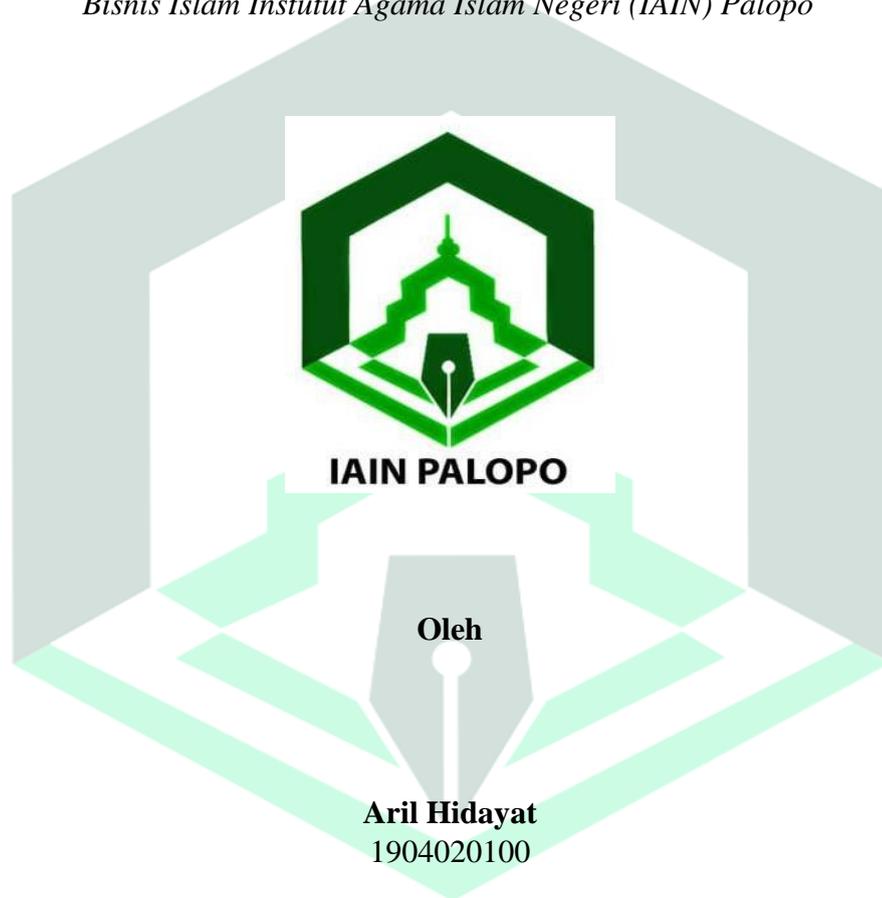


**PENGARUH PERSEPSI TERHADAP MINAT MASYARAKAT
KECAMATAN SULI MENABUNG DI BANK SYARIAH**

Skripsi

*Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Guna Memperoleh Gelar Sarjana
Ekonomi (S.E) Pada Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan
Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palopo*



IAIN PALOPO

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PALOPO
2024**

**PENGARUH PERSEPSI TERHADAP MINAT MASYARAKAT
KECAMATAN SULI MENABUNG DI BANK SYARIAH**

Skripsi

*Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Guna Memperoleh Gelar Sarjana
Ekonomi (S.E) Pada Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan
Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palopo*



IAIN PALOPO

Oleh

Aril Hidayat
1904020100

Pembimbing:
Ilham, S.Ag.,MA

IAIN PALOPO

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PALOPO
2024**

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Aril Hidayat
NIM : 1904020100
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Prodi : Perbankan Syariah

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa :

1. Skripsi ini benar-benar merupakan hasil karya saya sendiri, bukan plagiasi, atau duplikasi dari tulisan/karya orang lain, yang saya akui sebagai hasil tulisan atau pikiran saya sendiri.
2. Seluruh bagian skripsi ini adalah karya saya sendiri selain kutipan yang diajukan sumbernya, segala kekeliruan yang ada didalamnya adalah tanggungjawab saya.

Demikian pernyataan ini dibuat sebagaimana mestinya. Bilamana dikemudian hari pernyataan saya tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut.

Palopo, 01 Oktober 2023

Yang membuat persyataran

Aril Hidayat
NIM. 1904020100

IAIN PALOPO

PRAKATA

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

الْحَمْدُ لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ. وَالصَّلَاةُ وَالصَّلَامُ عَلَى أَشْرَفِ الْأَنْبِيَاءِ وَلُمُرْسَلِينَ وَعَلَى
آلِهِ وَأَصْحَابِهِ أَجْمَعِينَ، اللَّهُمَّ صَلِّ عَلَى عَلِيٍّ مُحَمَّدٍ وَعَلَى آلِهِ مُحَمَّدٍ

Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah swt. yang telah menganugerahkan rahmat, hidayah serta kekuatan lahir dan batin, sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini dengan judul “Pengaruh persepsi terhadap minat masyarakat kecamatan suli menabung di bank syariah” setelah melalui proses yang panjang.

Shalawat dan salam kepada Nabi Muhammad saw. kepada para keluarga, sahabat dan pengikut-pengikutnya. Skripsi ini disusun sebagai syarat yang harus diselesaikan, guna memperoleh gelar sarjana ekonomi dalam bidang Perbankan Syariah pada Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palopo. Penulisan skripsi ini dapat terselesaikan berkat bantuan, bimbingan serta dorongan dari banyak pihak walaupun penulisan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna.

Peneliti menyampaikan ucapan terima kasih yang tak terhingga dengan penuh ketulusan hati dan keikhlasan kepada orang tuaku tercinta Ayahanda Alm Saipul dan Ibunda Nirwana yang senantiasa memanjatkan doa untuk putranya, memberi cinta dan kasih sayang serta dengan dukungan dengan keadaan apapun., kepada:

1. Rektor IAIN Palopo, Dr. Abbas Langaji, M.Ag., Wakil Rektor Bidang Akademik dan Pengembangan Kelembagaan, Dr. Munir Yusuf, M.Pd., Wakil Rektor Bidang Administrasi Umum, Perencanaan, dan Keuangan, Dr. Masruddin, S.S., M.Hum., Wakil Rektor Bidang Kemahasiswaan dan Kerja Sama Dr. Mustaming, S.Ag., M.HI. yang telah membina dan berupaya meningkatkan mutu perguruan tinggi ini.
2. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Palopo, dalam hal ini Dr. Anita Marwing, S.HI., M.HI., Wakil Dekan Bidang Akademik, Ibu Dr. Fasiha, S.EI., M.EI., Wakil Dekan Bidang Administrasi Umum, Perencanaan, dan Keuangan, Muzayyanah Jabani, S.T., M.M., Wakil Dekan Bidang Kemahasiswaan dan Kerja Sama, Muhammad Ilyas, S.Ag., MA., yang telah banyak memberikan petunjuk sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
3. Ketua Program Studi Perbankan Syariah, dalam hal ini Edi Indra Setiawan. S.E., M.M., Sekertaris Program Studi Perbankan Syariah, Umar. S.E., M.SE., beserta staf yang telah membantu dan mengarahkan dalam penyelesaian skripsi.
4. Dosen pembimbing Ilham, S.Ag., yang telah memberikan bimbingan, masukan dan mengarahkan dalam rangka penyelesaian skripsi.
5. Dewan Penguji, Penguji I Hendra Safri, SE., MM. dan Penguji II Hamida, S.E.Sy., M.E.Sy.
6. Seluruh Dosen dan staf IAIN Palopo yang telah banyak membantu dan memberikan tambahan ilmu, khususnya dlam bidang Pendidikan agama Islam.
7. Kepala Unit Perpustakaan Abu Bakar, S.Pd, M.Pd., dan segenap karyawan IAIN Palopo, yang telah memberikan peluang untuk mengumpulkan buku-

buku dan melayani penulis untuk keperluan studi kepustakaan dalam penulisan skripsi ini

8. Penasehat Akademik Perbankan Syariah D angkatan 2019, Nur Ariani Aqidah, S.E., M.Sc.
9. Seluruh Dosen beserta seluruh staf pegawai IAIN Palopo yang telah mendidik penulis selama berada di IAIN Palopo dan memberikan bantuan dalam penyusunan skripsi ini.
10. Saudara saya Reski Anugra, dan Arman yang selalu memberikan dukungan, semangat dan bantuan dalam menyelesaikan skripsi ini.
11. Terima kasih juga kepada saudari Suci Ramadani yang memberikan dukungan dan semangat dalam menyelesaikan skripsi ini.
12. Kepada sahabat serta teman-teman seperjuangan khususnya kelas PBS C Angkatan 2019 yang telah memberikan dukungan dan waktu dalam menyelesaikan skripsi ini.

Semoga setiap bantuan Do'a, dukungan, motivasi, dorongan, kerjasama dan amal bakti yang telah diberikan kepada penulis mendapat balasan yang layak disisi Allah swt. Akhirnya penulis berharap semoga skripsi ini bermanfaat bagi setiap yang memerlukan dan semoga Allah swt. Menuntun kearah yang benar dan lurus. Aamiin.

IAIN PALOPO Palopo, 01 Oktober 2023
Yang membuat persyataran

Aril Hidayat
Nim. 1904020100

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN DAN SINGKATAN

A. Transliterasi Arab-Latin

Daftar huruf bahasa Arab dan transliterasinya ke dalam huruf Latin dapat dilihat pada tabel berikut:

1. Konsonan

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	-	-
ب	Ba'	B	Be
ت	Ta'	T	Te
ث	Sa'	Ṣ	Es dengan titik di atas
ج	Jim	J	Je
ح	Ha'	Ḥ	Ha dengan titik di bawah
خ	Kha'	Kh	Ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	Zal	Z	Zet dengan titik di atas
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	Es dan ye
ص	Ṣad	Ṣ	Es dengan titik di bawah
ض	Ḍad	Ḍ	De dengan titik di bawah
ط	Ṭa	Ṭ	Te dengan titik di bawah
ظ	Ẓa	Ẓ	Zet dengan titik dibawah
ع	'Ain	'	Koma terbalik di atas
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Fa
ق	Qaf	Q	Qi
ك	Kaf	K	Ka

ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Wauw	W	We
ه	Ha'	H	Ha
ء	Hamzah	`	Apostrof
ي	Ya'	Y	Ye

Hamzah (ء) yang terletak di awal kata mengikuti vokalnya tanpa diberi tanda apa pun. Jika ia terletak di tengah atau di akhir, maka ditulis dengan tanda (').

2. Vokal

Vokal bahasa Arab, seperti vokal bahasa Indonesia, terdiri atas vokal tunggal atau monoftong dan vokal rangkap atau diftong.

Vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harakat, transliterasinya sebagai berikut:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
اَ	<i>fatḥah</i>	a	a
اِ	<i>kasrah</i>	i	i
اُ	<i>ḍammah</i>	u	u

Vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harakat dan huruf, transliterasinya berupa gabungan huruf, yaitu:

IAIN PALOPO

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
ئَ	<i>fathah dan yā'</i>	ai	a dan i
ؤَ	<i>fathah dan wau</i>	au	a dan u

Contoh:

كَيْفَ : *kaifa*
هَوَّلَ : *hauḷa*

3. Maddah

Maddah atau vokal panjang yang lambangnya berupa harakat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda, yaitu:

Harakat dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda	Nama
أَ... آ...	<i>fathah dan alif</i> atau <i>yā'</i>	ā	a dan garis di atas
إِ	<i>kasrah dan yā'</i>	ī	i dan garis di atas
أُو	<i>dammah dan wau</i>	ū	u dan garis di atas

Contoh:

مَاتَ : *māta*
رَمَى : *rāmā*
قِيلَ : *qīla*
يَمُوتُ : *yamūtu*

4. Tā marbūtah

Transliterasi untuk *tā' marbūta* ada dua yaitu, *tā' marbūtah* yang hidup atau mendapat harakat *fathah*, *kasrah*, dan *dammah*, transliterasinya adalah [t]. sedangkan *tā' marbūtah* yang mati atau mendapat harakat sukun, transliterasinya adalah [h].

Kalau pada kata yang berakhir dengan *tā' marbūtah* diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang *al-* serta bacaan kedua kata itu terpisah, maka *tā' marbūtah* itu ditransliterasikan dengan ha [h].

Contoh:

رَوْضَةُ الْأَطْفَالِ	: <i>raudah al-atfāl</i>
الْمَدِينَةُ الْفَائِضِلَةُ	: <i>al-madīnah al-fādilah</i>
الْحِكْمَةُ	: <i>al-hikmah</i>

5. Syaddah (*Tasydīd*)

Syaddah atau *tasydīd* yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda *tasydīd* (ّ), dalam transliterasi ini dilambangkan dengan perulangan huruf (konsonan ganda) yang diberi tanda *syaddah*.

Contoh :

رَبَّنَا	: <i>rabbanā</i>
نَجَّيْنَا	: <i>najjainā</i>
الْحَقُّ	: <i>al-haqq</i>
نُعِمْ	: <i>nu'ima</i>
عَدُوُّ	: <i>aduwwun</i>

Jika huruf ع ber-*tasydid* di akhir sebuah kata dan didahului oleh huruf *kasrah* (ِ), maka ia ditransliterasi seperti huruf *maddah* menjadi ī.

Contoh:

عَلِيٌّ	: 'Alī (bukan 'Aliyy atau A'ly)
عَرَبِيٌّ	: 'Arabī (bukan A'rabiyy atau 'Arabiy)

6. Kata Sandang

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf **ال** (*alif lam ma'rifah*). Dalam pedoman transliterasi ini, kata sandang ditransliterasi seperti biasa, al-, baik ketika ia diikuti oleh huruf *syamsi yah* maupun huruf *qamariyah*. Kata sandang tidak mengikuti bunyi huruf langsung yang mengikutinya. Kata sandang ditulis terpisah dari kata yang mengikutinya dan dihubungkan dengan garis mendatar (-).

Contoh:

الشَّمْسُ : *al-syamsu* (bukan *asy-syamsu*)
الزَّلْزَلَةُ : *al-zalزالah* (bukan *az-zalزالah*)
الْفَلْسَفَةُ : *al-falsafah*
الْبِلَادُ : *al-bilādu*

7. Hamzah

Aturan transliterasi huruf *hamzah* menjadi apostrof (') hanya berlaku bagi hamzah yang terletak di tengah dan akhir kata. Namun, bila hamzah terletak di awal kata, ia tidak dilambangkan, karena dalam tulisan Arab ia berupa alif.

