat akan memuaskan suatu kebutuhan. Dalam melakukan fungsinya kehendak itu berhubungan erat dengan pikiran dan perasaan. Pikiran mempunyai kecenderungan bergerak dalam sektor rasional analisis, sedang perasaan yang bersifat halus/tajam lebih mendambakan kebutuhan. Sedangkan akal berfungsi sebagai pengingat fikiran dan perasaan itu dalam koordinasi yang harmonis, agar kehendak bisa diatur dengan sebaik-baiknya<sup>18</sup>

Dengan demikian maka dapat dikatakan bahwa minat adalah dorongan kuat bagi seseorang untuk melakukan segala sesuatu dalam mewujudkan pencapaian tujuan dan cita-cita yang menjadi keinginannya. Selain itu minat dapat timbul karena adanya faktor eksternal dan juga adanya faktor internal. Minat yang besar terhadap suatu hal merupakan modal yang besar untuk membangkitkan semangat untuk melakukan tindakan yang diminati dalam hal ini minat menabung.

Badudu dan Zain mengartikan menabung sebagai kegiatan menyimpan uang dalam tabungan di kantor pos atau di bank.<sup>19</sup> Pada prinsipnya perilaku pembelian atau minat menabung nasabah seringkali diawali dan dipengaruhi oleh banyaknya rangsangan dari luar dirinya, baik berupa rangsangan pemasaran maupun dari lingkungannya.

---

<sup>18</sup> Sukanto M.M., *Nafsiologi*, (Jakarta: Integritas Press, 1985), hlm. 120

<sup>19</sup> Badudu JS dan Zain, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, (Jakarta:Pustaka Sinar Harapan), hlm. 139

Berdasarkan paparan diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa minat menabung adalah kekuatan yang mendorong individu untuk memberikan perhatiannya terhadap kegiatan menyimpan uang di bank yang dilakukan secara sadar, tidak terpaksa dan dengan perasaan senang.

Adapun hal-hal yang dapat mempengaruhi minat menabung, yaitu :<sup>20</sup>

- a) Kebudayaan; kebiasaan yang biasa ditanamkan oleh lingkungan sekitar, misalnya guru yang mengarahkan anak didiknya untuk rajin menabung.
- b) Keluarga; orang tua yang rajin menabung secara tidak langsung akan menjadi contoh bagi anak-anaknya.
- c) Sikap dan Kepercayaan; seseorang akan merasa lebih aman dalam mempersiapkan masa depannya jika ia memiliki perencanaan yang matang, termasuk dalam segi finansialnya.
- d) Motif sosial; kebutuhan seseorang untuk lebih maju agar dapat diterima oleh lingkungannya dapat ditempuh melalui pendidikan, penampilan fisik, yang kesemuanya membutuhkan biaya yang akan lebih mudah dipenuhi bila ia menabung.
- e) Motivasi; rencana-rencana mengenai kebutuhan-kebutuhan dimasa mendatang dapat mendorong seseorang untuk menabung.

---

<sup>20</sup> Aromasari, T. 1991. skripsi “ Hubungan Antara Sikap terhadap Tabungan Berhadiah dengan Minat Menabung Mahasiswa pada Bank di Beberapa Universitas di Yogyakarta”. Yogyakarta : Fakultas Psikologi Universitas Gajah Mada. ([repository.usu.ac.id/bitstream/123456789/7175/1/047018027.pdf](http://repository.usu.ac.id/bitstream/123456789/7175/1/047018027.pdf) diakses tanggal 16 januari 2015)

#### 4. Perbankan Syariah

Keberadaan bank syariah lebih dikembangkan lagi dengan diberlakukannya UU No.7 tahun 1992 tentang perbankan. Namun, Undang-Undang tersebut belum memberikan landasan hukum yang cukup kuat karena belum secara tegas mencantumkan kata prinsip syariah dalam kegiatan usaha bank. Landasan yuridis yang lebih mantap bagi bank syariah diperoleh setelah disahkannya UU No.10 tahun 1998 tentang perubahan atas UU No.7 tahun 1992 tentang perbankan yang mengatur bank syariah secara cukup jelas kuat dari segi kelembagaan dan operasionalnya. Selanjutnya dengan UU No.23 tahun 1999 tentang Bank Sentral, Bank Indonesia dapat menerapkan kebijakan moneter berdasarkan prinsip-prinsip syariah agar dapat memengaruhi likuiditas perekonomian melalui bank-bank syariah.<sup>21</sup>

