

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Religiusitas

Faktor religiusitas berkaitan dengan tingkah laku individu dalam memilih jasa perbankan syariah. Penelitian yang dilakukan oleh Khan¹ memberikan bukti bahwa keyakinan agama dapat memiliki dampak yang signifikan terhadap pilihan individu dalam memilih jasa perbankan. Penelitian ini menemukan bahwa bank-bank Islam di Pakistan menikmati tingkat pertumbuhan deposito jauh lebih besar dari bank konvensional.

1. Pengertian Religiusitas

Religiusitas berasal dari kata *region* (agama). Menurut Harun nasution dalam Jalaluddin² pengertian agama berasal dari kata, yaitu: *al-Din*, *religi* (*relegere*, *religare*) dan agama. *Al-Din* (sempit) berarti undang-undang atau hukum. Kemudian dalam bahasa arab, kata ini mengandung arti menguasai, menundukkan, patuh, utang, balasan, kebiasaan. Kemudian *religare* berarti mengikat. Adapun kata agama terdiri dari a = tidak; gam = pergi mengandung arti tidak pergi, tetap ditempat atau diwarisi turun-temurun.

Religius menurut Islam adalah menjalankan ajaran agama secara menyeluruh. Allah berfirman dalam Al-Qur'an surat Al-Baqarah-208:

¹ Khan, Ayesha K., and Tarun Khanna. *God, Government and Outsiders: The Influence of Religious Beliefs on Depositor Behavior in an Emerging Market*. 2010.

² Jalaluddin. *Psikologi Agama*. (Jakarta: Rajawali Pers. 2011) hal 12-13

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 dibedakan menjadi empat : a) kebutuhan akan keamanan dan keselamatan, b) kebutuhan akan cinta kasih c) kebutuhan untuk memperoleh harga diri d) kebutuhan yang timbul karena adanya ancaman kematian.

d. Faktor Intelektual

Berkaitan dengan berbagai proses penalaran verbal atau rasionalisasi. Berdasarkan penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa setiap individu memiliki tingkat religiusitas yang berbeda-beda dan tingkat religiusitasnya bisa dipengaruhi dari 2 macam faktor yaitu faktor internal dan faktor eksternal. Faktor internal yaitu pengalaman-pengalaman spiritual, kebutuhan akan keamanan dan keselamatan, kebutuhan akan cinta kasih, kebutuhan untuk memperoleh harga diri, dan kebutuhan yang timbul karena ancaman kematian. Sedangkan faktor eksternal yaitu pengaruh pendidikan dan pengajaran dan berbagai tekanan sosial dan faktor intelektualitas.

3. Dimensi Religiusitas

Menurut Glock dan Stark⁶ mengatakan bahwa terdapat lima dimensi dalam religiusitas, yaitu :

a. Dimensi keyakinan (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 praktek agama (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

⁶ Djamaludin Ancok dan Fuad Nasori Suroso, Cetakan VIII, *Psikologi Islam: Solusi Islam Atas Problem-Problem Psikologi*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2011) hlm. 77-78

pengikut agama tertentu dalam menjalankan ritus-ritus yang berkaitan dengan agama. Dimensi praktek dalam agama Islam dapat dilakukan dengan menjalankan ibadah shalat, puasa, zakat, haji ataupun praktek muamalah lainnya.

c. Dimensi pengalaman (eksperiensial)

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 (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 pengamalan (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.

Sedangkan menurut Fetzer dalam Adindara Padmaninggar⁷ menyatakan bahwa Ada 12 dimensi religiusitas, antara lain:

a. *Daily spiritual experiences*,

Merupakan dimensi yang memandang dampak agama dan spiritual dalam kehidupan sehari-hari. Dalam hal ini, *daily experiences* merupakan persepsi individu terhadap sesuatu yang berkaitan dengan transenden (Tuhan, yang ilahi) dalam kehidupan sehari-hari dan persepsi terhadap interaksinya pada kehidupan tersebut, sehingga *daily spiritual experiences* lebih kepada pengalaman dibandingkan kognitif.

b. *Meaning*.

Meaning yang dimaksud disini berkaitan dengan religiusitas atau yang disebut *religion-meaning* yaitu sejauh mana seorang individu dapat mencari makna hidupnya melalui agama yang dianut serta menjadi agama sebagai landasan tujuan hidupnya.

c. *Value*

Merupakan pengaruh kualitas iman terhadap nilai-nilai hidup, seperti mengajarkan tentang nilai cinta, saling menolong, saling melindungi dan sebagainya.

d. Konsep *belief*

Merupakan konsep inti dari religiusitas. Dalam bahasa Indonesia

⁷ Adindara Padmaninggar, *Analisis Pengaruh Tingkat Religiusitas, Pengetahuan dan Jumlah Uang Saku terhadap Minat mahasiswa Menabung di Bank Umum Syariah*. (Malang: Skripsi Universitas Brawijaya, 2016) hlm. 38-39

belief disebut keimanan, yakni kebenaran yang diyakini dengan hati dan diamalkan dengan perbuatan.

e. *Forgiveness*

Merupakan dimensi yang berwujud suatu tindakan memaafkan, bertujuan untuk memaafkan orang yang melakukan kesalahan dan berusaha keras untuk melihat orang itu dengan belas kasihan, kebajikan dan cinta. Dimensi *Forgiveness* mencakup empat dimensi turunan, yaitu pengakuan dosa, merasa siampuni oleh Tuhan, merasa dimaafkan oleh orang lain dan memaafkan diri sendiri.

f. *Private religious practice*

Merupakan perilaku beragama dalam mempelajari agama yang dianut meliputi: ibadah, mempelajari kitab, dan kegiatan- kegiatan lain untuk meningkatkan kualitas religiusitasnya.

g. *Religious/Spiritual Coping.*

Merupakan *coping stress* atau cara mengatasi stres seorang individu dengan menggunakan pola dan metode seperti dengan berdoa, beribadah.

h. *Religious Support.*

Yaitu aspek hubungan sosial antara individu dengan pemeluk agama sesamanya.

i. *Commitment.*

Yaitu seberapa jauh individu mementingkan agamanya, komitmen serta berkontribusi kepada agamanya.