Contoh:

تَأْمُرُونَ : *ta'murūna*
النَّوْعُ : *al-nau'*
شَيْءٌ : *syai'un*
أُمِرْتُ : *umirtu*

8. Penulisan Kata Arab yang Lazim Digunakan dalam Bahasa Indonesia

Kata, istilah atau kalimat Arab yang ditransliterasi adalah kata, istilah atau kalimat yang belum dibakukan dalam bahasa Indonesia. Kata, istilah atau kalimat yang sudah lazim dan menjadi bagian dari perbendaharaan bahasa Indonesia, atau sering ditulis dalam tulisan bahasa Indonesia, atau lazim digunakan dalam dunia akademik tertentu, tidak lagi ditulis menurut cara transliterasi di atas. Misalnya, kata al-Qur'an (dari *al-Qur'ān*), alhamdulillah, dan munaqasyah. Namun, bila kata-kata tersebut menjadi bagian dari satu rangkaian teks Arab, maka harus ditransliterasi secara utuh. Contoh:

Syarh al-Arba'īn al-Nawāwī

Risālah fi Ri'āyah al-Maslaha

9. Lafz al-Jalālah

Kata “Allah” yang didahului partikel seperti huruf jarr dan huruf lainnya atau berkedudukan sebagai *mudāfilaih* (frasa nominal), ditransliterasi tanpa huruf hamzah.

Contoh:

دِينُ اللَّهِ *dīnullāh*

بِاللَّهِ *billāh*

Adapun *tā'marbūta*di akhir kata yang disandarkan kepada *lafz al-jalālah*, diteransliterasi dengan huruf [t]. Contoh:

هُمُ فِي رَحْمَةِ اللَّهِ *hum fī rahmatillāh*

10. Huruf Kapital

Walau sistem tulisan Arab tidak mengenal huruf kapital (*All Caps*), dalam transliterasinya huruf-huruf tersebut dikenai ketentuan tentang penggunaan huruf kapital berdasarkan pedoman ejaan Bahasa Indonesia yang berlaku (EYD). Huruf kapital, misalnya, digunakan untuk menuliskan huruf awal nama diri (orang, tempat, bulan) dan huruf pertama pada permulaan kalimat. Bila nama diri didahului oleh kata sandang (*al-*), maka yang ditulis dengan huruf kapital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya. Jika terletak pada awal kalimat, maka huruf A dari kata sandang tersebut menggunakan huruf kapital (*al-*). Ketentuan yang sama juga berlaku untuk huruf awal dari judul referensi yang didahului oleh kata sandang *al-*, baik ketika ia ditulis dalam teks maupun dalam catatan rujukan (CK, DP, CDK, dan DR).

Contoh:

Wa mā Muhammadun illā rasūl

Inna awwala baitin wudi'a linnāsi lallazī bi Bakkata mubārakan

Syahru Ramadān al-lazī unzila fīhi al-Qurān

Nasīr al-Dīn al-Tūsī

Nasr Hāmid Abū Zayd

Al-Tūfī

Al-Maslahah fī al-Tasyrī' al-Islāmī

Jika nama resmi seseorang menggunakan kata Ibnu (anak dari) dan Abū (bapak dari) sebagai nama kedua terakhirnya, maka kedua nama terakhir itu harus disebutkan sebagai nama akhir dalam daftar pustaka atau daftar referensi.

Contoh:

Abū al-Walīd Muhammad ibn Rusyd, ditulis menjadi: Ibnu Rusyd, Abū al-Walīd Muhammad (bukan: Rusyd, Abū al-Walīd Muhammad Ibnu)

Nasr Hāmid Abū Zaīd, ditulis menjadi: Abū Zaīd, Nasr Hāmid (bukan, Zaīd Nasr Hāmid Abū)

B. Daftar Singkatan

Beberapa singkatan yang dibakukan adalah:

SWT. = *subhanahu wa ta'ala*

SAW. = *sallallahu 'alaihi wa sallam*

as = *'alaihi al-salam*

H = Hijrah

M = Masehi

SM = Sebelum Masehi

l = Lahir tahun (untuk orang yang masih hidup saja)

W = Wafat tahun

HR = Hadis Riwayat

QS .../...: 4 = QS al-Baqarah/2: 4 atau QSĀli 'Imrān/3: 4

AAOIFI = *Accounting and Auditing Organization For Islamic Financial Institution*

BSI	= Bank Syariah Indonesia
KCP	= Kantor Cabang Pembantu
ATM	= <i>Automatic Teller Machine</i>
CS	= <i>Customer Service</i>
DSN	= Dewan Syariah Nasional
MUI	= Majelis Ulama Indonesia
SPSS	= <i>Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats</i>



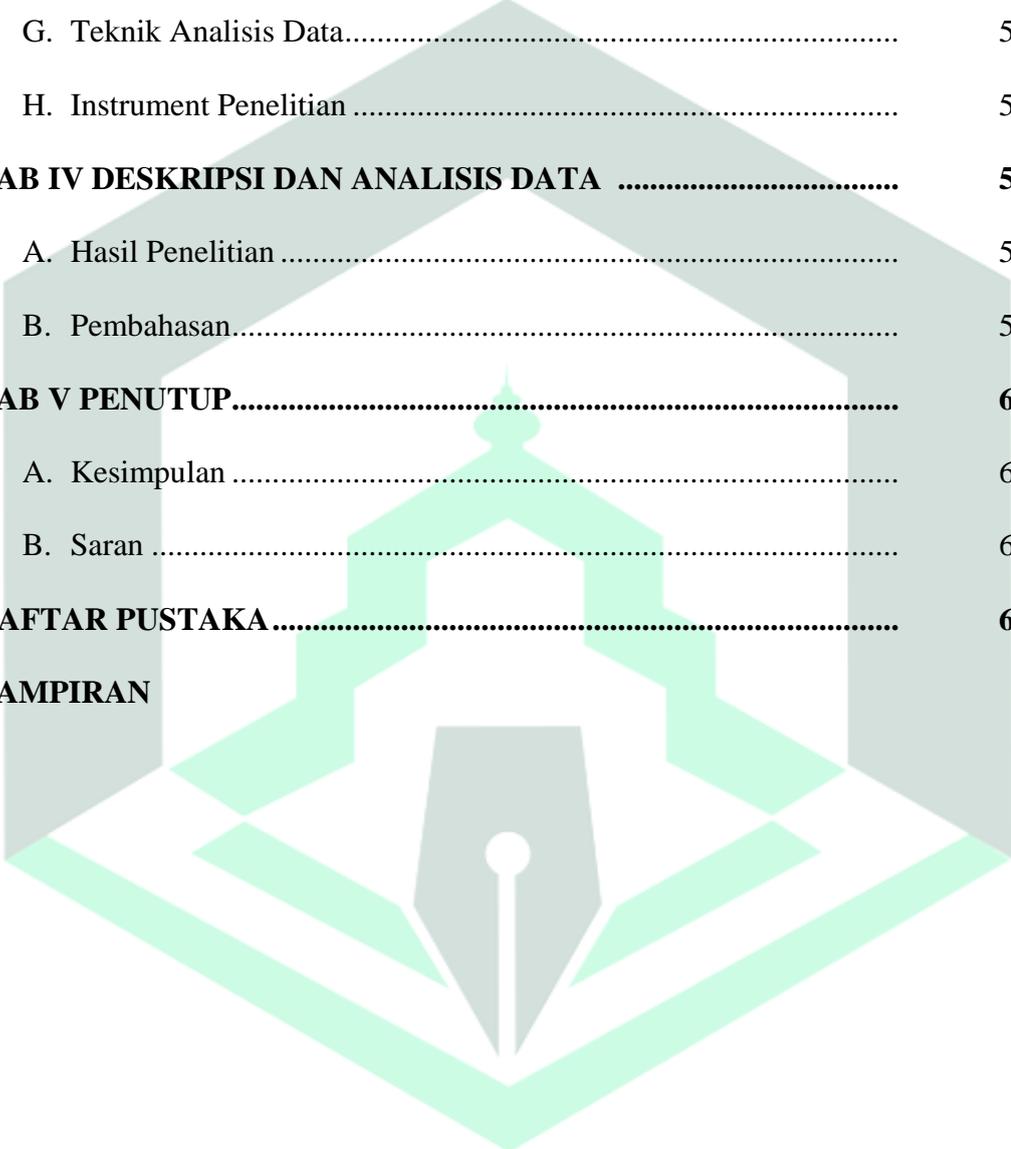
IAIN PALOPO

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
PRAKATA.....	iv
PEDOMAN TRANSLITER ARAB DAN SINGKATAN.....	vii
DAFTAR ISI.....	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	4
C. Tujuan Penelitian	4
D. Manfaat Penelitian	4
BAB II KAJIAN TEORI	6
A. Penelitian Terdahulu Yang Relevan	6
B. Landasan Teori.....	7
C. Bank Syariah Indonesia	32
D. Kerangka Pikir	44
E. Hipotesis Penelitian	44
BAB III METODE PENELITIAN.....	46
A. Jenis Penelitian.....	46
B. Lokasi Dan Waktu Penelitian	46
C. Populasi dan Sampel Penelitian	46

D. Definisi Operasional Variabel.....	49
E. Data dan Sumber Data	51
F. Teknik Pengumpulan Data.....	51
G. Teknik Analisis Data.....	52
H. Instrument Penelitian	53
BAB IV DESKRIPSI DAN ANALISIS DATA	54
A. Hasil Penelitian	54
B. Pembahasan.....	55
BAB V PENUTUP.....	64
A. Kesimpulan	64
B. Saran	64
DAFTAR PUSTAKA.....	65
LAMPIRAN	



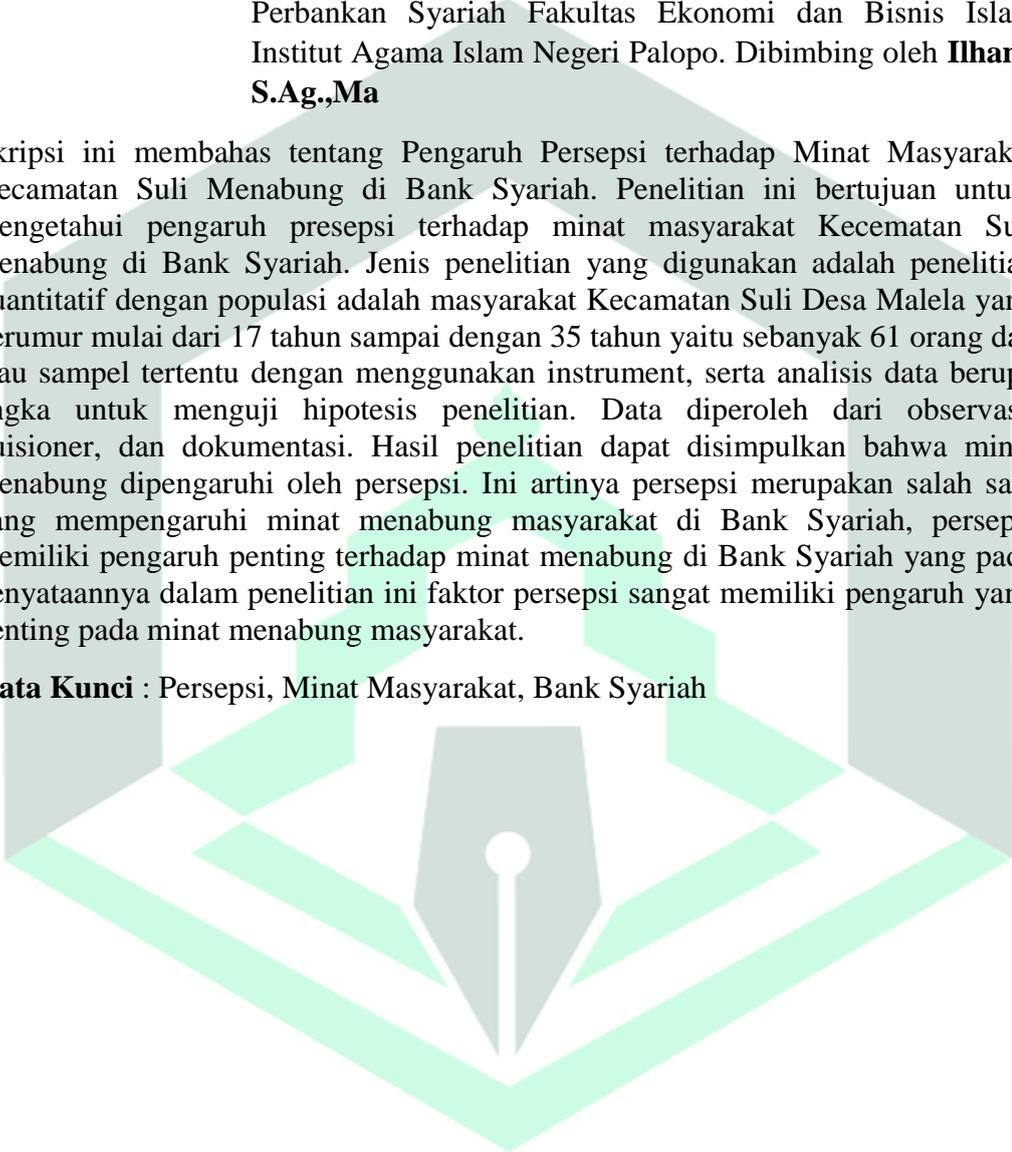
IAIN PALOPO

ABSTRAK

Aril Hidayat 2023 “Pengaruh Persepsi terhadap Minat Masyarakat Kecamatan Suli Menabung di Bank Syariah” Skripsi Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Palopo. Dibimbing oleh **Ilham, S.Ag.,Ma**

Skripsi ini membahas tentang Pengaruh Persepsi terhadap Minat Masyarakat Kecamatan Suli Menabung di Bank Syariah. Penelitian ini bertujuan untuk: mengetahui pengaruh persepsi terhadap minat masyarakat Kecamatan Suli menabung di Bank Syariah. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif dengan populasi adalah masyarakat Kecamatan Suli Desa Malela yang berumur mulai dari 17 tahun sampai dengan 35 tahun yaitu sebanyak 61 orang dan atau sampel tertentu dengan menggunakan instrument, serta analisis data berupa angka untuk menguji hipotesis penelitian. Data diperoleh dari observasi, kuisisioner, dan dokumentasi. Hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa minat menabung dipengaruhi oleh persepsi. Ini artinya persepsi merupakan salah satu yang mempengaruhi minat menabung masyarakat di Bank Syariah, persepsi memiliki pengaruh penting terhadap minat menabung di Bank Syariah yang pada kenyataannya dalam penelitian ini faktor persepsi sangat memiliki pengaruh yang penting pada minat menabung masyarakat.

Kata Kunci : Persepsi, Minat Masyarakat, Bank Syariah



IAIN PALOPO

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Indonesia disebut sebagai negara dengan penduduk muslim terbanyak didunia memiliki potensi untuk menjadi yang terdepan dalam industri keuangan syariah. Faktor penting dalam pengembangan ekosistem industri halal di Indonesia adalah dengan terus meningkatkan kesadaran masyarakat tentang halal matter serta dukungan stakeholder (istilah yang digunakan oleh lembaga publik bagi posisi pengambilan keputusan sampai proses implementasinya) yang kuat¹.