Perkembangan bank syariah masih mempunyai banyak problem. Problem hukum merupakan salah satu dari beberapa problem yang dihadapi oleh bank syariah, disamping problem-problem lain seperti persepsi dan perilaku masyarakat yang masih cenderung menyamakan bank syariah dengan bank konvensional. Pengetahuan syariah masyarakat yang masih terbatas baik sumber daya manusia dan teknologi yang masih mengacu pada sistem konvensional dan sebagainya. Berdasarkan UU No.21 tahun 2008 yang mendukung operasional bank syariah, bank syariah dipahami sebagai bank bagi

---

<sup>21</sup> Edy Wibowo–Untung Hendy Widodo, *Mengapa Memilih Bank Syariah ?*, (Bogor : Galia Indonesia, 2005), hlm.35.

hasil namun dengan berjalannya perkembangan jaman, sebagian problem hukum bank syariah dapat diatasi. Namun, dalam pelaksanaannya nanti masih perlu menelaah beberapa hal yang mengandung potensi adanya problem hukum lain yang perlu mendapat pemecahan.<sup>22</sup>

a. Landasan hukum perbankan syariah di Indonesia

Akomodasi peraturan perundang-undangan Indonesia terhadap ruang gerak perbankan syariah terdapat pada beberapa peraturan perundang-undangan berikut ini:<sup>23</sup>

- 1) UU No.10 tahun 1998 tentang perubahan atas UU No.7 tahun 1992 tentang Perbankan.
- 2) UU No.23 tahun 1999 tentang Bank Sentral. Undang-undang ini memberi peluang bagi BI untuk menerapkan kebijakan moneter berdasarkan prinsip-prinsip syariah.
- 3) Surat Keputusan Direksi Bank Indonesia No. 32/33/KEP/DIR tanggal 12 Mei 1999 tentang Bank Umum dan Surat Keputusan Direksi Bank Indonesia No.32/34/KEP/DIR tanggal 12 Mei 1999 tentang Bank Umum berdasarkan prinsip syariah. Kedua peraturan perundang-undangan ini mengatur kelembagaan bank syariah yang meliputi pengaturan tata cara pendirian, kepemilikan, kepengurusan, dan kegiatan usaha bank.

---

<sup>22</sup> Zaenul Arifin, *Memahami Bank Syariah (Lingkup, Peluang, Tantangan Dan Prospek)*, (Jakarta Selatan: Alvabet, 2000), hlm. 212.

<sup>23</sup> Edy Wibowo–Untung Hendy Widodo, *Mengapa Memilih Bank Syariah ?*, ..., hlm. 35-

- 4) Peraturan Bank Indonesia No. 2/7/PBI/2000 tanggal 23 Februari 2000 tentang Giro Wajib Minimum Peraturan Bank Indonesia No. 2/4/PBI/2000 tanggal 11 Februari tentang perubahan atas perturan Indonesia No.1/3/PBI/1999 tanggal 13 Agustus 1999 tentang penyelenggaraan Kliring lokal dan Penyelesaian Akhir Transaksi Pembayaran Antar bank atas Hasil Kliring Lokal, Peraturan bank Indonesia No.2/8/PBI/2000 tanggal 23 Februari 2000 tentang Pasar Uang Antar bank berdasarkan prinsip syariah, dan peraturan Bank Indonesia No.2/9/PBI/2000 tanggal 23 Februari 2000 tentang Sertifikat *Wadi'ah* Bank Indonesia. Peraturan perundang-undangan tersebut mengatur tentang likuiditas dan instrument moneter yang sesuai dengan prinsip syariah.
- 5) Ketentuan-ketentuan yang dikeluarkan oleh *Bank for International Settlement* (BIS) yang berkedudukan di Basel, Swiss yang dijadikan acuan oleh perbankan Indonesia untuk mengatur pelaksanaan prinsip kehati-hatian (*Prudential Banking Regulations*).
- 6) Undang-Undang Republik Indonesia No. 21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah.<sup>24</sup>
- 7) Peraturan lain yang diterbitkan oleh bank Indonesia dan lembaga lain sebagai pendukung operasi bank syari'ah yang meliputi ketentuan berkaitan dengan pelaksanaan tugas Bank Sentral,