- j. *Organizational religiousness*, merupakan konsep yang mengukur seberapa jauh individu ikut serta dalam lembaga keagamaan yang ada di masyarakat dan beraktivitas di dalamnya.

Dari uraian diatas, hanya sepuluh indikator yang akan digunakan, karna sepuluh indikator diatas lebih memenuhi syarat untuk digunakan sebagai penelitian.

4. Hubungan Antara Religiusitas dan Minat Menabung di Bank Syariah.

Menurut Tasmarah dalam Vivi, menjelaskan bahwa religiusitas merupakan salah satu bentuk tanggung jawab. Al-muttaqqin (orang-orang yang bertanggung jawab) adalah orang-orang yang bertakwa yaitu orang-orang yang melakukan dan menerima sesuatu sebagai amanah dengan penuh rasa cinta ingin menunaikannya dalam bentuk pilihan-pilihan amal saleh. Religiusitas diwujudkan dalam berbagai sisi kehidupan termasuk aspek ekonomi.

Pada zaman modern ini kegiatan perekonomian tidak akan sempurna tanpa adanya lembaga perbankan. Lembaga perbankan termasuk ke dalam aspek syariah yang berhubungan dengan kegiatan muamalah. Al-Qur'an dan Sunnah hanya memberikan prinsip-prinsip dan filosofi dasar, dan menegaskan larangan-larangan yang harus di jauhi sedangkan kegiatan bermuamalah terus mengalami perkembangan terutama dalam dunia perbankan. Adanya perbankan syariah menjadi

salah satu keberhasilan penerapan syariah Islam dalam bermuamalah. Namun, pada kegiatan bermuamalah, perlu diperhatikan bahwa semua transaksi dibolehkan kecuali yang diharamkan oleh syariat. Dan penyebab terlarangnya sebuah transaksi menurut syariat dikarenakan adanya faktor haram zatnya, haram selain zatnya, dan tidak sah.

Bank syariah yang menerapkan sistem syariah Islam dalam kegiatannya merupakan alternatif bagi umat muslim yang membutuhkan adanya lembaga perbankan yang bebas dari pola ribawi yang secara prinsip diharamkan syariat. Individu yang memiliki religiusitas akan memahami bahwa ia perlu mempersiapkan segala kemungkinan di masa yang akan datang, termasuk diantaranya merencanakan tentang perekonomiannya kelak. Individu akan memahami bahwa menabung untuk mempersiapkan masa depan adalah suatu hal yang penting.

Individu yang cerdas secara rohaniyah selalu mempercayai bahwa Allah akan menyaksikan segala perbuatan manusia termasuk bermuamalah dalam kegiatan ekonomi. Menabung di bank syariah merupakan pilihan yang sesuai dengan prinsip ajaran islam dan tidak bertentangan dengan perintah Allah. Individu dengan religiusitas juga dapat memahami bahwa dengan menabung di bank syariah ia dapat menolong orang lain yang membutuhkan, karena sistem bagi hasil yang diterapkan oleh bank syariah bertujuan untuk menolong sesama.

B. Pengetahuan

1. Pengertian Pengetahuan

Menurut KBBI, pengetahuan adalah segala sesuatu yang diketahui; kepandaian; segala sesuatu yang diketahui berkenaan dengan hal (mata pelajaran). Pengertian pengetahuan menurut Notoatmodjo⁸, Pengetahuan adalah hasil dari tahu dan terjadi setelah orang melakukan penginderaan terhadap objek tertentu. Penginderaan terjadi melalui panca indera manusia yaitu indera penglihatan, pendengaran, penciuman, rasa dan raba. Sebagian besar pengetahuan manusia diperoleh melalui mata dan telinga.

Pengetahuan adalah suatu istilah yang dipergunakan untuk menuturkan apabila seseorang mengenal tentang sesuatu. Suatu hal yang menjadi pengetahuan adalah selalu terdiri atas unsur yang mengetahui dan yang diketahui serta kesadaran mengenai hal yang ingin diketahuinya, oleh karena itu pengetahuan selalu menuntut adanya subjek yang memiliki kesadaran untuk mengetahui tentang sesuatu dan objek yang merupakan sesuatu yang dihadapinya sebagai hal yang ingin diketahuinya. Jadi dapat dikatakan pengetahuan adalah hasil tahu manusia terhadap sesuatu, atau segala perbuatan manusia untuk

⁸ Soekidjo Notoatmodjo. *Pendidikan dan Perilaku Kesehatan*. (Jakarta: PT. Rineka Cipta. 2003)

mengetahui suatu objek yang dihadapinya, atau hasil usaha manusia untuk memahami suatu objek tertentu.⁹

2. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Pengetahuan

Ada beberapa faktor yang mempengaruhi pengetahuan seseorang, antara lain:

a. Pendidikan

Tingkat pendidikan turut pula menentukan mudah tidaknya seseorang menyerap dan memahami pengetahuan yang mereka peroleh, pada umumnya semakin tinggi turut pula menentukan mudah tidaknya seseorang menyerap dan memahami pengetahuan yang mereka peroleh, pada umumnya semakin tinggi pendidikan seseorang maka semakin baik pula pengetahuannya.

b. Pengalaman

Pengalaman merupakan guru yang terbaik. Pepatah tersebut dapat diartikan bahwa pengalaman merupakan sumber pengetahuan, atau pengalaman itu suatu cara untuk memperoleh kebenaran pengetahuan. Oleh sebab itu pengalaman pribadi pun dapat digunakan sebagai upaya untuk memperoleh pengetahuan. Hal ini dilakukan dengan cara mengulang kembali pengalaman yang diperoleh dalam memecahkan permasalahan yang dihadapi pada masa lalu.