Berdasarkan UU No. 10 Tahun 1998, bank adalah badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya kepada masyarakat dalam bentuk kredit/atau bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat. Sedangkan bank umum adalah bank yang melaksanakan kegiatan usaha secara konvensional dan atau berdasarkan prinsip syariah yang dalam kegiatannya memberikan jasa dalam lalu lintas pembayaran. Di Indonesia sendiri dalam beberapa tahun terakhir bank syariah menjadi issue yang sangat sering diperbincangkan. Pada dasarnya perbankan Syariah memiliki struktur keuangan dan perencanaan yang dapat dikatakan idealis. Hal tersebut dikarenakan sumber hukum perbankan Syariah

¹ Utari Ayuningsih, Pengaruh Presepsi Masyarakat Tentang Bank Syariah Indonesia Kota Pekanbaru Terhadap Minat Menabung Masyarakat Pekanbaru (2022)

berdasarkan hukum Islam, berupa Al-Qur'an, hadits Rasulullah, ijtihad para ulama, dan pendapat para ilmuwan².

Perkembangan ekonomi Indonesia pada era sekarang terus mengalami kemajuan. Kemajuan perekonomian suatu Negara dapat di nilai dari berbagai macam tolak ukur, salah satu yang menjadi tolak ukur yaitu sector perbankan. Semakin maju suatu Negara, maka semakin besar pula peranan perbankan dalam mengendalikan negara tersebut³.

Meskipun perkembangan bank syariah belum sebesar bank konvensional, pertumbuhan bank syariah di nilai terus mengalami peningkatan, peningkatan ini dapat di lihat dari pencapaian Bank Syariah di Indonesia yang sudah mampu mencapai pangsa pasar 5,9% dengan total asset Rp. 471, 94 Triliun. Jumlah aset tersebut dipengaruhi oleh meningkatnya jumlah nasabah bank syariah seiring berjalannya waktu³.

Persepsi adalah anggapan langsung atas sesuatu, persepsi atau pandangan seseorang terhadap sesuatu dihasilkan dari informasi yang mereka dapatkan, hasil informasi tersebut dipahami selanjutnya konsumen akan menarik kesimpulan sehingga menciptakan sebuah penilaian terhadap sesuatu tersebut. Sampai saat ini masih banyak persepsi yang berbeda yang dikemukakan oleh masyarakat tentang perbankan syariah. Sehingga menjadi tantangan tersendiri bagi perbankan Syariah untuk menyamakan persepsi masyarakat sehingga menimbulkan kesamaan persepsi yang positif terhadap

² Abdullah Thamri, Francis tandri, Bank Dan Lembaga Keuangan, (cet.4, Jakarta:Rajawali Pers 2017).

³ Intan Lilis Sugiarti, Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Pada Produk Tabungan Bank Syariah (2020)

keberadaan perbankan Syariah ⁴Dari paparan tersebut dapat dipahami bahwa persepsi merupakan suatu anggapan yang muncul atas informasi yang didapatkan.

Widayani Wahab pada jurnal yang berjudul Pengaruh Tingkat Bagi Hasil Terhadap Minat Menabung di Bank Syariah menjelaskan pilihan pembelian seseorang dipengaruhi oleh empat faktor utama yaitu motivasi, persepsi, pengetahuan dan kepercayaan, masyarakat yang memberikan persepsi baik terhadap bank syariah maka minat menabung masyarakat juga akan baik, dan sebaliknya, jika masyarakat memberikan Persepsi yang kurang baik juga akan berdampak pada minat menabung yang kurang, dan ada beberapa faktor yang menyebabkan minat itu bertambah maupun berkurang seperti yang disebutkan Kotler dalam bukunya yaitu dari motivasi, Persepsi, pengetahuan dan kepercayaan masyarakat itu sendiri.

Sektor perbankan Indonesia telah didominasi oleh sistem perbankan konvensional selama lebih dari 1 abad. Setelah revolusi baru-baru ini pemerintah telah menunjukkan minat yang besar terhadap keuangan Islam dan telah menyatakan niatnya untuk memastikan dan promosi sektor ini dalam negeri. ⁵

Terdapat pasar perbankan dan keuangan syariah yang besar dan belum dimanfaatkan di Indonesia. Kemampuan Bank Syariah Indonesia untuk

⁴ Hutomo Rusdianto and Chanafi Ibrahim, "Pengaruh Produk Bank Syariah Terhadap Minat Menabung Dengan Persepsi Masyarakat Sebagai Variabel Moderating Di Pati," *Equilibrium: Jurnal Ekonomi Syariah*, 4.1 (2017),43 <https://doi.org/10.21043/equilibrium.v4i1.1837>

⁵.Muzayyanah Jabani, "Strategi Bersaing BSI Berpengaruh Terhadap Keputusan Pembelian Nasabah Bank Konvensional di Indonesia", *international journal of artificial intelligence research*, 6. 1 (2021), kemendikbud.go.id.

memperoleh pangsa pasar yang besar dalam lingkungan keuangan pasca-merger yang penuh tantangan, khususnya dalam sistem perbankan ganda seperti di Indonesia akan bergantung pada kemampuan BSI dalam merumuskan dan menerapkan strategi kompetitif yang sukses. Branding BSI yang masih bersifat emosional berdasarkan persepsi umat Islam tidak terlalu penting untuk mendorong masyarakat berinteraksi dengan Bank Syariah.

Dalam Al-Quran riba merupakan pengambilan suatu tambahan yang telah disyaratkan yang tidak sesuai dengan syariat. Seperti yang telah diketahui bahwa Allah SWT mengingatkan dengan tegas untuk menghindari apapun bentuk riba. Secara sederhana bunga bank sama artinya dengan riba, dimana dalam bunga bank ada tambahan yang telah disyaratkan sebagai imbalan kepada peminjam. Tambahan yang disyaratkan dan diterima pemberian pinjaman sebagai imbalan dari pinjaman utang⁵. Oleh sebab itu, peneliti ingin melakukan penelitian lebih lanjut dengan mengangkat judul “Pengaruh Persepsi Terhadap Minat Masyarakat Kecamatan Suli Menabung Di Bank Syariah” karena masyarakat di Kecamatan Suli menganggap bahwa bank syariah dengan bank konvensional adalah sama, yang membedakan bank syariah pada kecamatan suli masih terbilang minim dibandingkan dengan bank konvensional.

B. Rumusan Masalah

⁵ Umam, K., Pelarangan Riba dan Penerapan Prinsip Syariah Dalam Sistem Hukum Perbankan di Indonesia. *Mimbar Hukum-Fakultas Hukum UGM* (2017)

Berdasarkan latar belakang maka rumusan masalah pada penelitian ini yaitu, Bagaimana pengaruh persepsi terhadap minat masyarakat Kecamatan Suli menabung di Bank Syariah?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah maka tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh persepsi terhadap minat masyarakat Kecamatan Suli menabung di Bank Syariah.

D. Manfaat Penelitian

1. Bagi Peneliti

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi atau informasi dalam mendukung peneliti selanjutnya mengenai persepsi terhadap minat masyarakat Kecamatan Suli menabung di Bank Syariah.

2. Bagi Masyarakat Kecamatan Suli

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi edukasi terkait perbankan syariah di Kecamatan Suli agar masyarakat dapat memahami tentang perbankan syariah dan mulai tertarik terhadap lembaga keuangan syariah sehingga mempengaruhi minat masyarakat untuk menabung pada bank Syariah.

3. Bagi Industri Perbankan

Penelitian ini diharapkan dapat membantu industry perbankan untuk mengembangkan dan memudahkan memperkenalkan produk tabungan

perbankan syariah kepada masyarakat, khususnya pada masyarakat Kecamatan Suli.

4. Bagi Institusi

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi dan menambah wawasan dan pengetahuan khususnya bagi mahasiswa Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Palopo.



IAIN PALOPO

BAB II

KAJIAN TEORI

A. Penelitian Terdahulu yang Relevan

Terkait penelusuran kajian yang penulis lakukan maka ada beberapa penelitian yang terkait permasalahan yang ada dalam penelitian ini. Pada penelitian terdahulu yang bertujuan untuk memperoleh suatu yang menjadi perbandingan, maka penulis mencantumkan beberapa hasil penelitian terdahulu:

Tabel 2.1 Penelitian Relevan

No	Nama Peneliti, Tahun dan Judul Penelitian	Persamaan	Perbedaan	
			Peneliti Terdahulu	Peneliti Sekarang
1	Sulpiani Sultan (2021), "Faktor-faktor yang mempengaruhi minat Nasabah memilih tabungan simpatik Pada bank syariah Indonesia"	<ul style="list-style-type: none"> - Jenis penelitian kuantitatif - Instrument penelitian observasi, kuisisioner dan dokumentasi 	<ul style="list-style-type: none"> - Subjek penelitian nasabah pengguna tabungan simpatik/wadiah di Kota Palopo - Lokasi penelitian di BSI KCP Palopo 	<ul style="list-style-type: none"> - Subjek penelitian nasabah BSI KCP Belopa - Lokasi penelitian di Desa Malela, Kecamatan Suli, Kabupaten Luwu.

2	Intan Lilis Sugiarti (2020), “Faktor-faktor yang mempengaruhi minat masyarakat pada produk tabungan Bank Syariah”	<ul style="list-style-type: none"> - Jenis penelitian kuantitatif - Instrument penelitian observasi, kuisisioner dan dokumentasi 	<ul style="list-style-type: none"> - Subjek penelitian nasabah Bank Syariah - Lokasi penelitian Bank Syariah di Tangerang Selatan 	<ul style="list-style-type: none"> - Subjek penelitian nasabah BSI KCP Belopa - Lokasi penelitian di Desa Malela, Kecamatan Suli, Kabupaten Luwu.
3	Amelia Handayani (2020), “Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi persepsi masyarakat kecamatan binjai selatan kota binjai pada penggunaan produk tabungan bank syariah”	<ul style="list-style-type: none"> - Jenis penelitian kuantitatif - Instrument penelitian observasi, kuisisioner dan dokumentasi 	<ul style="list-style-type: none"> - Subjek penelitian nasabah Kecamatan Binjai pengguna tabungan Bank Syariah - Lokasi penelitian Bank Syariah di Kecamatan Binjai 	<ul style="list-style-type: none"> - Subjek penelitian nasabah BSI KCP Belopa - Lokasi penelitian di Desa Malela, Kecamatan Suli, Kabupaten Luwu.

B. Landasan Teori

1. Faktor-Faktor yang mempengaruhi persepsi

Menurut Nugroho J. Setiadi, faktor yang mempengaruhi persepsi adalah penglihatan dan sasaran yang diterima dan situasi persepsi terjadi

penglihatan⁶. Tanggapan yang timbul atas rangsangan dipengaruhi sifat-sifat individu yang melihatnya. Sifat yang dapat mempengaruhi persepsi, yaitu :

- 1) Sikap, yaitu mempengaruhi positif atau negatifnya tanggapan yang akan diberikan seseorang.
- 2) Motivasi, yaitu hal yang mendorong seseorang mendasari sikap tindakan yang dilakukannya.
- 3) Minat, yaitu faktor lain yang membedakan penilaian seseorang terhadap suatu hal atau objek tertentu yang mendasari kesukaan ataupun ketidaksukaan terhadap objek tersebut.
- 4) Pengalaman masa lalu, yaitu dapat mempengaruhi persepsi seseorang karena akan menarik kesimpulan yang sama dengan yang pernah didengar dan dilihat.
- 5) Harapan, yaitu mempengaruhi persepsi seseorang dalam membuat keputusan, akan cenderung menolak gagasan, ajakan atau tawaran yang tidak sesuai dengan yang kita harapkan.
- 6) Sasaran, yaitu mempengaruhi penglihatan yang akhirnya akan mempengaruhi persepsi.
- 7) Situasi atau keadaan sekitar kita atau sekitar sasaran yang turut mempengaruhi persepsi. Sasaran atau benda yang sama yang kita lihat dalam situasi yang berbeda akan menghasilkan persepsi yang berbeda pula.

⁶ Setiadi, Nugroho J. (2003). Perilaku Konsumen: Konsep dan Implikasi untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran. Cetakan Kedua. Jakarta: Prenata Media.

Faktor-faktor yang mempengaruhi persepsi adalah :

a. Pihak Pelaku persepsi (perceiver) Seseorang individu memandang pada suatu target dan mencoba menafsirkan apa yang dilihatnya, kemudian penafsiran itu dipengaruhi oleh karakteristik-karakteristik pribadi dari pelaku persepsi itu sendiri. Di antara karakteristik pribadi yang mempengaruhi persepsi adalah sikap, motif, kepentingan atau minat, pengalaman masa lalu, dan pengharapan.

1. Sikap , tiap-tiap individu melihat hal yang sama, tetapi mereka akan menafsirkannya secara berbeda.
2. Motif, kebutuhan yang tidak dipuaskan akan merangsang individu dan mempunyai pengaruh yang kuat pada persepsi mereka. Ini diperlihatkan dalam riset mengenai rasa lapar.
3. Kepentingan atau minat, karena kepentingan individual setiap individu berbeda, apa yang dicatat satu orang dalam suatu situasi dapat berbeda dengan apa yang dipersepsikan orang lain.
4. Pengalaman masa lalu, Seseorang yang mengalami peristiwa yang belum pernah dialami sebelumnya akan lebih mencolok daripada yang pernah dialami di masa lalu.
5. Pengharapan, dapat menyimpangkan persepsi seseorang dalam melihat apa yang orang harapkan lihat.

IAIN PALOPO

b. Objek atau target yang dipersepsikan

Karakteristik di dalam target yang akan diamati dapat mempengaruhi apa yang dipersepsikan seseorang. Gerakan, bunyi, ukuran, dan atribut-atribut lain dari target yang membentuk cara kita memandang.

1. Latar belakang, hubungan suatu target dengan latar belakangnya mempengaruhi persepsi, seperti kecenderungan kita untuk mengelompokkan benda-benda yang berdekatan atau mirip.
2. Kedekatan, obyek-obyek yang berdekatan satu sama lain akan cenderung dipersepsikan bersama-sama bukannya terpisah.
3. Bunyi, obyek atau orang yang keras suaranya lebih mungkin diperhatikan dalam kelompok daripada mereka yang pendiam.
4. Ukuran, obyek yang semakin besar akan mempengaruhi persepsi seseorang.

c. Konteks dalam persepsi yang dilakukan

Selain kedua hal yang berpengaruh terhadap persepsi individu. Situasi dalam konteks mencakup waktu, keadaan/ tempat kerja dan keadaan sosial.

2. Persepsi

a. Pengertian Persepsi

Secara etimologi persepsi berasal dari bahasa latin perceptio yang artinya menerima atau mengambil. Persepsi adalah proses pemilihan pengorganisasian dan penginterpretasian sebagai stimulus menjadi informasi yang bermakna. Menurut Stephen P. Robbins

persepsi merupakan proses pengorganisasian dan pemaknaan terhadap kesan-kesan sensori untuk memberi arti pada lingkungannya⁷.

Menurut Adler Persepsi merupakan suatu proses antara pemilihan, penyusunan, dan penafsiran informasi untuk mendapatkan arti yang sesungguhnya yang didalamnya terdapat atau mengkaji secara rinci indikator persepsi yaitu seleksi, organisasi, dan interpretasi. Manusia dipengaruhi oleh persepsi yang akan berdampak pada masa depan, pada dasarnya tak perlu untuk dipahami dan dimengerti persepsi akan memberikan tujuan pada semua tindakan manusia dan bertanggung jawab pada pola konsisten yang berjalan sepanjang hidup⁸.