---

<sup>24</sup> [www.bi.go.id/id/tentang-bi/uu-bi/Documents/UU\\_21\\_08\\_Syariah.pdf](http://www.bi.go.id/id/tentang-bi/uu-bi/Documents/UU_21_08_Syariah.pdf), diakses tanggal 11 Agustus 2014.

ketentuan standart akuntansi dan audit, ketentuan pengaturan perselisihan perdata antara bank dengan nasabah (arbitrase muamalah), standardisasi fatwa produk bank syari'ah, dan peraturan pendukung lainnya.

b. Perbedaan pendapat tentang bunga bank

Terdapat pro dan kontra terhadap penerapan metode bunga. Terdapat alasan yang menjadi pendukung maupun menolak penerapan metode bunga. Adapun alasan yang menjadi pendukung maupun menolak metode bunga yaitu sebagai berikut :<sup>25</sup>

1) Alasan yang mendukung penerapan metode bunga:

Masyarakat yang mendukung penerapan metode bunga umumnya berpendapat bahwa bunga atas pinjaman adalah hal yang wajar, bahkan sudah seharusnya ada. Pendukung bunga lainnya berargumentasi bahwa metode bunga dapat dibenarkan karena dalam perekonomian sering terjadi inflasi yang menyebabkan penurunan nilai uang. Argumen lainnya adalah *time preference of money theory*, bahwa jumlah uang pada masa kini mempunyai nilai yang lebih tinggi dari jumlah yang sama pada suatu masa nanti, karena itu bunga diperlukan untuk mengimbangi penurunan nilai uang.

---

<sup>25</sup> Edy Wibowo dan Untung Hendy Widodo, *Mengapa Memilih Bank Syariah ?*,..., hlm. 2-4.

2) Alasan yang menolak penerapan metode bunga Selain para pendukung metode bunga, sikap kontra terhadap bunga karena berbagai alasan yaitu :

- a) *Aristoteles* Menolak pinjam-meminjam uang dengan bunga karena membuat orang tergoda untuk mengejar keuntungan dan menumpuk kekayaan sehingga uang menjadi tidak produktif dan hanya menimbulkan kesenjangan antara yang kaya dan yang miskin juga fungsi uang adalah sebagai alat tukar, bukan untuk menghasilkan tambahan melalui bunga.
- b) *Plato* memiliki alasan karena bunga menyebabkan perpecahan dan perasaan tidak puas dalam masyarakat.
- c) Dilihat dari aspek sosialnya, penerapan metode bunga terbukti menimbulkan akibat yang kurang baik, karena bunga meningkatkan kecenderungan dikuasainya kekayaan segolongan orang kecil saja, menghilangkan kepedulian terhadap sesama.

3) Pendapat ulama' Indonesia tentang bunga bank

Pendapat ulama yang dominan di Indonesia tampaknya dapat diwakili oleh organisasi Muhammadiyah dan Nahdatul Ulama yang memiliki jumlah umat terbesar, yaitu seperti berikut:<sup>26</sup>

- a) Majelis Tajrih Muhammadiyah dalam Majelis Tajrih Sidoarjo (1968) memutuskan:

---

<sup>26</sup> *Ibid.*, hlm. 5-6.