⁹ Surajiyo. *Filsafat Ilmu dan Perkembangannya di Indonesia*. (Jakarta: Bumi Aksara, 2010) hlm. 26

c. Usia

Makin tua umur seseorang maka proses-proses perkembangan mentalnya bertambah baik, akan tetapi pada umur tertentu, bertambahnya proses perkembangan mental ini tidak secepat seperti ketika berumur belasan tahun.

d. Informasi

Informasi akan memberikan pengaruh pada pengetahuan seseorang. Meskipun seseorang memiliki pendidikan yang rendah tetapi jika ia mendapatkan informasi yang baik dari berbagai media misalnya TV, radio atau surat kabar maka hal itu akan dapat meningkatkan pengetahuan seseorang.

3. Hubungan Antara Pengetahuan dan Minat Menabung

Sebelum calon nasabah mempergunakan jasa perbankan, maka diperlukan sebuah atau beberapa informasi atau pengetahuan akan suatu bank, agar nantinya tidak ada pihak yang merasa merugikan atau dirugikan. Pengetahuan atau informasi menabung pada perbankan bisa didapat dari orang lain, seperti dari karyawan bank, teman, saudara, keluarga, media cetak, media elektronik, dan lain-lain.

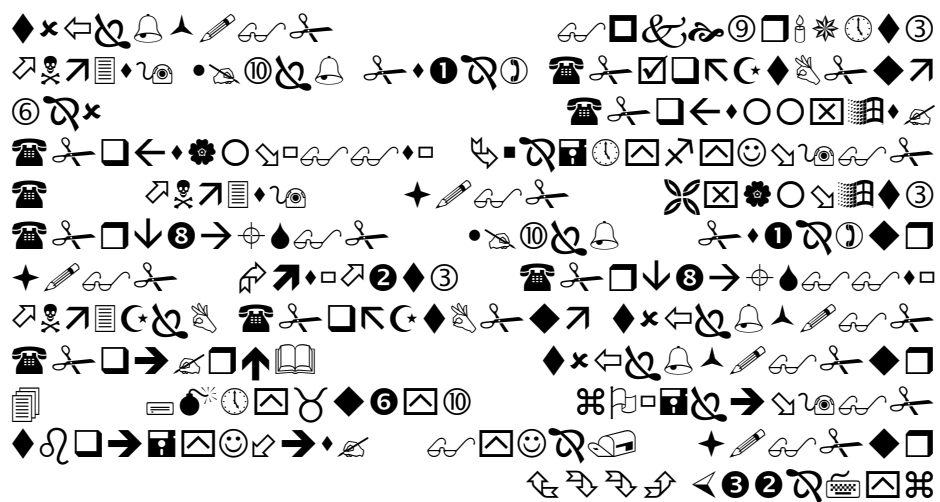
Menurut J. Paul Peter, Jerry C. Olson dialih bahasakan oleh Damos Sihombing¹⁰ membagi pengetahuan menjadi 3 jenis pengetahuan produk, yaitu:

a. Pengetahuan tentang karakteristik atau atribut produk/jasa

¹⁰ Damos Sihombing. *Perilaku Konsumen*, Alih Bahasa. (Jakarta: Erlangga, 2005) hlm. 65

- b. Pengetahuan tentang manfaat produk/jasa
- c. Pengetahuan tentang kepuasan yang diberikan oleh produk/jasa bagi konsumen

Pengetahuan dapat juga berupa kelemahan maupun kelebihan produk, pelayanan, fasilitas, dan sebagainya yang dapat menjelaskan tentang perbankan. Pengetahuan yang memadai merupakan informasi yang dapat memberikan pengetahuan pengetahuan bagi nasabah agar mengerti tentang kondisi bank. Dan juga merupakan keuntungan bagi nasabah akan kelebihan layanan perbankan yang digunakan nantinya. Selain itu berkaitannya dengan pengetahuan, di Al-Qur'an dijelaskan tentang pentingnya pengetahuan QS. Al-Mujadilah-11:



Artinya: *"Hai orang-orang beriman apabila dikatakan kepadamu: "Berlapang- lapanglah dalam majlis", maka lapangkanlah niscaya Allah akan memberi kelapangan untukmu. Dan apabila dikatakan: "Berdirilah kamu", maka berdirilah, niscaya Allah akan meninggikan orang-orang yang beriman di antaramu dan orang-orang yang diberi ilmu pengetahuan beberapa derajat. Dan Allah Maha Mengetahui apa yang kamu kerjakan."*¹¹

¹¹ QS. Al- Mujadilah:11

Dan dalam sebuah hadis yang diriwayatkan oleh Bukhori dan Muslim menegaskan tentang pentingnya pengetahuan, yaitu:

“Barang siapa yang menhendaki kebaikan di dunia maka dengan ilmu. Barang siapa yang menhendaki kebaikan di akhirat maka dengan ilmu. Barang siapa yang menhendaki ke duanya maka dengan ilmu” (HR. Bukhori dan Muslim)

Sehingga berdasarkan ayat dan hadis di atas maka dengan dasar ilmu pengetahuan seseorang akan ditinggikan drajatnya oleh Allah. Selain itu dengan ilmu pengetahuan seseorang mampu berpikir secara rasional dalam melakukan segala sesuatu yang berkaitan dengan dunia dan akhiratnya. Untuk itu, berkaitan dengan pilihan nasabah menabung pada perbankan syariah sangat penting bagi seseorang memiliki dasar ilmu pengetahuan.

C. Persepsi

1. Pengertian Persepsi

Menurut Kreitner dan Kinicki dalam Wibowo¹² persepsi merupakan proses kognitif yang memungkinkan kita menginterpretasikan dan memahami sekitar kita. Dikatakan pula sebagai proses mengintrepetasikan suatu lingkungan. Orang harus mengenal objek untuk berinteraksi sepenuhnya dengan lingkungan mereka.