Schiffman dan Kanuk mengemukakan bahwa persepsi adalah suatu proses seorang individu menyeleksi, mengorganisasi dan menerjemahkan stimulus-stimulus informasi yang datang menjadi suatu gambaran yang menyeluruh, persepsi mempunyai pengaruh yang kuat bagi konsumen, salah satu yang berpengaruh adalah minat⁹.

Berdasarkan define dari beberapa ahli dapat ditarik kesimpulan bahwa persepsi adalah proses pemahaman masyarakat terhadap suatu hal yang ditangkap oleh panca indra yang selanjutnya di analisa sehingga mendapat pemahaman atau makna yang sesungguhnya.

IAIN PALOPO

⁷ Robbins, Stephen P. 2007. Perilaku Organisasi Buku 1. Jakarta: Salemba Empat.

⁸ B. Adler Ronald and Rodman understanding Human Comunication. Terjemahan Agus Darma. Jakarta : Erlangga, 2016

⁹ Kanuk Schiffman Perilaku Konsumen Edisi Kedua, Jakarta : PT Indeks Gramedia 2017

Persepsi merupakan suatu proses dimana individu melakukan pengorganisasian terhadap stimulus yang diterima dan menginterpretasikan, sehingga seseorang dapat menyadari dan mengerti apa yang diterima dan hal ini juga dapat dipengaruhi oleh pengalaman-pengalaman pada individu yang bersangkutan.

Menurut P. Robbins dan Timothy, dalam buku *Perilaku Organisasi*, pengertian persepsi adalah proses di mana individu mengatur dan menginterpretasikan kesan-kesan sensoris mereka guna memberikan arti bagi lingkungan mereka¹⁰. Namun, apa yang diterima seseorang pada dasarnya bisa berbeda dari realitas objektif. Oleh karena itu, setiap individu mempunyai stimulus yang saling berbeda meskipun objeknya sama, Cara pandang melihat situasi ini cenderung lebih penting daripada situasi itu sendiri

Sedangkan menurut Moskowitz dan Orgel mengatakan bahwa persepsi adalah proses yang intergrated dalam diri individu terhadap stimulus yang diterimanya¹¹. Hamner dan Organ menyatakan bahwa persepsi adalah suatu proses dengan mana seseorang mengorganisasikan dalam pikirannya, menafsirkan, mengalami dan mengolah pertanda atau dalam segala sesuatu yang terjadi disekitar lingkungannya¹². Bagaimana segala sesuatu tersebut yang

¹⁰ Robbins, S.P, *Perilaku Organisasi* Jilid 1. Jakarta: PT. Indeks Kelompok Gramedia, 2003

¹¹ Walgito, Bimo. 2010. *Pengantar Psikologi Umum*. Yogyakarta: Andi.

¹² Hamner, W. Clay and D. Organ, 2005. *Organizational Behavior An A22cipscholoiroach*. Dallas: Businnes Publ cations.

mempengaruhi persepsi, nantinya akan dapat pula mempengaruhi perilaku yang akan dipilihnya.

Menurut Prof. Dr Bimo Walgito persepsi merupakan suatu proses yang didahului oleh proses pengindraan, yaitu merupakan proses diterimanya stimulus oleh individu melalui alat indera atau disebut juga proses sensoris¹³. Proses tersebut merupakan pemahaman terhadap suatu informasi yang disampaikan oleh orang lain yang sedang saling berkomunikasi maupun bekerja sama. Sehingga setiap orang tidak terlepas dari persepsi

Menurut Luthans, persepsi adalah lebih kompleks dan luas kalau dibandingkan dengan pengindraan¹⁴. Walaupun persepsi sangat tergantung pada pengindraan data, proses kognitif barangkali bisa menyaring, menyederhanakan, atau mengubah secara sempurna data tersebut. Dengan kata lain proses persepsi dapat menambah, dan mengurangi kejadian kenyataan yang diinderaikan oleh seseorang. W.R. Nord menyebutkan bahwa persepsi adalah proses kognitif, dimana seorang individu memberikan arti kepada lingkungan¹⁵. Mengingat bahwa masing-masing orang memberi artinya sendiri terhadap stimuli, maka dapat dikatakan bahwa individu-individu yang berbeda, “melihat” hal sama dengan cara-cara yang berbeda. Dari penjelasan beberapa para ahli tersebut dapat diketahui bahwa persepsi

¹³ Walgito, Bimo. 2010. Pengantar Psikologi Umum. Yogyakarta: Andi.

¹⁴ Fred Luthans, (2006), Perilaku Organisasi. Edisi Sepuluh, PT. Andi: Yogyakarta.

¹⁵ Gibson, J.L I. & Donely J.H, (2002). Organisasi, Perilaku, Struktur dan Proses, Binarupa Aksara, Jakarta.

adalah proses stimulasi yang diterima oleh alat indera manusia, kemudian stimulasi tersebut mengorganisasikan, menginterpretasikan dan menafsirkan informasi yang diterima untuk mengenali lingkungan yang ada disekitarnya.

b. Proses Persepsi

Persepsi timbul karena adanya stimulus (rangsangan) dari luar yang akan mempengaruhi seseorang melalui kelima alat indranya yaitu, penglihatan, pendengaran, penciuman, perasaan, dan sentuhan. Stimulus tersebut diseleksi, diorganisir, dan diinterpretasikan oleh setiap orang dengan cara masing-masing.¹⁶

Proses keterbentukannya persepsi berdasarkan pada beberapa tahapan, yaitu¹⁷ : a) Stimulus atau Rangsangan terjadinya persepsi diawali ketika seseorang dihadapkan pada suatu stimulus/rangsangan yang hadir dari lingkungannya. b) Registrasi Dalam proses registrasi, suatu gejala yang nampak adalah mekanisme fisik yang berupa penginderaan dan syarat seseorang berpengaruh melalui alat indera yang dimilikinya. Seseorang dapat mendengarkan atau melihat informasi yang terkirim kepadanya, kemudian mendaftarkan semua informasi yang terkirim kepadanya tersebut. c) Interpretasi merupakan suatu aspek kognitif dari persepsi yang sangat penting yaitu proses memberikan arti kepada stimulus yang diterimanya. Proses

¹⁶ Amelia Handayani “Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi persepsi masyarakat kecamatan binjai selatan kota binjai pada penggunaan produk tabungan bank syariah” 2020

¹⁷ Fitri dan Nanda, “Persepsi Mahasiswa Terhadap Pelayanan Perpustakaan Universitas Trunojoyo Madura,” *Kompetensi* Vol. 12, No. 2/Oktober 2018, 214.

interpretasi tersebut bergantung pada cara pendalaman, motivasi dan kepribadian seseorang.

c. Faktor Yang Mempengaruhi Persepsi

Faktor yang mempengaruhi persepsi terdiri dari ¹⁸:

1. Persepsi Kemanfaatan (Perceived Usefulness)

Persepsi kemanfaatan dapat diartikan sebagai kepercayaan seseorang akan manfaat yang timbul dari menggunakan suatu teknologi.

2. Persepsi Kemudahan Penggunaan (Perceived Ease Of Use)

Persepsi kemudahan penggunaan merupakan sejauh mana seseorang percaya bahwa dalam menggunakan suatu teknologi tertentu tidak memerlukan usaha yang besar, hemat biaya dan waktu sehingga memudahkan aktivitas penggunaannya.

3. Persepsi Resiko (Perceived Risk)

Persepsi resiko dapat diartikan sebagai persepsi atau pandangan subyektif seseorang akan ketidakpastian dan konsekuensi negatif yang mungkin terjadi dari penggunaan suatu sistem tertentu.

4. Persepsi Kesesuaian (Perceived Compatibility)

Persepsi kesesuaian merupakan kecocokan dan kekonsistenan suatu inovasi produk akan ide-ide, nilai, kepercayaan, pengalaman masa lalu dan kebutuhan saat ini.

¹⁸ Laksana, G. B., Astuti, E. S., & Dewantara, R. Y. (2015). Pengaruh Persepsi Kemanfaatan, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Resiko Dan Persepsi Kesesuaian Terhadap Minat Menggunakan Mobile banking (Studi Pada Nasabah Bank Rakyat Indonesia (BRI) Kantor Cabang Rembang, Jawa Tengah). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 26(2), 1–8.

d. Jenis Persepsi

Persepsi yang dimiliki pikiran pribadi terbagi menjadi dua macam¹⁹ :

1. Persepsi Konkret (*The Senses*) / Nyata Dalam bahasa arab, kata konkret ialah sesuatu yang dapat disentuh, jelas terlihat oleh indera penglihatan. Persepsi konkret membuat seseorang lebih cepat menangkap informasi yang nyata dan jelas, secara langsung melalui kelima inderanya yakni, indera penglihatan, pendengaran, peraba, perasa, dan penciuman.
2. Persepsi Abstrak (*Reason & Intuition*) / Kasat Mata Kata abstrak dalam bahasa arab yaitu ingatan nalar, ibarat, lupa, dan masuk akal (sesuai dengan pikiran). Persepsi abstrak memungkinkan seseorang lebih cepat menangkap sesuatu yang kasat mata. Dari mengerti atau percaya apa tidak itu bisa dilihat. Sewaktu seseorang menggunakan persepsi abstrak ini, mereka menggunakan kemampuan intuisi, intelektual, dan imajinasi

e. Proses Terbentuknya Persepsi

Menurut Walgito , proses terjadinya persepsi dimulai dari objek yang menimbulkan stimulus, dan stimulus mengenai alat indera manusia.

Proses stimulus yang mengenai alat indera merupakan proses fisik.

Proses stimulus yang diterima alat indera kemudian diteruskan oleh syaraf sensoris menuju ke otak. Proses ini disebut proses fisiologis.

Kemudian terjadilah otak sebagai pusat kesadaran sehingga individu

¹⁹ Rafy Sapuri, Psikologi Islam, (Jakarta : Rajawali Press, 2009), h.294.

menyadari apa yang dilihat, didengar atau diraba. Proses yang terjadi pada kesadaran oleh individu disebut proses psikologis. Tahap akhir dari proses persepsi adalah individu menyadari tentang stimulus yang diterimanya melalui alat indera

Menurut Miftha Toha, proses terbentuk persepsi ada beberapa tahapan, yaitu :

- a. Stimulus atau Rangsangan Proses terbentuk persepsi diawal ketika individu dihadapkan pada suatu stimulus/rangsangan yang hadir dari lingkungannya.
- b. Registrasi Pada proses registrasi, suatu gejala fisik yang nampak berupa penginderaan dan syarat seseorang berpengaruh melalui panca indera yang dimilikinya. Seseorang dapat melihat dan mendengarkan informasi yang terkirim kepadanya, lalu mendaftarkan informasi yang terkirim tersebut kepadanya.
- c. Interpretasi Suatu aspek dari kognitif dari persepsi yang penting yaitu proses yang memberikan arti kepada stimulus yang sudah diterimanya. Proses interpretasi ini bergantung pada faktor pendalaman, motivasi, dan kepribadian seseorang.

3. Nasabah

Nasabah adalah orang atau badan hukum yang mempunyai rekening pada bank. Sehingga nasabah merupakan orang yang bisa

berhubungan atau menjadi pelanggan bank²⁰. Sedangkan Menurut Undang-Undang No.10 Tahun 1998 tentang pokok perbankan pasal 1, mendefinisikan nasabah adalah pihak yang menggunakan jasa bank²¹

Kasmir mendefinisikan bahwa nasabah merupakan konsumen yang membeli atau menggunakan produk yang dijual atau ditawarkan oleh bank. Nasabah penyimpan merupakan nasabah yang menempatkan dananya di bank dalam bentuk simpanan berdasarkan perjanjian bank dengan nasabah yang bersangkutan

Jenis-jenis Nasabah

Berdasarkan Pasal 1 angka 16 Undang-Undang Perbankan yang dimaksud dengan nasabah adalah pihak yang menggunakan jasa bank.

Nasabah bank dibagi menjadi:

- a. Nasabah penyimpan adalah nasabah yang menempatkan dananya di bank dalam bentuk simpanan berdasarkan perjanjian bank dengan nasabah yang bersangkutan.
- b. Nasabah debitur adalah nasabah yang memperoleh fasilitas kredit atau pembiayaan berdasarkan prinsip syariah atau yang dipersamakan dengan itu berdasarkan perjanjian bank dengan nasabah yang bersangkutan.

IAIN PALOPO

²⁰ M. Nur Rianto A Arif, 2010. Konsep Dasar Riset Pemasaran & Perilaku Nasabah, cet.1 Yogyakarta:CAPS

²¹ Abdullah Thamri, Francis tandri, Bank Dan Lembaga Keuangan, (cet.4, Jakarta:Rajawali Pers 2017).

4. Minat

a. Pengertian Minat

Schiffman dan Kanuk mengatakan bahwa minat menjadi salah satu aspek psikologi yang memiliki pengaruh cukup besar terhadap persepsi consume, minat diartikan sebagai sikap senang terhadap objek yang membuat seseorang berusaha untuk mendapatkannya dengan cara membayar atau pengorbanan lainnya.

Minat digambarkan sebagai dorongan dari dalam diri individu seseorang dan memaksa dia untuk berbuat, dorongan ini dihasilkan oleh tekanan yang timbul akibat dari suatu kebutuhan yang tidak terpenuhi. Menurut Abdul Rahman Shaleh Secara bahasa minat adalah kecenderungan hati yang tinggi terhadap sesuatu, gairah, dan keinginan. Minat dapat diartikan sebagai suatu kecenderungan untuk memberikan perhatian dan bertindak terhadap orang, aktivitas, atau situasi yang menjadi objek dari minat tersebut dengan disertai perasaan senang. Dalam batasan tersebut terkandung suatu pengertian bahwa di dalam minat ada pemusatan perhatian subjek, ada usaha (untuk mendekati/ mengetahui/ memiliki/ menguasai/ berhubungan) dari subjek yang dilakukan dengan perasaan senang, ada daya penarik dari objek.

Dari pengertian di atas dapat disimpulkan bahwa minat masyarakat adalah dorongan diri yang dimiliki oleh seseorang yang menimbulkan perasaan suka atau tertarik terhadap sesuatu dan mampu

mempengaruhi tindakan orang tersebut. Minat ini didorong dengan adanya motivasi seseorang yang tinggi untuk melakukan sesuatu yang diinginkan. Apabila memiliki motivasi yang tinggi maka minat yang ditimbulkan dari dalam diri akan tinggi pula. Motivasi atau dorongan adalah kebutuhan dengan tekanan kuat yang mengarahkan seseorang mencari kepuasan dengan meminati kegiatan yang diinginkannya.

b. Tahapan Minat Konsumen

Tahapan minat pembelian konsumen dapat dipahami melalui model AIDA yang diuraikan oleh Kotler dan Keller sebagai berikut:

1) Perhatian (*Attention*)

Tahap ini merupakan tahap awal dalam menilai suatu produk atau jasa sesuai dengan kebutuhan calon pelanggan, selain itu calon pelanggan juga mempelajari produk atau jasa yang ditawarkan.