- 1) Riba hukumnya haram dengan sharih Al-qur'an dan As Sunnah,
  - 2) Bank dengan sistem riba hukumnya haram dan bank tanpa riba hukumnya halal,
  - 3) Bunga yang diberikan oleh bank-bank milik negara kepada para nasabahnya atau sebaliknya yang selama ini berlaku termasuk perkara *mustabihat*,
  - 4) Menyarankan kepada PP Muhammadiyah untuk mengusahakan terwujudnya konsepsi sistem perekonomian, khususnya lembaga perbankan yang sesuai dengan kaidah Islam.
- b) Sedangkan dalam Majelis Tajrih Wiradesa di Pekalongan (1972), ulama Muhammadiyah menetapkan :
- 1) Mengamanatkan Kepada PP Muhammadiyah untuk segera dapat memenuhi Keputusan Majelis Tajrih Sidoarjo tahun 1968 tentang terwujudnya konsepsi sistem perekonomian, khususnya lembaga perbankan yang sesuai dengan kaidah Islam.
  - 2) Mendesak majlis tajrih PP Muhammadiyah untuk dapat mengajukan konsepsi tersebut dalam muktamar yang akan datang.
- c) Lajnah Bahsul Masi'il Nahdatul Ulama mencapai kesepakatan, Bahwa dalam kenyataannya memang para penafsir Alquran berbeda pendapat mengenai bunga bank, yaitu sebagai berikut.
- 1) Bunga bank sama dengan riba secara mutlak.
- Karena segala jenis bunga sama dengan riba, Bunga sama dengan riba sehingga haram, namun boleh dipungut sementara sistem

perbankan yang islami belum beroperasi, Bunga sama dengan riba sehingga haram, tetapi boleh dipungut sebab ada kebutuhan yang kuat.

2) Bunga bank tidak sama dengan riba.

Karena Bunga konsumsi sama dengan riba sehingga haram, Bunga produktif tidak sama dengan riba sehingga halal, Bunga dari giro dan deposito diperbolehkan, Bunga bank tidak haram jika ditetapkan terlebih dahulu secara umum.

3) 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 sebagai berikut.

Adanya Pendapat ulama yang dominan di Indonesia memutuskan bahwa bunga bank termasuk riba hukumnya haram karena telah ditetapkan dalam Alqur'an antara lain:

1. Surat Al-Imron ayat 130

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

2. Surat Al-Baqarah ayat 275

*“Orang-orang yang Makan (mengambil) riba tidak dapat berdiri melainkan seperti berdirinya orang yang kemasukan syaitan*

*lantaran (tekanan) penyakit gila. Keadaan mereka yang demikian itu, adalah disebabkan mereka berkata (berpendapat), Sesungguhnya jual beli itu sama dengan riba, Padahal Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba. orang-orang yang telah sampai kepadanya larangan dari Tuhannya, lalu terus berhenti (dari mengambil riba), Maka baginya apa yang telah diambilnya dahulu (sebelum datang larangan); dan urusannya (terserah) kepada Allah. orang yang kembali (mengambil riba), Maka orang itu adalah penghuni-penghuni neraka; mereka kekal di dalamnya.”*

### 3. Surat Al-Baqarah ayat 276

*“Allah memusnahkan Riba dan menyuburkan sedekah. dan Allah tidak menyukai Setiap orang yang tetap dalam kekafiran, dan selalu berbuat dosa.”*

### 4. Surat Al-Baqarah ayat 278

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

Dengan demikian bank syariah adalah bank yang beroperasi sesuai dengan prinsip-prinsip syariah Islam khususnya yang menyangkut tata cara bermuamalah secara Islam dalam tata cara bermuamalah itu dijauhi praktek-praktek yang dikhawatirkan

mengandung unsur-unsur riba untuk diisi dengan kegiatan-kegiatan investasi atas dasar bagi hasil dan pembiayaan perdagangan.<sup>27</sup>

Menurut Undang-undang RI nomor 21 tahun 2008 tentang perbankan, perbankan adalah badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya kepada masyarakat dalam bentuk kredit dan bentuk-bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat. Bank maupun perbankan ada yang berbasis syariah ataupun konvensional.<sup>28</sup> Bank menurut jenisnya ada 2 yaitu bank umum dan bank perkreditan rakyat. Antara bank umum dan bank perkreditan rakyat dapat beroperasi berdasarkan prinsip syariah maupun konvensional.

## **B. Penelitian Terdahulu**

Penelitian oleh Herbiyan (2010) tentang “pengaruh pengetahuan mahasiswa tentang perbankan syariah terhadap minat menabung di perbankan syariah di Yogyakarta”. Penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana pengetahuan mahasiswa berpengaruh terhadap keputusan untuk menabung di bank syariah. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara keseluruhan pengaruh pengetahuan mahasiswa berpengaruh positif terhadap keputusan minat menabung karena mahasiswa mempunyai pola pikir yang lebih maju dibandingkan masyarakat awam, melalui pelajaran maupun study yang ada

---

<sup>27</sup> Karnaen Perwata Atmadja dkk, *Apa dan Bagaimana Bank Islam*, (Yogyakarta : Dana Bakti Wakaf, 1992), hlm. 2.