Carole Wade dan Carol Tavris¹³, mengemukakan bahwa persepsi merupakan proses pengaturan dan penerjemahan informasi sensorik oleh otak. Persepsi merupakan aspek psikologis yang penting bagi manusia

¹² Wibowo. *Perilaku Organisasi, ed-1-2*. (Jakarta: Rajawali Pers, 2014) hlm.59

¹³ Wade & Tavris. *Psikology : edisi 9 jilid 1*. (Jakarta : erlangga, 2007) hlm. 194

dalam merespon kehadiran berbagai aspek dan gejala di sekitarnya. Persepsi mengandung pengertian yang luas, menyangkut internal dan eksternal. Berbagai ahli telah memberikan definisi yang beragam tentang persepsi walaupun pada dasarnya mengandung makna yang sama. Menurut Sunaryo¹⁴, terdapat dua macam persepsi yaitu:

- a. *External Perception* yaitu persepsi yang terjadi karena adanya rangsangan yang datang dari luar diri individu.
- b. *Self Perception* yaitu persepsi yang terjadi karena adanya rangsangan yang berasal dari dalam diri individu.

Suharman¹⁵, menjelaskan bahwa persepsi merupakan suatu proses menginterpretasikan atau menafsirkan informasi yang diperoleh melalui sistem alat indera manusia. Menurutnya ada tiga aspek di dalam persepsi yang dianggap relevan dengan kognisi manusia yaitu pencatatan indera, pengenalan pola, dan perhatian. Persepsi adalah proses bagaimana seorang individu memilih, mengorganisasi, dan menginterpretasi masukan-masukan informasi untuk menciptakan gambaran dunia yang memiliki arti. Dalam Firsan¹⁶, secara sederhana persepsi adalah pandangan seseorang dalam menafsirkan suatu peristiwa berdasarkan informasi yang diterimanya.

Dari beberapa pendapat di atas dapat disimpulkan bahwa persepsi adalah proses penerjemahan, penafsiran, dan pemahaman terhadap suatu

¹⁴ Sunaryo. *Psikologi Untuk Keperawatan*, EGC. (Jakarta : , 2004) hlm. 93-98

¹⁵ Suharman, MS. *Psikologi Kognitif*. Surabaya: Srikandi, 2005) hlm. 23

¹⁶ Firsan Nova. *Crisis Public Relations*. (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2011) hlm. 297

objek tertentu yang dapat mempengaruhi perilaku dan pembentukan sikap. Proses persepsi diakhiri dengan adanya kesadaran individu akan apa yang telah diterima melalui alat inderanya. Berdasarkan konsep tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa persepsi nasabah merupakan proses yang dialami individu (Mahasiswa) dalam menafsirkan dan menerjemahkan informasi yang diperoleh melalui alat inderanya

2. Faktor-faktor yang mempengaruhi Presepsi.

Presepsi dibentuk oleh tiga faktor diantaranya yaitu¹⁷ :

a. Faktor Perceiver (orang yang memberikan persepsi)

Faktor perceiver mengandung komponen: 1) sikap, 2) motif, 3) kepentingan, 4) pengalaman, dan 5) harapan. Apabila kita melihat target dan berusaha menginterpretasikan apa yang kita lihat, interpretasi kita sangat dipengaruhi oleh karakteristik personal kita.

b. Faktor Objek (Sasaran persepsi)

Faktor target mengandung komponen: 1) sesuatu yang baru, 2) gerakan, 3) suara, 4) ukuran, 5) latar belakang, 6) kedekatan, dan 7) kesamaan. Karakteristik dari target yang kita amati akan mempengaruhi apa yang kita rasakan.

c. Faktor Situasi .

Faktor situasi mengandung komponen : 1) waktu, 2) pengaturan kerja, dan 3) pengaturan sosial. Hal ini juga penting, pada waktu kita melihat objek atau kejadian yang dapat mempengaruhi perhatian.

¹⁷ Ibid, hlm. 60-61

3. Proses Terbentuknya Persepsi

Proses persepsi dimulai dari proses menerima rangsangan, menyeleksi, mengorganisasi, menafsirkan, mengecek dan reaksi terhadap rangsangan. Rangsangan dari proses persepsi dimulai dari penangkapan indera terhadap objek persepsi. Ada dua jenis proses persepsi, yaitu:¹⁸

a. Proses Fisik

Proses persepsi dimulai dari dari prngindraan yang menimbulkan stimulus dari reseptor yang dilanjutkan dengan pengolahan data pada syaraf sensorik otak atau dalam pusat kesadaran. Proses ini disebut juga dengan proses fisiologis.

b. Proses Psikologis

Proses pengolahan data pada syaraf sensorik otak akan menyebabkan reseptor menyadari apa yang dilihat, didengar, atau apa yang diraba.

Terbentuknya persepsi individu maupun suatu komunitas juga sangat tergantung pada stimulus yang jadi perhatian untuk dipersepsikan. Di samping itu, kelengkapan data dan faktor-faktor yang mempengaruhi persepsi sangat menentukan kualitas persepsi dari reseptor. Adapun tahap-tahap dalam pembentukan persepsi konsumen, yaitu:¹⁹

¹⁸ Bimo Walgio, *Pengantar Psikologi Umum* (Yogyakarta: Penerbit Andi, 2005), hlm. 102

¹⁹ Ayu Andriani, *Pengaruh Persepsi Dan Religiusitas Santri Terhadap Minat Menabung Di Perbankan Syariah - Studi Kasus Di Pondok Pesantren Al-Falah Mojo Kediri*. (Tulungagung: Skripsi IAIN Tulungagung, 2015) hlm. 17-18

- a. 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.
- b. 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.
- 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 pemasaran, persepsi itu lebih penting daripada realitas, Karena persepsi itulah yang akan mempengaruhi perilaku aktual konsumen

4. Indikator Persepsi

Menurut Bimo Walgito dalam Isti Varadhila²⁰, persepsi memiliki indikator sebagai berikut:

- a. Penyerapan terhadap Rangsang atau Objek dari Luar Individu

²⁰ *Persepsi Siswa SMK Taman terhadap Kesempatan Memperoleh Pekerjaan.*(Surabaya: Skripsi UIN Sunan Ampel Surabaya, 2016) hlm. 24-25

Rangsang atau objek tersebut diserap atau diterima oleh panca indera, baik penglihatan, pendengaran, peraba, pencium, dan pengecap secara sendiri-sendiri maupun bersama-sama. Dari hasil penyerapan atau penerimaan oleh alat-alat indera tersebut akan mendapat gambaran, tanggapan, atau kesan di dalam otak. Gambaran tersebut dapat tunggal maupun jamak, tergantung objek persepsi yang diamati. Di dalam otak terkumpul gambaran-gambaran atau kesan-kesan, baik yang lama maupun yang baru saja terbentuk. Jelas tidaknya gambaran tersebut tergantung dari jelas atau tidaknya rangsang, normalitas alat indera dan waktu baru saja atau sudah lama.

b. Pengertian atau Pemahaman

Setelah terjadi gambaran atau kesan-kesan di dalam otak maka gambaran tersebut diorganisir, digolong-golongkan (diklasifikasi), dibandingkan, diinterpretasikan sehingga terbentuk pengertian atau pemahaman. Proses terjadinya pengertian atau pemahaman tersebut sangat unik dan cepat. Pengertian yang terbentuk tergantung juga pada gambaran-gambaran lama yang telah dimiliki individu sebelumnya (disebut apersepsi).

c. Penilaian atau Evaluasi

Setelah terbentuk pengertian atau pemahaman, terjadilah penilaian dari individu terhadap benda atau sesuatu yang dipersepsikan

5. Hubungan antara Presepsi dan Minat Menabung

Pertumbuhan dunia perbankan saat ini sangat pesat. Bank-bank baru banyak bermunculan. Dengan semakin banyaknya bank-bank baru tersebut mengakibatkan persaingan antar bank menjadi semakin ketat. Persaingan yang semakin ketat ini menuntut bank untuk dapat mempertahankan maupun menarik nasabah sebanyak mungkin. Berbagai pendekatan dilakukan bank untuk memperebutkan nasabah baik melalui peningkatan sarana-prasarana, produk maupun pelayanan nasabah. Dengan berbagai fasilitas dan kemudahan yang diberikan bank, nasabah sebagai pengambil keputusan mempunyai banyak pilihan sesuai kebutuhan. Perkembangan yang pesat dalam dunia perbankan saat ini ditandai dengan banyaknya bank-bank syariah yang bermunculan.

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 lain. Perilaku nasabah terhadap bank dapat dipengaruhi oleh sikap dan persepsi nasabah terhadap karakteristik perbankan itu sendiri. Dalam menginterpretasikan suatu informasi, antar 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 nasabah. Sehingga dapat disimpulkan bahwa persepsi nasabah terhadap setiap informasi yang diterimanya mengenai Bank Syariah sangat mempengaruhi minat nasabah itu sendiri untuk

memilih menabung dan menggunakan Bank Syariah sebagai pilihan.

D. Minat Menabung

1. Pengertian Menabung

Minat dalam kamus besar bahasa Indonesia diartikan sebagai sebuah kecenderungan hati yang tinggi terhadap sesuatu gairah atau keinginan.²¹ Minat (*interest*) adalah suatu sikap yang berlangsung terus menerus yang memolakan perhatian seseorang, sehingga membuat dirinya jadi selektif terhadap objek minatnya, perasaan yang menyatakan bahwa satu aktivitas, pekerjaan, atau objek itu berharga atau berarti bagi individu dan satu keadaan motivasi, atau set motivasi, yang menuntun tingkah laku menuju satu arah (sasaran) tertentu.²²

Minat bukan istilah yang populer karena ketergantungannya pada faktor- faktor internal seperti pemusatan perhatian, keingintahuan, motivasi, dan kebutuhan. Rangsangan yang diberikan oleh bank untuk menarik minat menabung masyarakat terbatas pada rangsangan yang hasilnya dapat dirasakan langsung oleh nasabah. Nasabah saat ini lebih berhati-hati sebelum memutuskan bank manakah yang akan dipilihnya sebagai tempat menginvestasikan dananya. Penilaian masyarakat terhadap bank tidak hanya terpaku pada masalah kuantitas seperti bunga bank, tetapi sudah berkembang pada persoalan kualitas, baik mengenai

²¹ Anton M. Moeliono, et.al, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, (Jakarta: Balai Pustaka, 1999), hlm. 225

²² Chaplin, J.P, *Kamus Psikologi Lengkap*, (Jakarta: PT Raja Grafindo, 2008), hlm. 15

produk bank maupun layanannya.²³

Minat dapat dipahami untuk menunjukkan kekuatan motif yang menyebabkan seseorang memberikan perhatian kepada orang, benda atau aktivitas tertentu. Minat menggambarkan alasan-alasan mengapa seseorang lebih tertarik kepada benda, orang atau aktivitas tertentu dibandingkan dengan yang lain. Minat juga dapat membantu seseorang untuk memutuskan apakah ia akan melaksanakan aktivitas yang ini atau aktivitas yang lain.