2) Tertarik (*Interest*)

Dalam tahap ini calon pelanggan mulai tertarik untuk membeli produk atau jasa yang ditawarkan, setelah mendapatkan informasi yang lebih terperinci mengenai produk atau jasa yang ditawarkan.

3) Hasrat (*Desire*)

Calon pelanggan mulai memikirkan serta berdiskusi mengenai produk atau jasa yang ditawarkan, karena hasrat dan keinginan untuk membeli mulai timbul. Dalam tahap ini calon pelanggan sudah mulai berminat terhadap produk yang ditawarkan. Tahap ini ditandai dengan munculnya minat yang kuat dari calon

pelanggan untuk membeli dan mencoba produk atau jasa yang ditawarkan.

4) Tindakan (*Action*)

Pada tahap ini calon pelanggan telah mempunyai kemantapan yang tinggi untuk membeli atau menggunakan produk atau jasa yang ditawarkan

c. Faktor yang Mempengaruhi Minat

Faktor yang mempengaruhi minat secara umum dibagi menjadi dua bagian yaitu faktor internal dan eksternal yakni sebagai berikut:²²

1) Faktor Internal

Pertama, Kepribadian adalah karakteristik psikologi seseorang yang menyebabkan respon yang relatif konsisten dan bertahan lama terhadap lingkungan orang itu sendiri. Kepribadian dapat digunakan untuk menganalisis perilaku konsumen untuk produk dan pemilihan merek tertentu.

Kedua, Persepsi adalah proses memilih, mengorganisasi, menafsirkan masukan-masukan informasi oleh seseorang untuk menciptakan sebuah gambaran yang bermakna tentang dunia. Persepsi adalah cara orang memandang dunia ini. Dari definisi yang umum ini dapat dilihat bahwa persepsi seseorang akan berbeda dari yang lain. Media massa dan segala bentuknya dapat

²² Fajar Budiman, 'Minat Belajar Minat', *Minat*, 3. No 5 (2021), 14–15 <<http://jurnal.uinsu.ac.id/index.php/tawassuth/articel/7895/6904>>.

membentuk persepsi yang serupa antar warga kelompok masyarakat tertentu. Dalam hal pemasaran, pengaruh iklan di media massa, kemasan produk, papan reklame, dan sebagainya mempengaruhi persepsi seseorang terhadap suatu produk²³.

Ketiga, Pembelajaran merupakan sebuah proses untuk mendapatkan pengetahuan dan pengalaman. Dengan hasil pengetahuan dan pengalaman ini akan memberikan bekal untuk bertindak di masa yang akan datang jika menghadapi situasi yang sama. Dalam hal ini pembelajaran menimbulkan dorongan yang membuat seseorang melakukan tindakan tertentu dari hasil pengalaman maupun pengetahuan yang ia miliki.

Keempat Motivasi Menurut Hilgard dan Atkinson motivasi adalah keadaan aktif di dalam seseorang yang mengarahkannya kepada perilaku pencapaian tujuan. Menurut Solomon motivasi merujuk kepada proses yang menyebabkan orang berperilaku seperti yang mereka perbuat. Hal itu terjadi bila kebutuhan timbul dan yang bersangkutan berniat untuk memuaskannya. Sekali kebutuhan telah terpenuhi tingkat tekanan yang ada mendorong konsumen untuk mencoba mengurangi atau membatasi kebutuhan. Motivasi ini menjadi alasan untuk berperilaku, dimana seseorang membeli suatu produk karena untuk memenuhi kebutuhan.

²³ Sulpiani Sultan ” Faktor-faktor yang mempengaruhi minat Nasabah memilih tabungan simpatik Pada bank syariah Indonesia” 2021

Kelima, Sikap menggambarkan penilaian kognitif yang baik maupun tidak baik, perasaan emosional, dan kecenderungan berbuat yang bertahan selama waktu tertentu terhadap beberapa objek atau gagasan. Sikap adalah suatu evaluasi atau perasaan diri seseorang terhadap sebuah objek atau ide. Sikap menempatkan seseorang ke dalam suatu pemikiran untuk menyukai atau tidak menyukai suatu objek.

Keenam, Kepercayaan adalah suatu gagasan deskriptif yang dianut oleh seseorang tentang sesuatu. Kepercayaan ini mungkin bisa berlandaskan pada pengetahuan, opini (pendapat), kepercayaan dan perasaan. Konsep kepercayaan ini membentuk citra terhadap merek dan produk dan orang akan berbuat sesuai kepercayaannya.

Ketujuh, Pengalaman maksudnya pengalaman pribadi seseorang tersebut atau pengalaman orang lain yang telah berhasil dalam melakukan sesuatu. Pengalaman ini merupakan pedoman atau guru agar tidak melakukan kesalahan dalam menjalankan sesuatu nantinya.

2) Faktor Eksternal

Pertama, Budaya merupakan karakter masyarakat secara keseluruhan. Unsur-unsur budaya meliputi bahasa, pengetahuan, hukum, agama, kebiasaan makan, seni, teknologi, pola kerja, produktivitas dan ciri-ciri lainnya. Di dalam budaya terdapat

sejumlah subbudaya, sebagai ilustrasi dalam bidang pendidikan, terdapat pendidikan formal, pendidikan informal, dan pendidikan non formal. Seseorang yang memiliki tingkat pendidikan yang relatif lebih tinggi akan memiliki perilaku yang lebih teliti dalam memilih produk yang dibutuhkannya. Budaya dan sub-budaya berpengaruh sangat kuat terhadap sikap dan perilaku penduduk.²⁴

Kedua, Faktor sosial adalah salah satu faktor dinamik yang memiliki pengaruh yang sangat signifikan terhadap perubahan selera dan kebutuhan masyarakat. Faktor-faktor sosial yang mempengaruhi eksistensi sebuah bank sangat luas mencakup kepercayaan, nilai dan sikap sampai pada gerakan keagamaan. Faktor selera dan kebutuhan masyarakat pada saat ini di era yang semakin modern sehingga memiliki berbagai keanekaragaman seseorang untuk mempengaruhi perkembangan dunia perbankan saat ini. Ada beberapa tingkatan sosial inilah maka ditandai oleh beberapa ciri. Faktor sosial dan budaya tersebut sangat berkaitan erat dalam mempengaruhi minat nasabah sebab budaya dan sosial saling berhubungan satu sama lainnya dalam menentukan keputusan para nasabah. Budaya merupakan salah satu adat kebiasaan masyarakat sedangkan social merupakan tingkatan status dalam masyarakat. Jika tingkat sosial masyarakat rendah

²⁴ Sulpiani Sultan ” Faktor-faktor yang mempengaruhi minat Nasabah memilih tabungan simpatik Pada bank syariah Indonesia” 2021

terlihat dari segi ekonomi masyarakat itu sendiri sehingga timbul kebudayaan yang baru untuk merubah tingkatan sosial.

Berikut yang juga merupakan yang menyebabkan kurangnya minat masyarakat untuk menabung di BSI yang merupakan faktor eksternal:

- Pelayanan, Telah kita ketahui bahwa dalam memberikan pelayanan seorang pegawai bank dengan nasabah diperlukan etika yang baik, sehingga kedua belah pihak baik tamu maupun pegawai bank dapat saling menghargai. Nasabah yang hendak melakukan investasi atau pembiayaan pada sebuah bank Syariah harus mendapatkan pelayanan yang baik agar mereka puas dengan kerjasama tersebut. Hasil yang diperoleh bank atas pelayanan jasa bank syariah yaitu berupa pendapatan fee dan komisi.
- Profit Sharing, Bagi hasil menurut terminologi asing dikenal dengan profit sharing. Profit Sharing dalam kamus ekonomi diartikan sebagai pembagian laba. Secara definitif profit sharing diartikan “distribusi beberapa bagian dari laba pada para dari suatu perusahaan”. Secara syariah prinsip bagi hasil (profit sharing) berdasarkan pada kaidah mudharabah. Dimana bank akan bertindak sebagai mudharib (pengelola dana) sementara penabung sebagai shahibul mal (penyandang dana).

Pada sistem bagi hasil inilah biasanya menjadi hal pokok yang lebih disukai oleh nasabah bank syariah.

- Promosi, merupakan suatu ungkapan dalam arti luas tentang kegiatan-kegiatan yang secara aktif dilakukan oleh perusahaan untuk mendorong konsumen membeli produk yang ditawarkan. Dalam personal ini adalah tahapan yang sangat penting untuk menarik minat konsumen atau nasabah agar tertarik terhadap produk yang ditawarkan

C. Bank

Lembaga keuangan dalam dunia keuangan bertindak sebagai lembaga yang menyediakan jasa keuangan bagi nasabahnya. Salah satu bentuk dari lembaga keuangan yaitu perbankan. Menurut Undang – Undang RI Nomor 10 Tahun 1998 tanggal 10 November 1998 tentang Prbankan, yang dimaksud dengan bank adalah “badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya kepada masyarakat dalam bentuk kredit dan atau bentuk – bentuk lainnya dalam rangka taraf hidup rakyat banyak. ” Bank dalam kegiatan utamanya menerima simpanan giro, tabungan, deposito, kemudian bank juga dikenal sebagai tempat untuk meminjam uang (kredit).

Bank adalah lembaga keuangan yang yang menjadi tempat bagi orang perseorangan, badan usaha swasta, badan usaha milik negara, bahkan lembaga pemerintahan yang menyimpan dana – dana yang dimilikinya²⁵.

²⁵ Hermansyah. 2020. Hukum Perbankan Nasional Indonesia. Jakarta: Kencana

Berdasarkan beberapa pengertian diatas Bank adalah sebuah lembaga keuangan yang kegiatan utamanya menghimpun dana dari masyarakat dari menyalurkan Kembali kepada masyarakat dalam bentuk kredit didukung dengan jasa lainnya.

1. Fungsi Bank

Sebagai lembaga intermediasi keuangan, bank memiliki fungsi utama dan fungsi sampingan. Perbankan sesuai dengan tugasnya, fungsi utama bank dapat dikategorikan menjadi²⁶:

- a. Menghimpun dana dari masyarakat Bank menghimpun dana dari masyarakat melalui tabungan, deposito berjangka, giro ataupun bentuk simpanan lainnya. Dengan penghimpun dana ini, bank menjamin keamanan uang masyarakat tersebut sekaligus memberikan bunga untuk dana tersebut.
- b. Menyalurkan dana kepada masyarakat Setelah menghimpun dana dari masyarakat, bank akan menyalurkan dana kepada pihak – pihak yang membutuhkan melalui system kredit atau pinjaman. Dengan penyaluran dana tersebut maka tujuan bank dalam pelaksanaan pembangunan nasional dapat terpenuhi. Masyarakat yang membutuhkan dana dapat menyejahterakan kehidupannya dan menghasilkan usaha yan mendukung pembangunan nasional.

IAIN PALOPO

²⁶ Ismail. 2017. Manajemen Perbankan: Dari Teori Menuju Aplikasi. Jakarta: KENCANA.

Sedangkan fungsi sampingan dari bank termasuk layanan – layanan jasa bank lainnya seperti²⁷ :

- a. Mendukung kelancaran mekanisme pembayaran Selain menyalurkan dana, sebagai intermediasi bank juga berfungsi sebagai pendukung kelancaran mekanisme transaksi di masyarakat. Jasa yang ditawarkan untuk menunjang fungsi ini termasuk transfer dana antar rekening dalam negeri, penyediaan fasilitas pembayaran secara kredit seperti kartu kredit, jasa pembayaran tagihan, sistem pembayaran elektronik, sarana penyaluran gaji karyawan ataupun penghasilan lainnya.
- b. Mendukung kelancaran transaksi internasional Bank juga dibutuhkan untuk memperlancar transaksi internasional. Kesulitan bertransaksi karena perbedaan geografis, jarak, budaya dan sistem moneter antara dua pihak yang berbeda negara akan selalu hadir. Kehadiran bank akan memudahkan penyelesaian transaksi-transaksi tersebut dengan lebih mudah, cepat, dan murah. Bank memastikan kelancarannya melalui jasa penukaran mata uang asing ataupun transfer dana luar negeri untuk transaksi internasional.
- c. Penciptaan uang Uang yang diciptakan oleh bank ini merupakan uang giral yang berarti alat pembayaran lewat mekanisme pemindahbukuan (kliring). Proses penciptaan
- d. Uang diregulasi oleh bank sentral untuk pengaturan jumlah uang yang beredar karena dapat mempengaruhi ekonomi.

²⁷ Sumartik. Dan Misti, H. 2018 Buku Ajar Manajemen Perbankan (edisi pertama). Sidoarjo: UMSIDA PRESS.

- e. Sarana Investasi Kini bank juga dapat berfungsi sebagai sarana investasi melalui jasa reksa dana atau produk investasi yang ditawarkan bank sendiri seperti derivatif, emas, mata uang asing, saham.
- f. Penyimpanan barang berharga Fungsi bank yang telah tersedia dari dahulu kala adalah penyimpanan barang berharga. Nasabah dapat menyimpan barang berharganya seperti perhiasan, emas, surat-surat berharga, ataupun barang berharga lainnya. Bank juga dapat menyewakan safe deposit box.

2. Jenis-jenis Bank

- a. Bank Sentral Bank sentral di suatu negara, pada umumnya adalah sebuah instansi yang bertanggung jawab atas kebijakan moneter di wilayah negara tersebut. Bank Sentral berusaha untuk menjaga stabilitas nilai mata uang, stabilitas sektor perbankan, dan sistem finansial secara keseluruhan. Di Indonesia, fungsi bank sentral diselenggarakan oleh Bank Indonesia.
- b. Bank Umum Bank umum adalah bank yang melaksanakan kegiatan usaha secara konvensional dan atau berdasarkan prinsip syariah, yang dalam kegiatannya memberikan jasa dalam lalu lintas pembayaran. Sifat jasa yang diberikan adalah umum, dalam arti dapat memberikan seluruh jasa perbankan yang ada. Begitu pula dengan wilayah operasinya dapat dilakukan di seluruh wilayah.