<sup>28</sup> Muhammad Ridwan, *Konstruksi Bank Syariah Indonesia*, (Jakarta: UII Press, 2004), hlm. 17.

dikampus, sehingga pengetahuan memacu dan merangsang minat untuk menabung di bank syariah.<sup>29</sup>

Persamaan antara penelitian danu herbiyan dengan penelitian ini adalah variabel bebas dan variable terikat yang diteliti sama yaitu minat menabung (Y) di bank syariah. Perbedaan dari penelitian ini dengan penelitian danu herbiyan adalah obyek yang diteliti yaitu danu herbiyan memilih obyek mahasiswa sedangkan peneliti memilih obyek para santri.

Dalam kajian penelitian Hamidi (2000) tentang persepsi dan sikap masyarakat santri Jawa Timur terhadap bank syariah, dapat disimpulkan bahwa persepsi masyarakat santri Jawa Timur baik yang merupakan nasabah maupun bukan nasabah bank syariah, ditinjau dari pendekatan budaya, sosial, psikologis dan pribadi adalah positif terhadap bank syariah. Perbedaan yang terdapat pada masyarakat santri nasabah dan non nasabah adalah pada sikap atau pilihan mereka memilih atau tidak memilih bank syariah.<sup>30</sup>

Penelitian Hamidi dengan penelitian ini mempunyai persamaan pada obyek yang diteliti yaitu santri dan variable bebas (X) persepsi. Sedangkan letak perbedaan dari penelitian Hamidi dengna penelitian ini adalah pengambilan variable terikat variable bebas. Hamidi mengambil variable bebas (X) sikap dan variable terikat (Y) bank syariah. Sedangkan pada penelitian ini mengambil variable bebas (X) religiusitas dan Variable terikat (Y) minat menabung.

---

<sup>29</sup> Skripsi disusun oleh Danu Herbiyan, *Pengaruh Pengertian Mahasiswa Tentang Perbankan Syariah di Yogyakarta*, Fakultas Agama Islam, UMY 2010, hlm. 33.

<sup>30</sup> Hamidi, *Persepsi dan Sikap Santri Jawa Timur terhadap Bank Syariah*, Jawa Timur, 2000. Diakses 11 Agustus 2014.

Penelitian yang dilakukan oleh Firmansyah (2010) dengan judul analisis pengaruh tingkat religiusitas pasien terhadap keputusan menggunakan jasa kesehatan, studi Pada Pasien RSUD Muhammadiyah Roemani Semarang . Penelitian ini menggunakan teknik analisis korelasi dengan variable terikat (Y) tingkat keputusan menggunakan jasa dan variable bebas (X) yaitu religiusitas. Populasi dalam penelitian ini adalah pasien atau keluarga pasien yang menggunakan jasa RSUD Muhammadiyah Roemani. Pengambilan sampel dilakukan dengan pertimbangan bahwa populasi yang ada sangat besar jumlahnya sehingga tidak memungkinkan untuk seluruh populasi dijadikan data. Pengambilan sampel akan menggunakan metode *accidental sampling* dimana peneliti memilih sampel/responden berdasarkan pada pertimbangan subjektifnya, bahwa responden tersebut dapat memberikan informasi memadai untuk menjawab pertanyaan penelitian. penelitian ini menggunakan teknik analisis regresi linier sederhana. hasil dari penelitian ini menunjukkan adanya pengaruh positif antara religiusitas dengan keputusan konsumen dalam menggunakan jasa kesehatan.

Persamaan dengan penelitian yang penulis lakukan adalah adanya variabel bebas yaitu religiusitas. Perbedaan dengan penelitian yang dilakukan penulis pada teknik analisis yang dipakai penulis adalah analisis regresi linier berganda sedangkan penelitian febby indra firmansyah menggunakan analisis linier sederhana. Letak perbedaan yang lain dapat dilihat pada obyek yang diteliti, penulis memilih obyek santri sedangkan Febby Indra Firmansyah memilih obyek pasien.