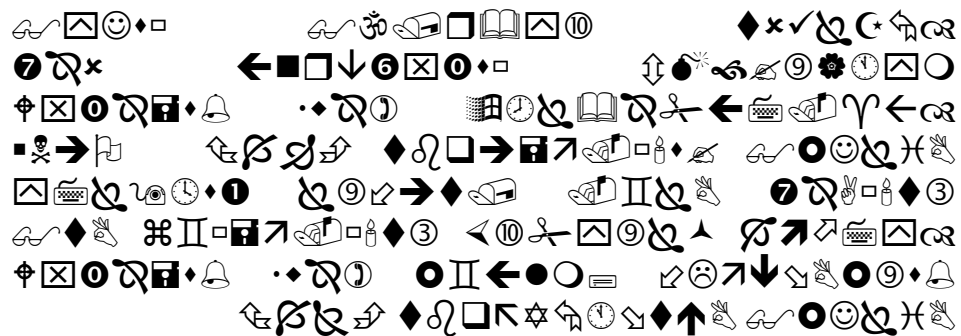
Definisi minat terbagi menjadi 3, yaitu:

- a) Minat pribadi, yaitu minat yang berasal dari pribadi atau karakteristik individu yang relative stabil. Biasanya minat pribadi diasumsikan langsung ke beberapa aktivitas atau topik.
- b) Minat situasi, yaitu minat yang berhubungan dengan kondisi lingkungannya seperti ruang kelas, computer dan buku teks yang dapat membangkitkan minat.
- c) Minat dalam rumusan psikologi, yaitu perpaduan antara minat pribadi dengan minat situasi.

Aktivitas menabung juga diajarkan dalam Islam. Menabung adalah pelajaran yang dapat diteladani dari kisah nabi Yusuf as. Hal ini juga tercantum dalam Al- Qur'an, yaitu QS.Yusuf ayat 47-48 yang berbunyi:



²³ Zainab, *Pengaruh Citra Merek, Periklanan, dan Persepsi Terhadap Minat Menabung Nasabah* (Jakarta: UIN Syarif Hidayatullah, 2011), hlm. 31-32



Artinya: “Dia (Yusuf) berkata, Agar kamu bercocok tanam tujuh tahun (berturut-turut) sebagaimana biasanya; kemudian apa yang kamu tuai hendaklah kamu biarkan ditangkainya sedikit untuk kamu makan (47). Kemudian setelah itu akan datang tujuh (tahun) yang sangat sulit, yang menghabiskan apa yang kamu simpan untuk menghadapi (tahun sulit), kecuali sedikit dari apa (bibit gandum) yang kamu simpan (48)”.²⁴

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. Rangsangan tersebut kemudian diproses dalam diri sesuai dengan karakteristik pribadinya, sebelum akhirnya diambil keputusan menabung. Karakteristik pribadi konsumen yang dipergunakan untuk memproses rangsangan tersebut sangat kompleks dan salah satunya adalah motivasi untuk menabung.

Berdasarkan paparan di atas 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.

²⁴ QS. Yusuf : 47-48

2. Aspek-aspek Minat Menabung

Aspek-aspek minat adalah sebagai berikut:

- a. Sikap umum terhadap aktivitas (*general attitude toward the activity*)
- b. Pilihan spesifik untuk menyukai aktivitas (*specific preference for or liking the activity*)
- c. Merasa senang dengan aktivitas (*enjoyment of the activity*)
- d. Aktivitas tersebut mempunyai arti penting bagi individu (*personal importance or significance of the activity to the individual*)

3. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Terbentuknya Minat

Menurut Crow and Crow dalam Abdul Rahman²⁵ Ada tiga faktor yang mempengaruhi timbulnya minat, yaitu:

- a. Faktor dorongan dari dalam

Artinya mengarah pada kebutuhan-kebutuhan yang muncul dari dalam individu, merupakan faktor yang berhubungan dengan dorongan fisik, motif, mempertahankan diri dari rasa lapar, rasa takut, rasa sakit, juga dorongan ingin tahu membangkitkan minat untuk mengadakan penelitian dan sebagainya

- b. Faktor motif social

Artinya mengarah pada penyesuaian diri dengan lingkungan agar dapat diterima dan diakui oleh lingkungannya atau aktivitas untuk memenuhi kebutuhan sosial, seperti bekerja, mendapatkan status, mendapatkan perhatian dan penghargaan.

²⁵ Sukron, *Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Non Muslim Menjadi Nasabah Di Bank BNI Syariah*, (Skripsi: IAIN Walisongo, 2012), hlm. 15

c. Faktor emosional atau perasaan

Artinya minat yang erat hubungannya dengan perasaan atau emosi, keberhasilan dalam beraktivitas yang didorong oleh minat akan membawa rasa senang dan memperkuat minat yang sudah ada, sebaliknya kegagalan akan mengurangi minat individu tersebut.

Hal-hal yang dapat mempengaruhi minat menabung, yaitu:

- 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 di masa mendatang dapat mendorong seseorang untuk menabung.

E. Bank Syariah

Sejak 1960-an, pengharaman riba' (bunga atau rente) telah menjadi salah satu isu sentral yang paling banyak didiskusikan kalangan

cendekiawan muslim. Hal ini tentunya sangat dipengaruhi oleh kondisi social politik masyarakat muslim, gerakan reformis dan Islamisasi ilmu pengetahuan dari tokoh muslim itu sendiri.

Besarnya gerakan terhadap diskusi bunga yang dianggap sebagai riba menjadi sebuah gerakan besar untuk menciptakan sebuah model lembaga keuangan yang tentunya sesuai dengan prinsip Islam. Hal ini merupakan landasan sekaligus alasan mendasar untuk segera dibentuk bank Islam.

1. Pengertian Bank Syariah

Bank adalah badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk Simpanan dan menyalurkannya kepada masyarakat dalam bentuk pembiayaan dan/atau bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat.²⁶

Berdasarkan rumusan tersebut, bank Islam berarti bank yang tata cara beroperasinya didasarkan pada tata cara bermuamalat secara Islam, yakni mengacu kepada ketentuan-ketentuan Al-Quran dan Hadits. Sedangkan Muamalat adalah ketentuan-ketentuan yang mengatur hubungan manusia dengan manusia, baik hubungan pribadi maupun perorangan dengan masyarakat.