- c. Bank Perkreditan Rakyat Bank Perkreditan Rakyat (BPR) adalah Bank yang melaksanakan kegiatan usaha secara konvensional atau berdasarkan prinsip syariah, yang dalam kegiatannya tidak memberikan jasa dalam lalu lintas pembayaran

Jenis-Jenis Bank Berdasarkan Kepemilikannya

- a. Bank Milik Pemerintah Bank pemerintah adalah bank yang sebagian atau seluruh sahamnya dimiliki oleh Pemerintah Indonesia. Contoh : Bank Mandiri, Bank Negara Indonesia, Bank Rakyat Indonesia, Bank Tabungan Negara.
- b. Bank Milik Swasta Nasional Bank swasta adalah bank dimana sebagian besar sahamnya dimiliki oleh swasta nasional serta akta pendiriannya pun didirikan oleh swasta, pembagian keuntungannya juga untuk swasta nasional. Bank swasta dibedakan menjadi 2 yaitu bank swasta nasional devisa dan bank swasta nasional nondevisa. Contoh : Bank Muamalat, Bank Central Asia, Bank Bumi Putra, Bank Danamon, Bank Duta, Bank Nusa Internasional, Bank Niaga, Bank Universal, Bank Mega.
- c. Bank Milik Koperasi Bank milik koperasi adalah bank yang kepemilikan sahamnya dimiliki oleh perusahaan yang berbadan hukum koperasi. Contoh : Bank Umum Koperasi Indonesia.
- d. Bank Milik Campuran Bank campuran adalah bank yang kepemilikan sahamnya bercampur antara pihak asing dan pihak swasta nasional. Saham bank ini sebagian besar dimiliki oleh warga negara Indonesia.

Contoh : Bank ANZ Indonesia, Bank Commonwealth, Bank Agris, Bank BNP Paribas Indonesia, Bank Capital Indonesia. 5) Bank Milik Asing Bank jenis ini merupakan cabang dari bank yang ada di luar negeri, baik milik swasta asing atau pemerintah asing. Kepemilikannya dimiliki oleh pihak luar negeri. Contoh : Bank of America, Bangkok Bank, Bank of China, Citibank, Deutsche Bank, HSBC, JPMorgan Chase, Standard Chartered, The Bank of Tokyo-Mitsubishi UFJ.

Bank berdasarkan kegiatan devisa²⁸:

- a. Bank Devisa, adalah bank yang dapat melaksanakan kegiatan transaksi ke luar negeri atau yang berhubungan dengan mata uang asing secara keseluruhan, misalnya transfer ke luar negeri, inkaso ke luar negeri, travelers cheque, pembukuan dan pembayaran Letter of Credit (L/C) dan transaksi luar negeri lainnya. Untuk menjadi bank devisa harus memenuhi semua persyaratan yang telah ditetapkan Bank Indonesia.
- b. Bank Non Devisa, adalah bank yang mempunyai izin untuk melaksanakan transaksi sebagai bank devisa, sehingga tidak dapat melaksanakan transaksi seperti halnya bank devisa sehingga transaksi yang dilakukan hanya dalam batas – batas suatu negara.

Bank berdasarkan cara menentukan harga²⁸:

- a. Bank yang berdasarkan prinsip konvensional Dalam mencari keuntungan dan menetapkan harga kepada para nasabahnya, bank yang

²⁸ Sigit dan Totok. 2006 (76-77). Bank dan Lembaga Keuangan Lain. Edisi Kedua. Salemba Empat : Jakarta.

berdasarkan prinsip konvensional menggunakan dua metode. Pertama, spread based dengan menetapkan bunga sebagai harga jual produk simpanan deposito dan harga beli untuk produk pinjamannya (kredit) juga ditentukan berdasarkan tingkat suku bunga tertentu Kedua, fee based untuk jasa- jasa bank lainnya pihak perbankan konvensional menggunakan atau menerapkan berbagai biaya dalam nominal atau persentase tertentu seperti biaya administrasi, biaya provisi, sewa, iuran, dan biaya-biaya lainnya yang dikenal dengan istilah fee based.

- b. Bank yang berdasarkan prinsip syariah Penentuan harga atau mencari keuntungan bagi bank yang berdasarkan prinsip syariah adalah dengan cara: pembiayaan berdasarkan prinsip bagi hasil (mudharabah), pembiayaan berdasarkan prinsip penyertaan modal (musharakah), prinsip jual beli barang dengan memperoleh keuntungan (murabahah), pembiayaan barang modal berdasarkan sewa murni tanpa pilihan (ijarah) atau dengan adanya pilihan pemindahan kepemilikan atas barang yang disewa dari pihak bank oleh pihak lain (ijarah wa iqtina). Bank berdasarkan prinsip syariah mengharamkan penggunaan harga produknya dengan bunga tertentu.

D. Bank Syariah Indonesia

Landasan Hukum Bank Syariah a. Al-Qur'an Bank syariah bekerja di bawah prinsip bagi hasil. Karena bunga dianggap riba, yang dilarang, bank Islam tidak menggunakan bunga sebagai sumber pendapatan atau

membebaskan bunga atas penggunaan uang atau pinjaman. Hal tersebut dijelaskan dalam Al-Qur'an QS. Al-Baqarah 275

Produk-produk bank syariah muncul karena didasari oleh operasionalisasi fungsi bank Syariah. Dalam menjalankan operasinya bank syariah memiliki empat fungsi sebagai berikut²⁹ :

- 1) Sebagai penerima amanah untuk melakukan investasi dana-dana yang dipercayakan oleh pemegang rekening investasi/deposan atas dasar prinsip bagi hasil sesuai dengan kebijakan investasi bank
- 2) Sebagai pengelolah investasi atas dana yang dimiliki pemilik dana/shahibul mal sesuai dengan arahan investasi yang dikehendaki oleh pemilik dana.
- 3) Sebagai penyedia jasa lalu lintas pembayaran dan jasa-jasa lainnya sepanjang tidak bertentangan dengan prinsip syariah.
- 4) Sebagai pengelolah fungsi sosial. Produk-produk pendanaan bank syariah dan investasi tabungan untuk tabungan untuk pembangunan perekonomian dengan cara yang adil dapat dijamin bagi semua pihak. Dalam hal ini, bank syariah tidak melakukannya tidak dengan prinsip bunga (riba) , melainkan dengan akad-akad yang sesuai dengan prinsip islam, terutama wadi'ah (titipan), qardh (pinjaman) mudharabah (bagi hasil), dan ijarah.

IAIN PALOPO

²⁹ Amelia Handayani "Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi persepsi masyarakat kecamatan binjai selatan kota binjai pada penggunaan produk tabungan bank Syariah" 2020

Adapun produk tabungan yang berada di bank syariah indonesia saat ini adalah:

1) BSI Tabungan Bisnis

Tabungan ini memiliki akad mudharabah muthlaqah yang menggunakan satuan mata uang rupiah sehingga transaksi yang dilakukan akan lebih mudah bagi segmen wiraswasta. Limit transaksi hariannya pun cenderung lebih besar. Jika kamu menggunakan produk tabungan BSI bisnis, kamu akan mendapatkan beberapa keuntungan seperti gratis biaya transfer dengan minimal saldo Rp10 juta dan limit transaksi yang lebih kompetitif.

2) BSI Tabungan Classic

Jenis tabungan yang satu ini dapat digunakan juga sebagai suatu investasi dana yang mampu menampung setoran cash collateral atau goodwill. Untuk dapat memiliki produk tabungan dalam jenis ini, ketika mendaftar pastikan kamu harus sudah memiliki NPWP dan rekening collateral.

3) BSI Tabungan Easy Mudharabah

Produk tabungan yang satu ini dalam pelaksanaannya menggunakan akad mudharabah sehingga dana yang diinvestasikan dalam tabungan bank syariah tersebut disalurkan ke dalam sektor-sektor yang telah dijamin halal. Untuk mendapatkan tabungan ini, kamu dapat membuka rekening melalui cara online misalnya pada website BNI Syariah Online.

4) BSI Tabungan Easy Wadiah

Tabungan jenis ini juga menggunakan mata uang rupiah. Namun sesuai dengan namanya, akad yang digunakan pada tabungan ini merupakan akad

wadiah yad dhamanah. Dalam hal ini nasabah dapat menitipkan dananya ke bank dengan tanpa khawatir karena akan dikelola dengan berdasarkan nilai-nilai syar'i. Kemudian ketika berbicara soal profit, maka bagi hasil dapat dilakukan apabila disetujui pihak bank syariah terkait.

5) BSI Tabungan Efek Syariah

BSI Tabungan Efek Syariah adalah produk tabungan yang dikhususkan untuk kamu yang ingin melakukan transaksi efek pada pasar modal tentunya dengan tetap menjalankan prinsip-prinsip syariah di dalamnya. Jenis tabungan ini cocok untuk orang yang tertarik dengan bidang perencanaan profit finansial.

6) BSI Tabungan Junior

Produk tabungan yang diperuntukkan kepada anak atau pelajar yang masih berusia di bawah 17 tahun. Tujuannya anak dapat memiliki motivasi dan dorongan untuk menabung sejak muda. Saldo awal untuk setoran minimal dari tabungan ini adalah 100 ribu rupiah.

7) BSI Tabungan Mahasiswa

Jenis tabungan ini dapat digunakan oleh berbagai kalangan mahasiswa yang terdaftar di Perguruan Tinggi Negeri maupun Perguruan Tinggi Swasta. Seperti tabungan pada umumnya, mahasiswa juga akan mendapatkan kartu debit yang sudah terintegrasi secara digital.

IAIN PALOPO

8) BSI Tabungan Payroll

Jenis tabungan yang diperuntukkan bagi para nasabah payroll serta para nasabah migran kartu debit. Untuk membuka tabungan ini, biaya administrasi dan saldo minimumnya disesuaikan dengan PKS.

9) BSI Tabungan Pendidikan

Produk BSI Tabungan Pendidikan juga tidak kalah menarik. Faktanya produk tabungan ini sangat cocok apabila kamu ingin merencanakan pendidikan anak yang ditanggung. Setoran bulanannya mulai dari 100 ribu rupiah.

10) BSI Tabungan Pensiun

Tabungan ini ditujukan bagi nasabah secara perorangan yang telah terdaftar di berbagai Lembaga Pengelola Pensiun yang bermitra dengan Bank terkait.

11) BSI Tabungan Prima

BSI tabungan prima yang ditujukan bagi segmentasi nasabah dengan kalangan yang lebih tinggi. Fasilitas yang bisa didapatkan diantaranya berupa asuransi jiwa sampai dengan nilai 500 juta rupiah dan layanan prioritas lainnya.

12) BSI Tabungan Rencana

Jenis tabungan ini cocok untuk digunakan bagi individu perorangan yang ingin melakukan perencanaan finansial agar lebih terarah dan pasti.

13) BSI Tabungan Simpanan Pelajar

Tabungan ini diperuntukkan bagi para siswa yang penerbitannya dilakukan secara nasional langsung oleh BSI. Untuk setoran awal dapat dimulai dari seribu rupiah saja.

14) BSI Tabungan Smart

Jenis tabungan yang satu ini merupakan salah satu tabungan yang bertujuan untuk mensejahterakan masyarakat dan telah diakui oleh OJK atas nilai literasi finansialnya. Nasabah berkesempatan mendapatkan bonus dari BSI.

15) BSI Tabungan Valas

BSI juga menyediakan tabungan dalam mata uang dollar. Jika kamu ingin memilikinya, kamu dapat langsung saja membuka tabungan BSI Valas.

16) BSI Tabunganku

Produk TabunganKu dari BSI diperuntukkan bagi nasabah secara individu untuk dapat mendorong minat menabung. Setoran awalnya sangat ringan yakni Rp20 ribu hingga Rp80 ribu saja.

17) BSI Tabungan Tapenas Kolektif.

Produk tabungan BSI yang terakhir adalah BSI Tapenas Kolektif yang cocok digunakan apabila kamu ingin melakukan perencanaan tabungan dalam jangka pendek maupun panjang dengan nilai yang kompetitif.

IAIN PALOPO

- Prinsip-Prinsip Dasar Bank Syariah

Bank syariah adalah bank yang beroperasi sesuai dengan Prinsip-Prinsip Syariah. Implementasi prinsip syariah inilah yang menjadi pembeda utama dengan bank konvensional. Pada intinya prinsip syariah tersebut mengacu kepada hukum Islam yang berpedoman utama kepada Al Quran dan Hadist. Islam sebagai agama merupakan konsep yang mengatur kehidupan manusia secara komprehensif dan universal baik dalam hubungan dengan Sang Pencipta maupun dalam hubungan sesama manusia

- Fungsi dan Peran Bank Syariah

Bank Syariah adalah bank yang menjalankan intermediasinya berdasarkan prinsip atau ketentuan syariat Islam.

Peran dan fungsi bank syariah sebagai berikut:

- a. Sebagai tempat menghimpun dana dari masyarakat atau dunia usaha dalam bentuk tabungan (mudharabah), dan giro (wadiyah), serta menyalurkannya kepada sektor riil yang membutuhkan.
- b. Sebagai tempat investasi bagi dunia usaha (baik dana modal maupun dana rekening investasi) dengan menggunakan instrument investasi yang sesuai dengan syariat Islam.
- c. Menawarkan berbagai jasa keuangan berdasarkan upah dalam sebuah kontrak perwakilan atau penyewaan.
- d. Memberikan jasa sosial seperti pinjaman kebajikan, zakat dan dana sosial lainnya yang sesuai dengan syariat Islam.

Hadirnya Bank Syariah diharapkan dapat memberikan Kontribusi terhadap pertumbuhan ekonomi masyarakat Indonesia melalui pembiayaan yang dikeluarkan oleh industri perbankan syariah. Dengan adanya pembiayaan bank syariah memungkinkan untuk bermitra dengan nasabah, sehingga relasi nasabah tidak lagi relasi antara kreditur dan debitur tetapi dengan hubungan kerja sama. Jika bank syariah dapat sepenuhnya menjalankan aktivitasnya, yang meliputi hal-hal berikut, mereka akan lebih realistis dalam menjalankan tugasnya.