Penelitian oleh Setiasih tentang analisis persepsi, preferensi, sikap dan perilaku dosen terhadap perbankan syariah. Dapat disimpulkan bahwa persepsi tidak secara signifikan mempengaruhi sikap, preferensi mempengaruhi sikap secara signifikan sedangkan sikap mempengaruhi perilaku secara signifikan. meskipun persepsi tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap sikap dosen pada perbankan syariah tetapi secara sistem perbankan syariah lebih bagus atau amanah dibandingkan dengan perbankan konvensional, dapat dijadikan alternatif untuk bertransaksi sehingga tidak bergantung dengan sistem perbankan yang murni konvensional berbasis bunga.<sup>31</sup>

Persamaan dari penelitian di atas dengan penelitian penulis adalah variable bebas yang diambil yaitu persepsi. Perbedaan antara penelitian di atas dengan penelitian ini adalah obyek penelitian dari mengambil dosen, sedang penulis mengambil santri.

Penelitian dari Ariani mahasiswa program studi ilmu ekonomi dan pembangunan universitas Sumatra utara berjudul “ persepsi masyarakat umum terhadap perbankan syariah” menyimpulkan bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara pendidikan, usia, pelayanan terhadap persepsi masyarakat umum tentang perbankan syariah. Variabel pelayanan memberikan kontribusi

---

<sup>31</sup> Dani panca setiasih, analisis persepsi, preferensi, sikap dan perilaku dosen terhadap perbankan syariah, (semarang: IAIN Walisongo, 2011), diakses 20 April 2014.

yang besar dalam membangun persepsi masyarakat tentang perbankan syariah.<sup>32</sup>

Persamaan antara penelitian di atas dengan penelitian ini adalah terletak pada variable persepsi. Dan perbedaannya terletak pada obyek yang diteliti yaitu pada penelitian ini obyek yang dipilih adalah santri sedangkan pada penelitian Dian Ariani mengambil obyek masyarakat umum.

Dalam penelitian yang dilakukan oleh Mabruroh, Fatchan Achyani, dan Fereshti N.D, berjudul “IDENTIFIKASI PERSEPSI TENTANG KEBERADAAN BANK SYARIAH DI SOLO”. Mengemukakan bahwa antara variabel demografi, ekonomi, sosial dan sistem syariah berpengaruh secara signifikan terhadap persepsi terhadap perbankan syariah.<sup>33</sup> Persamaan dengan penelitian ini terletak pada variable yang diteliti yaitu persepsi. Perbedaan dari penelitian ini dengan penelitian di atas terletak pada obyek yang diteliti dan juga adanya variable ekonomi, demografi, sosial dan sistem syariah dalam penelitian di atas.

Dalam penelitian yang dilakukan oleh Priaji (2011) yang berjudul faktor-faktor yang mempengaruhi intensi menabung di bank syariah. Dalam penelitian ini menyebutkan bahwa adanya pengaruh antara sikap, norma subjektif, perceived behavior control, religiusitas, penghasilan, usia, terhadap

---

<sup>32</sup> Dian Ariani, persepsi masyarakat umum terhadap perbankan syariah, (medan: universitas Sumatra Utara, 2007). ([repository.usu.ac.id/bitstream/123456789/7175/1/047018027.pdf](http://repository.usu.ac.id/bitstream/123456789/7175/1/047018027.pdf)) Diakses tanggal 16 Januari 2015)

<sup>33</sup> Jurnal Mabruroh, Fatchan Achyani, dan Fereshti N.D, berjudul “IDENTIFIKASI PERSEPSI TENTANG KEBERADAAN BANK SYARIAH DI SOLO”.

intensi menabung di bank syariah.<sup>34</sup> Persamaan antara penelitian diatas dengan penelitian ini adalah adalah variable religiusitas. Perbedaan antara penelitian di atas dengan penelitian ini adalah pada variabel bebas dan variable terikat.