Pengertian perbankan syariah juga disebutkan dalam UU No. 21 Tahun 2008 pasal 1 ayat (1). Dalam UU tentang perbankan syariah tersebut tertulis:

“Perbankan Syariah adalah segala sesuatu yang menyangkut tentang Bank Syariah dan Unit Usaha Syariah, mencakup kelembagaan,

²⁶ Sumar'in. *Konsep Kelembagaan Bank Syariah*. (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2012)

kegiatan usaha, serta cara dan proses dalam melaksanakan kegiatan usahanya.”

Untuk menghindari pengoperasian bank dengan sistem bunga, Islam memperkenalkan prinsip-prinsip muamalah Islam. Dengan kata lain, Bank Syariah lahir sebagai salah satu solusi alternative terhadap persoalan pertentangan antara bunga bank dengan riba. Dengan demikian, kerinduan umat Islam Indonesia yang ingin melepaskan diri dari persoalan riba telah mendapat jawaban dengan lahirnya bank Syariah.

2. Fungsi dan Peran Bank Syariah

Fungsi dan peran bank syariah yang diantaranya tercantum dalam pembukaan standar akuntansi yang dikeluarkan oleh AAOIFI (*Accounting and Auditing Organization for Islamic Financial Institution*), sebagai berikut:

- a. Manajer investasi, bank syariah dapat mengelola investasi dana nasabah
- b. Investor, bank syariah dapat menginvestasikan dana yang dimilikinya maupun dana nasabah yang dipercayakan kepadanya
- c. Penyedia jasa keuangan dan lalu lintas pembayaran, bank syariah dapat melakukan kegiatan-kegiatan jasa-jasa layanan perbankan sebagaimana lazimnya
- d. Pelaksanaan kegiatan sosial, sebagai ciri yang melekat pada entitas keuangan syariah, bank Islam juga memiliki kewajiban untuk

mengeluarkan dan mengelola zakat serta dana-dana sosial lainnya.

F. PENELITIAN TERDAHULU

Pertama, Alfi Mulikhah Lestari dalam skripsinya yang berjudul “Pengaruh Religiusitas, Produk Bank, Kepercayaan, Pengetahuan, dan Pelayanan Terhadap Preferensi Menabung Pada Perbankan Syariah (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya Malang)”.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan variabel religiusitas, indikator kepatuhan agama menjadi preferensi utama pada perbankan syariah. Kemudian dari variabel produk bank ditemukan bahwa indikator paling bermakna adalah produk yang inovatif. Dari variabel kepercayaan, indikator yang paling utama adalah kemudahan bertransaksi, dari variabel pengetahuan ditemukan bahwa indikator paling bermakna adalah pengetahuan ilmiah melalui buku, jurnal atau hasil riset yang membantu dalam memahami praktek perbankan syariah. Dan dari variabel pelayanan, indikator yang paling bermakna adalah tentang penggunaan fasilitas yang mudah.²⁷

Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang akan dilakukan yaitu penelitian ini menggunakan variabel Produk Bank, Kepercayaan, dan Pelayanan. Sedangkan persamaannya yaitu sama-sama menggunakan mahasiswa sebagai penelitian.

Kedua, Desy Fatmawati dalam skripsinya yang berjudul “Pengaruh

²⁷ Alfi Mulikhah Lestari. “Pengaruh Religiusitas, Produk Bank, Kepercayaan, Pengetahuan, dan Pelayanan Terhadap Preferensi Menabung Pada Perbankan Syariah (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya Malang). (Malang: Universitas Brawijaya, 2015)

Pendapatan, Religiusitas, dan Informasi Terhadap Intensi Menabung di Bank Syariah Pada Kalangan Santri Mahasiswa Pondok Pesantren Wahid Hasyim di Sleman”²⁸

Hasil *probit regression* dalam penelitian ini menunjukkan bahwa variabel pendapatan tidak berpengaruh terhadap intensi menabung di bank syariah pada kalangan santri. Sedangkan variabel religiusitas dan informasi masing-masing berpengaruh terhadap intensi menabung di bank syariah pada kalangan santri mahasiswa. Jika dilihat secara simultan, ketiga variabel bebas tersebut secara bersama-sama berpengaruh terhadap intensi menabung di bank syariah.

Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang saya lakukan yaitu selain menggunakan variabel religiusitas, peneliti menambahkan variabel pendapatan dan informasi. Sedangkan persamaannya yaitu sama-sama meneliti mengenai minat menabung dikalangan mahasiswa.

Ketiga, Agung Sinatrio dalam skripsinya yang berjudul “Pengaruh Pengetahuan Mahasiswa Jurusan Akuntansi Mengenai Perbankan Syariah Terhadap Minat Menjadi Nasabah Bank Syariah”. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan pengetahuan mahasiswa sebagai variabel independen dan minat mahasiswa untuk menjadi nasabah bank syariah sebagai variabel dependen.²⁹

Hasil penelitian menunjukkan bahwa mayoritas mahasiswa jurusan

²⁸ Desy Fatmawati. “Pengaruh Pendapatan, Religiusitas, dan Informasi Terhadap Intensi Menabung di Bank Syariah Pada Kalangan Santri Mahasiswa Pondok Pesantren Wahid Hasyim di Sleman”. (Jogjakarta: PP Wahid Hasyim, 2015)

²⁹ Agung Sinatrio. “Pengaruh Pengetahuan Mahasiswa Jurusan Akuntansi Mengenai Perbankan Syariah Terhadap Minat Menjadi Nasabah Bank Syariah”. 2012

akuntansi Universitas Widyatama mengetahui perbankan syariah dan berminat menjadi nasabah bank syariah. Pengaruh pengetahuan mahasiswa terhadap minat menabung di bank syariah sebesar 33.29% dan berdasarkan uji signifikansi yang telah dilakukan, menunjukkan bahwa $t_{hitung} > \text{nilai } t_{tabel}$ yaitu $5.652 > 1.670$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Artinya pengetahuan mahasiswa mengenai perbankan syariah berpengaruh positif terhadap minat mahasiswa menjadi nasabah atau terhadap hubungan yang positif.

Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang akan saya lakukan yaitu sama-sama mengangkat variabel pengaruh Pengatahuan terhadap minat menabung mahasiswa di Bank Umum Syariah. Sedangkan perbedaannya yaitu pada jumlah variabel yang digunakan, dalam penelitian ini saya menambah dua variabel lain yaitu Religiusitas dan Presepsi.

Keempat, Nizar Souiden & Marzouki Rani dalam skripsinya yang berjudul “Consumer Attitudes and Purchase Intentions Toward Islamic Banks: the Influence of Religiosity”. Hasil penelitian menunjukkan bahwa hubungan antara keterlibatan agama dan sikap terhadap bank syariah tidak signifikan. Kepercayaan yang diyakini dan ketertarikan terhadap agama islam tidak menjelaskan ketertarikan seseorang untuk menggunakan bank syariah. Hasil positif dan signifikan didapat dari pengaruh sikap terhadap bank syariah untuk niat menggunakan bank syariah.³⁰

Persamaan penelitian ini dengan judul penelitian saya yaitu sama-sama

³⁰ Nizar Souiden & Marzouki Rani. “*Consumer Attitudes and Purchase Intentions Toward Islamic Banks: the Influence of Religiosity*”. (Malang: Universitas Brawijaya, 2015)

membahas tentang keterlibatan latar belakang agama (religiusitas) dalam pengambilan keputusan untuk menggunakan bank islam. Sedangkan perbedaannya yaitu saya menambahkan dua variabel penelitian yaitu variabel pengetahuan dan presepsi mahasiswa.

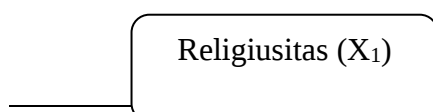
Kelima, Diah Tri Kumalasari dalam skripsinya yang berjudul “Pengaruh Pengetahuan dan Presepsi Santri tentang Perbankan Syariah terhadap Niat menggunakan Produk Menabung di Bank Syariah di Jogjakarta”. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengetahuan dan presepsi santri berpengaruh signifikan terhadap niat santri menggunakan produk menabung bank syariah di jogjakarta.³¹

Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang akan saya lakukan yaitu sama-sama menggunakan pengetahuan dan persepsi sebagai variabel (X) penelitian. Sedangkan perbedaannya yaitu terdapat pada variabel (Y) dimana penelitian ini menggunakan niat menggunakan produk menabung bank syariah sedangkan saya menggunakan minat menabung sebagai variabel Y.

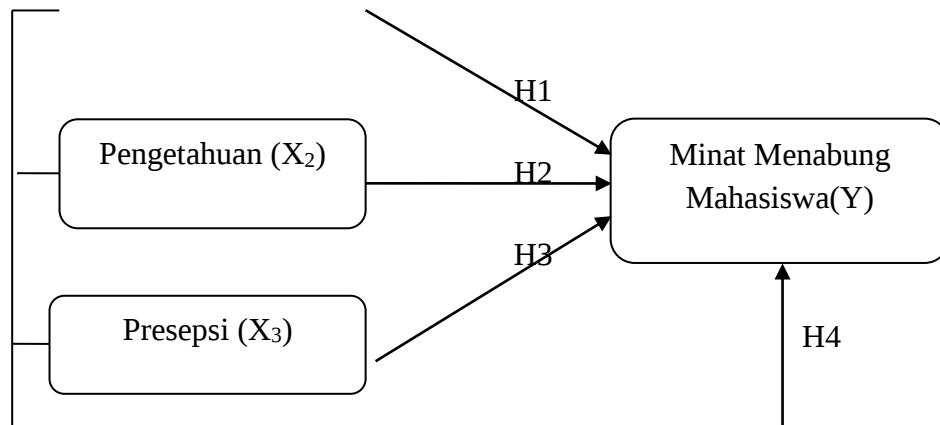
G. KERANGKA BERPIKIR

Dari hasil analisa penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti lain serta penjabaran teori mengenai masing-masing variabel, maka dapat dirumuskan suatu kerangka pikir dalam penelitian ini sebagai berikut:

Gambar 2.1 Kerangka Berpikir



³¹ Diah Tri Kumala sari. *Pengaruh Pengetahuan dan Presepsi Santri tentang Perbankan Syariah terhadap Niat menggunakan Produk Menabung di Bank Syariah di Jogjakarta*. (Jogjakarta: UIN Sunan Kalijaga, 2016)



Keterangan:

1. X1 Religiusitas³²
2. X2 Pengetahuan³³
3. X3 Presepsi³⁴
4. Y Minat Menabung mahasiswa³⁵

H. HIPOTESIS

Hipotesis yang diperoleh dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- H1 : Terdapat pengaruh yang signifikan variabel religiusitas terhadap minat menabung mahasiswa di Bank Syariah.
- H2 : Terdapat pengaruh yang signifikan variabel pengetahuan terhadap minat menabung mahasiswa di Bank Syariah.
- H1 : Terdapat pengaruh yang signifikan variabel presepsi terhadap minat menabung mahasiswa di Bank Syariah.

³² Nata, Abuddin, *Metodologi Studi Islam*, (Jakarta:PT Raja Grafindo Persada, 2013), hlm. 9

³³ Surajiyo. *Filsafat Ilmu dan Perkembangannya di Indonesia*. (Jakarta: Bumi Aksara, 2010) hlm. 26

³⁴ Slameto. 2010. *Belajar dan Faktor-Faktor yang Mempengaruhinya*. Jakarta: Rineka Cipta. Hlm. 122

³⁵ Muhlis. *Perilaku Menabung di Perbankan Syariah Jawa Tengah*. (Semarang: Disertasi Program Pascasarjana Ilmu Ekonomi Universitas Diponegoro, . 2011)

H2 : Religiusitas, Pengetahuan, dan Persepsi Secara simultan berpengaruh signifikan terhadap minat menabung mahasiswa di Bank Syariah.