- a. Pengelola investasi nasabah yang memanfaatkan akad Mudharabah
- b. Penyedia jasa keuangan dan pemroses pembayaran beroperasi serupa dengan bank biasa selama tidak melanggar hukum syariah.
- c. Investor yang menggunakan alat investasi syariah untuk menginvestasikan uangnya sendiri maupun uang dari nasabah yang terpercaya, kemudian membagi keuntungannya sesuai dengan nisbah yang telah ditentukan.
- d. Mengandalkan kewajiban sosial berupa dana Zakat, Infaq, dan Sadaqah serta dijadikan sebagai gadai iktikad sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

▪ **Perbedaan Bank Syariah dan Bank Konvensional**

Pemahaman adalah area pertama di mana bank syariah dan bank tradisional berbeda. Bank syariah adalah bank yang menjalankan bisnis sesuai dengan prinsip syariah atau syariat Islam sebagaimana diatur dalam fatwa Majelis Ulama Indonesia. Prinsip tersebut meliputi prinsip keadilan dan keseimbangan ('adl wa tawazun), kemaslahatan (maslahah), dan universalisme

(alamiyah), serta tidak mengandung gharar, maysir, riba, kezaliman, atau keharaman. Sebaliknya, bank konvensional adalah lembaga yang menjalankan bisnis dengan cara tradisional dan menawarkan layanan terkait pembayaran sesuai dengan norma dan pedoman yang diterima. Adapun beberapa hal yang menjadi perbedaan bank syariah dan bank konvensional:

- a. Asas: Bank syariah dan konvensional keduanya beroperasi di bawah prinsip panduan yang sama, yang mencakup kehati-hatian dan demokrasi ekonomi. Namun, pada bank syariah terdapat asas prinsip syariah yang tidak ada pada bank konvensional.
- b. Fungsi: Bank Islam melakukan lebih banyak tugas dari pada bank tradisional. Terlepas dari kenyataan bahwa keduanya mengumpulkan dan mendistribusikan dana masyarakat, bank syariah juga melakukan sejumlah tugas tambahan. Misalnya, mereka mengoperasikan lembaga baitul mal untuk menjalankan fungsi sosial, dan mereka menerima dan menyalurkan dana dari zakat, infaq, sedekah, hibah, dan dana sosial lainnya ke organisasi pengelola zakat. Bank syariah juga dapat menerima dana sosial yang berasal dari wakaf tunai dan memberikannya kepada pengelola wakaf (nazhir) sesuai dengan keinginan pemberi wakaf (wakif).
- c. Regulasi: Dari sisi hukum, Bank Indonesia (BI) dan Otoritas Jasa Keuangan (OJK) masing-masing mengawasi bank syariah dan konvensional. Namun, Dewan Pengawas Syariah (DSN) adalah badan pengawas lain untuk bank syariah. Tentu saja tujuannya adalah untuk menjamin bahwa semua bank syariah berfungsi sesuai dengan prinsip-prinsip perbankan syariah.

d. Sumber Pendapatan: Bank syariah dan konvensional memperoleh pendapatan mereka dari sumber yang berbeda. Pengaturan bagi hasil digunakan di bank syariah untuk menghasilkan keuntungan. Sistem bagi hasil ini beroperasi dengan prinsip yang sama dengan perdagangan pada umumnya, dimana bank syariah berperan sebagai perantara antara penjual dan pembeli. Salah satu cara bank syariah menghasilkan uang adalah melalui perbedaan harga. Sebaliknya, bank tradisional memiliki skema bunga tetap. Sementara bank konvensional tidak memiliki batasan atau nilai, bank syariah secara eksklusif berinvestasi pada bisnis halal. Sementara suku bunga ditetapkan di bank tradisional, jumlah bagi hasil di bank syariah bervariasi berdasarkan seberapa baik kinerja perusahaan.

Aspek teknis penerimaan uang, jalur transfer, teknologi komputer yang digunakan, dan syarat-syarat umum untuk memperoleh pembiayaan, seperti NPWP, proposal, laporan keuangan, dan sebagainya, merupakan hal yang paling sering terjadi tumpang tindih antara bank konvensional dan bank syariah. Tetapi ada banyak perbedaan penting antara keduanya. Perbedaannya terkait dengan pembiayaan perusahaan, struktur organisasi, pertimbangan hukum, dan tempat kerja. Masyarakat perlahan mulai memahami perbedaan yang jelas antara bank syariah dan bank konvensional, khususnya yang berkaitan dengan sistem bunga (interest).

Produk dan Jasa Bank Syariah Indonesia Produk bank syariah dapat dibagi menjadi dua yaitu:

1. Produk Penyaluran Dana Dalam menyalurkan dananya pada nasabah, produk pembiayaan syariah terbagi ke dalam empat kategori yaitu:

a. Prinsip Jual Beli (Bay) Prinsip jual beli dilaksanakan sehubungan dengan adanya perpindahan kepemilikan barang atau benda (transfer of property). Prinsip ini dibagi sebagai berikut:

- Pembiayaan Murabahah Murabahah adalah transaksi jual beli dimana bank menyebut jumlah keuntungannya. Bank bertindak sebagai penjual, sementara nasabah sebagai pembeli. Harga jual adalah harga beli bank dari pemasok ditambah keuntungan (margin).
- Pembiayaan Salam Salam adalah transaksi jual beli dimana barang yang diperjual belikan belum tersedia, artinya barang diserahkan secara Tangguh sementara pembayaran dilakukan secara tunai (Cash). Bank bertindak sebagai pembeli, sementara nasabah sebagai penjual.
- Pembiayaan Istishna Produk Istishna memiliki kesamaan pada produk salam, tapi dalam Istishna pembayarannya dapat dilakukan oleh bank dalam beberapa kali pembayaran. Skim Istishna dalam Bank Syariah umumnya diaplikasikan pada pembiayaan manufaktur dan konstruksi.

- b. Prinsip Sewa (ijarah) Transaksi Ijarah dilandasi adanya perpindahan manfaat. Jadi pada dasarnya prinsip ijarah sama saja dengan prinsip jual beli. Namun perbedaannya terletak pada objek transaksinya, pada jual beli objek transaksinya adalah barang, maka pada Ijarah objek transaksinya adalah jasa.
- c. Prinsip Bagi Hasil Adapun prinsip bagi hasil pada bank syariah sebagai berikut:
- Pembiayaan Musyarakah Bentuk umum dari usaha bagi hasil adalah musyarakah (syirkah atau syarikah). Transaksi musyarakah dilandasi adanya keinginan para pihak yang ingin bekerja sama untuk meningkatkan nilai asset yang mereka miliki secara Bersamasama. Semua bentuk usaha yang melibatkan dua pihak atau lebih dimana mereka Bersama-sama memadukan seluruh bentuk sumber daya baik yang berwujud maupun tidak berwujud.
 - Pembiayaan Mudharabah Mudharabah adalah bentuk kerja sama antara dua atau lebih pihak dimana pemilik modal (shahibul maal), mempercayakan sejumlah modal kepada pengelola (mudharib) dengan suatu perjanjian pembagian keuntungan, untuk pembagian keuntungan dibagi berdasarkan kesepakatan dari kedua belah pihak.
- d. Akad Pelengkap Adapun akad pelengkap pada bank syariah sebagai berikut:
- Hiwalah Tujuan fasilitas hiwalah adalah untuk membantu supplier mendapatkan modal tunai agar dapat melanjutkan produksinya.

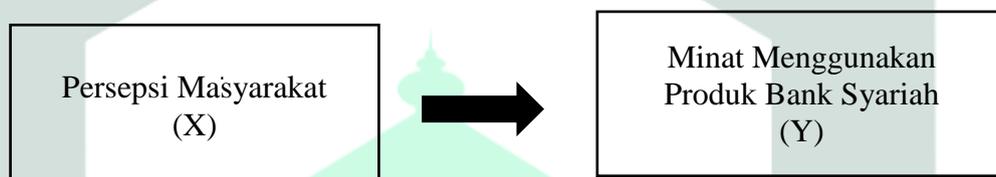
- Rahn Rahn atau biasa diartikan Gadai bertujuan untuk memberikan jaminan pembayaran kembali kepada bank dalam memberikan pembiayaan.
- Qard Qardh adalah pinjaman uang. Di perbankan, qards biasanya digunakan dalam empat cara berbeda: sebagai pinjaman tunai, pinjaman untuk usaha kecil, pinjaman untuk administrator bank, dan pinjaman untuk tabungan haji.
- Wakalah Wakalah diterapkan di perbankan ketika konsumen memberikan izin kepada bank untuk bertindak atas namanya sambil memberikan layanan tertentu, seperti pengiriman uang dan indikator.
- Kafalah Bank garansi dapat diberikan untuk memastikan pemenuhan kewajiban pembayaran. Nasabah mungkin diminta oleh bank untuk menyetor sejumlah uang tertentu sebagai rahn untuk hak istimewa ini. Dana ini juga dapat ditransfer ke bank secara wadi'ah. Bank menerima pembayaran dari layanan ini sebagai pembayaran untuk layanan yang diberikan.

2. Produk Jasa Adapun produk jasa pada bank syariah sebagai berikut

- a. Sharf (Jual Beli Valuta Asing) Pada prinsipnya jual beli valuta asing sejalan dengan prinsip sharf. Jual beli mata uang yang tidak sejenis ini, penyerahannya harus dilakukan pada waktu yang sama (spot). Bank mengambil keuntungan dari jual beli valuta asing ini.

- b. Ijarah (Sewa) Menurut bahasa, ijarah adalah menjual manfaat. Sedangkan menurut istilah syarak menurut pendapat ulama Hanafiyah, ijarah adalah akad atas suatu kemamfaatan dengan pengganti. Jenis kegiatan ijarah antara lain penyewaan kotak simpanan dan jasa tata laksana administrasi dokumen. Bank mendapatkan imbalan sewa dari jasa tersebut.

E. Kerangka Pikir



Berdasarkan kerangka pikir diatas, pengaruh persepsi masyarakat (X) sebagai variabel independent akan memberikan pengaruh terhadap minat menggunakan produk tabungan Bank Syariah Indonesia (Y) sebagai variabel dependen.

F. Hipotesis Penelitian

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, dimana rumusan masalah penelitian telah dinyatakan dalam kalimat pernyataan. Dikatakan sementara, karena jawaban yang diberikan baru berdasarkan pada teori yang relevan, belum didasarkan pada fakta-fakta empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data. Jadi hipotesis juga dapat dikatakan sebagai jawaban yang empirik dengan dengan data

Hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Ha : Diduga Persepsi Masyarakat Kecamatan Suli Memiliki Pengaruh Yang Signifikan Terhadap Minat Menabung Menggunakan Produk Tabungan Bank Syariah Indonesia (BSI)

Ho : Diduga Persepsi Masyarakat Kecamatan Suli berpengaruh Negatif Terhadap Minat Menabung Menggunakan Produk Tabungan Bank Syariah Indonesia (BSI)



IAIN PALOPO

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Pendekatan dan jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif adalah penelitian dengan populasi dan atau sampel tertentu dengan menggunakan instrument, serta analisis data berupa angka untuk menguji hipotesis penelitian.

B. Lokasi dan Waktu Penelitian

Lokasi penelitian merupakan tempat atau wilayah dalam melakukan penelitian untuk memperoleh data-data yang diinginkan, seperti data yang relevan. Penelitian ini dilakukan di Desa Malela, Kecamatan Suli, Kabupaten Luwu.

Waktu penelitian merupakan lamanya waktu yang akan peneliti tempuh selama melakukan proses penelitian. Waktu penelitian yang dalam perencanaannya akan dilaksanakan selama 1 bulan yaitu mulai bulan Juli–Agustus 2023.

C. Populasi dan Sampel Penelitian

1. Populasi Penelitian

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas subjek/objek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik

kesimpulannya. Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat Kecamatan Suli desa Malela yang berumur mulai dari 17 tahun sampai dengan 35 tahun, yaitu sebanyak 160 orang.

2. Sampel Penelitian

Sampel merupakan kumpulan dari unsur atau individu yang merupakan bagian dari populasi. Sample yang diambil dari populasi tersebut harus benar-benar mewakili (*Respresnetatif*). Untuk mengetahui ukuran sample dengan menggunakan rumus Slovin yang dikembangkan oleh Isaac dan Michael dengan tingkat kesalahan 10% untuk mencari sample sebagai berikut:³⁰

$$n = \frac{N}{1 + (N \cdot e^2)}$$

Keterangan:

n = Ukuran sampel

N = Ukuran populasi (jiwa)

e = Tingkat kesalahan sampel (*sanmpling error*)

Dalam penelitian ini, sebanyak 160 sampel dihitung dengan eror 10% maka sampel ditentukan sebesar :

$$n = \frac{160}{1+160 (0,1)^2}$$

$$= \frac{160}{1+1,60}$$

$$= \frac{160}{2,60}$$

$$= 61,331 / 61$$

³⁰ V. Wiratna Sujarweni, Metodologi Penelitian Bisnis Dan Ekonomi Pendekatan Kuantitatif (Yogyakarta: Pustaka Baru Press, 2018), 110.

Sesuai dengan perhitungan sampel diatas, populasi yang berumur dari 17 tahun – 35 tahun yang berjumlah 160 orang, peneliti akan mengambil sebanyak 61 responden. Setelah mengetahui berapa sampel yang akan diteliti, langkah berikutnya adalah menentukan mana yang akan diambil sampel.

Pada penelitian ini peneliti menggunakan teknik sample probability sampling yakni teknik pengambilan sample yang memberikan peluang yang sama bagi setiap unsur (anggota) populasi untuk dipilih menjadi anggota sample yang kemudian peneliti mengambil sample secara acak (*Simple random sampling*).³¹

D. Definisi Operasional Variabel

No	Variabel	Definisi	Indikator
1	Persepsi (X)	Persepsi adalah anggapan langsung atas sesuatu, persepsi atau pandangan seseorang terhadap sesuatu dihasilkan dari informasi yang mereka dapatkan, hasil informasi tersebut	Sikap Motivasi Pengalaman

³¹ V. Wiratna Sujarweni, Metodologi Penelitian Bisnis Dan Ekonomi Pendekatan Kuantitatif 106–107.

		<p>dipahami selanjutnya konsumen akan menarik kesimpulan sehingga menciptakan sebuah penilaian terhadap sesuatu tersebut.</p> <p>Sampai saat ini masih banyak persepsi yang berbeda yang dikemukakan oleh masyarakat tentang perbankan syariah.</p>	
2	Minat (Y)	<p>Persepsi merupakan suatu proses dimana individu melakukan pengorganisasian terhadap stimulus yang diterima dan menginterpretasikan, sehingga seseorang dapat menyadari dan mengerti apa yang diterima dan hal ini</p>	<p>Perhatian</p> <p>Tertarik</p> <p>Hasrat</p> <p>Tindakan</p>

		<p>juga dapat di pengaruhi oleh pengalaman-pengalaman pada individu yang bersangkutan.</p>	
--	--	--	--

E. Data dan Sumber Data

Sumber data adalah tempat atau sumber informasi yang digunakan untuk mengumpulkan data dan informasi dalam penelitian dan analisis. Dalam penelitian ini data yang digunakan adalah data primer. Data primer adalah jenis data yang dikumpulkan langsung oleh sumber pertama peneliti atau penulis yang melakukan penelitian atau survei. Data primer dibuat atau dikumpulkan secara khusus untuk tujuan penelitian tertentu yang sedang dilakukan. Dalam penelitian ini merupakan hasil dari membagikan link kuisioner kepada responden untuk memperoleh tanggapa dari masyarakat terhadap indikator penelitian.

F. Teknik Pengumpulan Data

1. Observasi

Observasi adalah suatu teknik pengumpulan data yang menggunakan pengamatan baik secara langsung maupun tidak langsung. Observasi dilakukan untuk mengetahui kondisi yang terjadi atau membuktikan kebenaran dari sebuah desain penelitian yang dilakukan.

2. Kuesioner

Kuesioner adalah teknik pengumpulan data yang digunakan dengan cara memberi beberapa pertanyaan ataupun pernyataan tertulis kepada responden untuk memperoleh informasi terkait data yang dibutuhkan.

3. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu. Dokumentasi bisa berupa tulisan, gambar, atau karya-karya momental dari seseorang. Pada penelitian ini dokumentasi yang digunakan berupa gambar dari hasil pengajuan kuisisioner peneliti terhadap nasabah Bank Syariah di daerah Kesematan Suli.