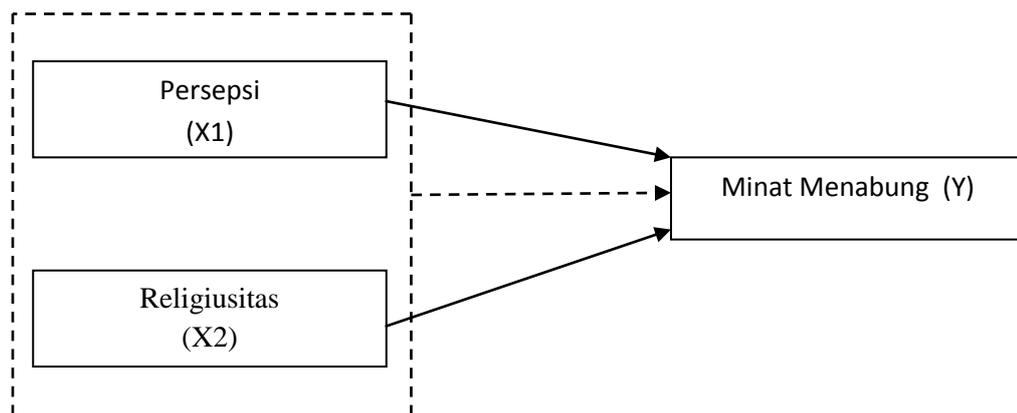
Dari keseluruhan penelitian-penelitian terdahulu yang telah dikemukakan oleh peneliti diatas. Penelitian ini mempunyai variabel terikat yaitu minat menabung dan variabel bebas yaitu persepsi dan religiusitas. Dari kedua variabel bebas tersebut diteliti masing-masing apakah mempunyai pengaruh terhadap variabel terikat. Serta memilih obyek penelitian nasabah atau calon nasabah perbankan syariah yang berstatus sebagai santri, yang notabene juga sering menggunakan jasa dibidang perbankan dalam setiap kegiatannya. Pemilihan obyek santri karena jarang ada peneliti yang menggunakan santri sebagai obyek penelitiannya terutama yang berhubungan dengan perbankan. Padahal banyak santri yang juga telah menjadi nasabah di sebuah lembaga perbankan. Sudut pandang santri terhadap adanya perbankan syariah dan besarnya tingkat religiusitas santri apakah berpengaruh terhadap minat menabung di perbankan syariah menjadi keunikan tersendiri dalam penelitian ini yang sengaja dipilih oleh peneliti.

### **C. Kerangka Berfikir Penelitian**

Dari uraian pemikiran tersebut, dapat diperjelas melalui variabel pengaruh persepsi dan religiusitas santri terhadap minat menabung di perbankan syariah, secara skematis dapat digambarkan pada gambar di bawah ini:

---

<sup>34</sup> Vita widya priaji, skripsi berjudul faktor-faktor yang mempengaruhi intensi menabung di bank syariah,( Jakarta: UIN syarif hidayatulloh, 2011).



#### D. Hipotesis Penelitian

Hipotesis berasal dari kata “ *Hypo*” yang berarti di bawah dan “*thesa*” yang artinya kebenaran. Hipotesis dapat diartikan sebagai suatu jawaban yang bersifat sementara terhadap permasalahan penelitian, sampai terbukti melalui data yang terkumpul. Hipotesis merupakan hubungan yang diduga secara logis antara dua variabel atau lebih dalam rumusan posisi yang dapat di uji secara empiris.<sup>35</sup> Defenisi di atas dapat ditarik kesimpulan bahwa hipotesis adalah jawaban sementara yang harus dilakukan kebenarannya. Berdasarkan tinjauan pustaka dan landasan teori maka hipotesis penelitian dirumuskan sebagai berikut:

H1= terdapat pengaruh positif dan signifikan antara persepsi para santri putra putri pondok pesantren Al-Falah Mojo Kediri terhadap minat menabung di perbankan syariah

H2= terdapat pengaruh positif dan signifikan antara Religiusitas para santri putra putri pondok pesantren Al-Falah Mojo Kediri terhadap minat menabung di perbankan syariah

---

<sup>35</sup> Nur Indrianto dan Bambang Supomo, *Metodologi Penelitian Bisnis*, ( Yogyakarta: BPFE, 2009), hlm.73