G. Teknik Analisis Data

1. Uji Validitas

Uji validitas digunakan dengan tujuan mengetahui tingkatan validitas sebuah instrumen ataupun alat ukur. Disebut valid jika instrumen bisa dipakai mengukur hal yang sepatutnya diukur. Selain itu, hasil instrumen disebut valid bila ada kesamaan antar data yang didapatkan dan data pada objek penelitian. Uji instrumen pada 61 responden selaku sampel bertujuan agar setiap butir kuesioner mempunyai tingkatan validitas yang bisa diandalkan dikarenakan nilai r tabel yang cukup tinggi. Tujuan uji ini yakni agar mengetahui bahwa tiap indikator bisa digunakan untuk mengukur variabel penelitian. Uji validitas umumnya melalui uji korelasi satu sisi sehingga didapatkan nilai r hitung dengan nilai r tabel pada degree of freedom (df) = $n-2$, dengan tingkatan probabilitas kesalahan 0,05. Bila

nilai r hitung $>$ nilai r tabel serta nilai r positif, butir– butir pernyataan disebut valid. Pernyataan disebut tak valid bila r hitung $<$ r tabel. Penelitian ini menggunakan 61 responden, jadi r tabel : $df = (N-2) = 61 - 2 = 59$

2. Uji Reabilitas

Reliabilitas bertujuan mengetahui apakah instrumen terkait sudah bisa digunakan untuk mengumpulkan data. Kuesioner disebut reliabel bila jawaban dari responden konsisten. Uji reliabilitas bertujuan meyakinkan jika diadakan pengukuran ulang menggunakan indikator yang serupa, hasil tak berubah. Uji reliabilitas pada penelitian ini memakai uji statistik Cronbach Alpha (α) dengan ketentuan:

1. Apabila angka Cronbach Alpha $>$ 0,60 (Cronbach Alpha $>$ 0,60), disebut reliabel.
2. Apabila angka Cronbach Alpha $<$ 0,60 (Cronbach Alpha $<$ 0,60), disebut tak reliabel.

H. Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian adalah alat pengumpul data yang digunakan untuk mengukur fenomena alam maupun sosial yang diamati, dan secara spesifik semua fenomena ini disebut variabel penelitian. Instrumen atau alat ukur yang digunakan dalam penelitian ini berupa angket atau kuesioner yang berisi butir-butir pertanyaan.

Instrumen yang digunakan dalam penelitian ini dimaksudkan untuk menghasilkan data yang akurat yaitu dengan menggunakan skala Likert. Skala

Likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Skala Likert di desain untuk menelaah seberapa kuat subjek akan setuju atau tidak setuju dengan pernyataan dengan skala 1-5 titik dengan panduan sebagai berikut:

Sangat tidak setuju : 1

Tidak setuju : 2

Ragu-ragu : 3

Setuju : 4

Sangat setuju : 5

- Rancangan Kisi – Kisi Instrumen

Kisi-kisi instrument tentang pengaruh presepsi terhadap minat masyarakat menabung di bank syariah adalah sebagai berikut:

No	Variabel	Indikator	No Item
1	Presepsi Masyarakat	4. Presepsi mengenai bank konvensional	1
		5. Presepsi mengenai riba dan hukumnya	2,3
		6. Presepsi tentang bank syariah dan produk tabungan di bank syariah	4,5,6
		7. Presepsi tentang kemampuan bank syariah dalam menerapkan prinsip syariah	7,8
		8. Presepsi mahasiswa tentang jasa-jasa yang disediakan oleh bank syariah	9
2	Minat Menabung	1. Usaha masyarakat mencari tahu informasi mengenai bank syariah	1,2
		2. Realisasi minat masyarakat	3,4,5,6

		3. Usaha masyarakat dalam mengutarakan presepsinya kepada kerabat dan orang yang ada disekitarnya	7,8
--	--	---	-----



IAIN PALOPO

BAB IV

DESKRIPSI DAN ANALISIS DATA

A. Hasil Penelitian

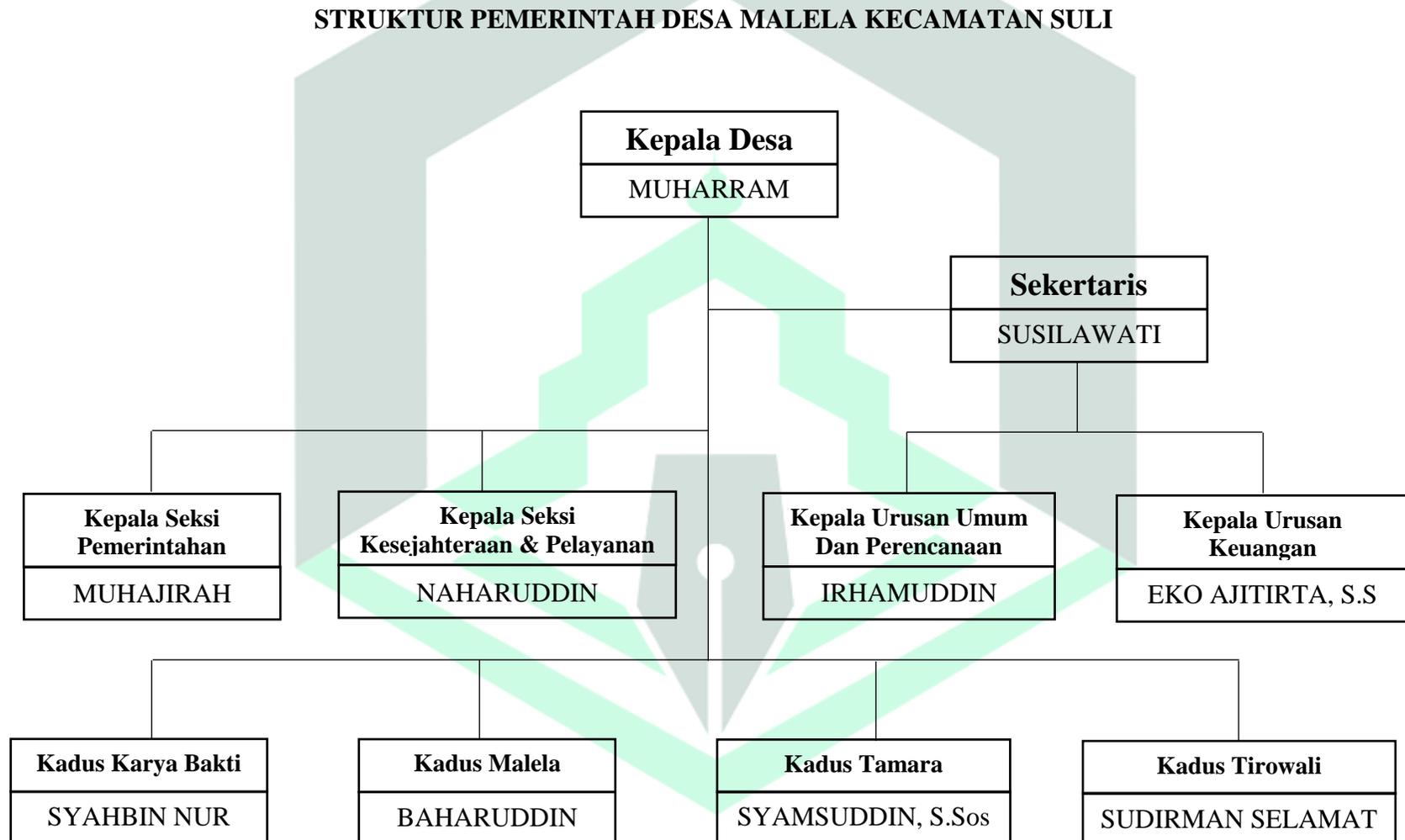
1. Gambaran Objek Penelitian

Masyarakat yang berada di kecamatan suliki khususnya di desa malela merupakan masyarakat suku bugis. Dalam keseharian pendudukan yang berada di desa malela tersebut menggunakan bahasa khas Luwu yang biasa di sebut bahasa tae-tae. Masyarakat desa malela merupakan penduduk yang mayoritasnya beragama islam. Kecamatan suliki khususnya di desa malela mempunyai jumlah penduduk sebanyak 1.771 jiwa yang terdiri dari laki-laki 877 jiwa dan perempuan 894 jiwa. Sumber mata pencaharian masyarakat yang ada di desa malela umumnya petani, peternak, PNS, wiraswasta, maupun tenaga kesehatan.

Tabel 4.1 Penghasilan penduduk Desa Malela

No	Pekerjaan	Penghasilan	Hari/bulan/tahun
1	Petani : - Sawah - Cengkeh	Rp. 1.500.000 Rp. 10.000.000	Bulan Tahun
2	Peternak Ayam	Rp. 15.000.000	Bulan
3	PNS	Rp. 3.000.000	Bulan
4	Wiraswasta	Rp. 4.000.000	Bulan
5	Pegawai swasta	Rp. 4.000.000	Bulan
6	Pelayaran	Rp. 15.000.000	Bulan
7	Tenaga kesehatan	Rp. 2.000.000	Bulan

2. Struktur Organisasi Desa Malela



3. Deskripsi Data Reponden

a. Karakteristik Responden

Responden dalam penelitian ini adalah masyarakat yang berada di Desa malela Kecamatan Suli. Penelitian ini menggunakan 61 Responden yang dijadikan sebagai sampel penelitian,

b. Responden Menurut Jenis Kelamin

Jenis kelamin ialah salah satu hal yang penting pada pembahasan penelitian ini dikarenakan jenis kelamin seseorang dapat mempengaruhi pilihan mereka pada pilihan yang ada. Adapun responden berdasarkan jenis kelamin dapat dilihat pada Tabel berikut

Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Jumlah Responden	Presentase
1	Laki – laki	23	37,7%
2	Perempuan	38	62,3%
Jumlah			

Sumber data primer : 2023

Berdasarkan tabel diatas, dapat diketahui bahwa banyaknya responden perempuan sebanyak 38 responden atau 62,3 persen, sedangkan responden laki-laki sebanyak 23 orang atau 37,7 persen.

IAIN PALOPO

c. Responden Berdasarkan Usia

Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

No	Usia	Responden	Presentase
1	17 – 21 tahun	32	52,5%
2	22 – 26 tahun	26	42,6%
3	27 – 31 tahun	1	1,6%
4	32 – 36 tahun	1	1,6%
5	> 36 tahun	1	1,6%
Jumlah		61	100%

Tabel diatas menunjukkan bahwa usia responden berada di antara 17->36 Tahun. Responden yang memiliki usia 17 – 21 tahun berjumlah 32 orang atau 52,5%, 22 – 26 tahun berjumlah 26 orang atau 42,6%, 27 – 31 tahun 1 orang atau 1,6%, 32 – 36 tahun 1 orang atau 1,66%, dan > 36 tahun berjumlah 1 orang atau 1,6%. dari data tersebut didapatkan responden terbanyak yaitu berusia 17-21 Tahun.

d. Responden Berdasarkan Profesi

Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Profesi

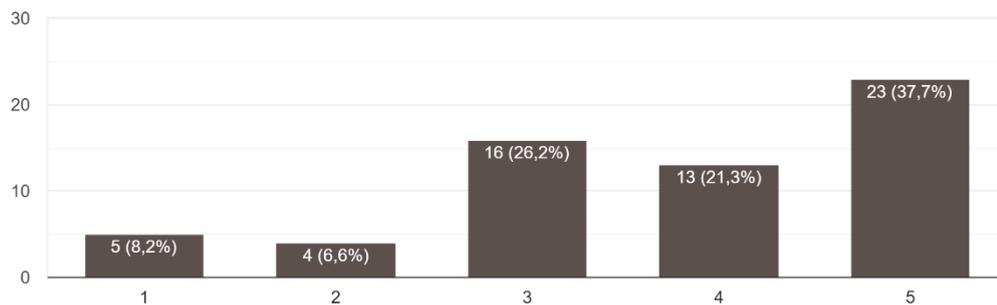
No	Pekerjaan	Jumlah	Presentase %
1	Pelajar	31	50,8%
2	Pegawai swasta	2	3,3%
3	PNS	-	
4	Wiraswasta	2	3,3%
5	Lainnya : - IRT - Petani - Tenaga kesehatan	26	42,6%
Jumlah		61	100%

4. Hasil Kuisisioner

Tabel 4.5 Pada penelitian ini penulis membahas mengenai hasil penelitian yang telah dilakukan untuk menjawab rumusan masalah penelitian, yaitu

1. Saya mengetahui bahwa bunga bank konvensional termasuk riba

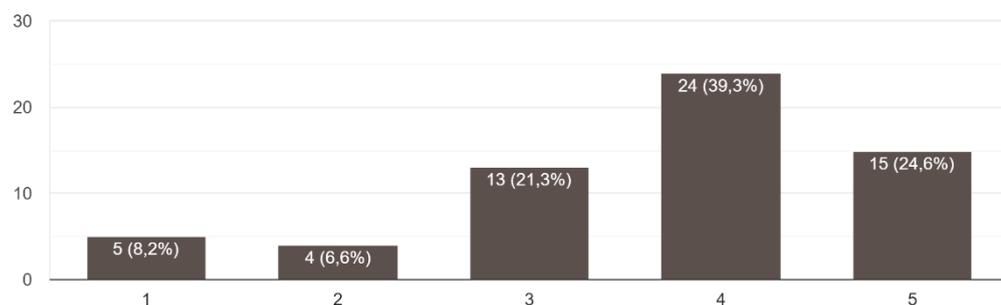
61 jawaban



Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa pertanyaan saya mengetahui bunga bank konvensional termasuk riba ialah, 8,2% sangat tidak setuju, 6,6% tidak setuju, 26,8% ragu-ragu, 21,3% setuju dan 37,7% sangat setuju.

2. Saya berminat menabung di Bank Syariah dikarenakan saya mengetahui larangan riba

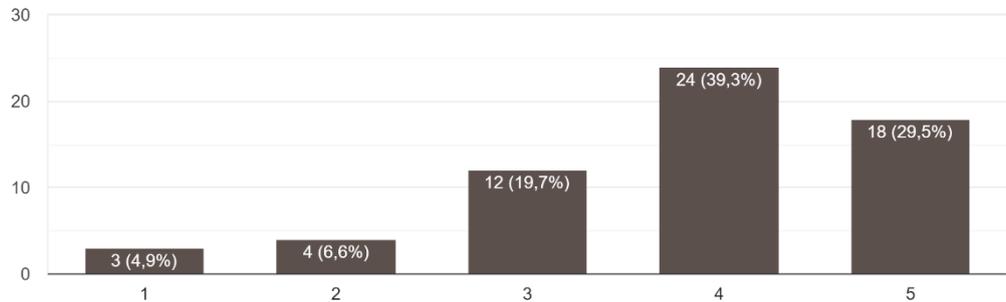
61 jawaban



Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa pertanyaan saya menabung di Bank Syariah karena larangan riba ialah, 8,2% sangat tidak setuju, 6,6% tidak setuju, 21,3% ragu-ragu, 39,3% setuju dan 24,6% sangat setuju.

3. Saya mengetahui landasan hukum Islam tentang riba

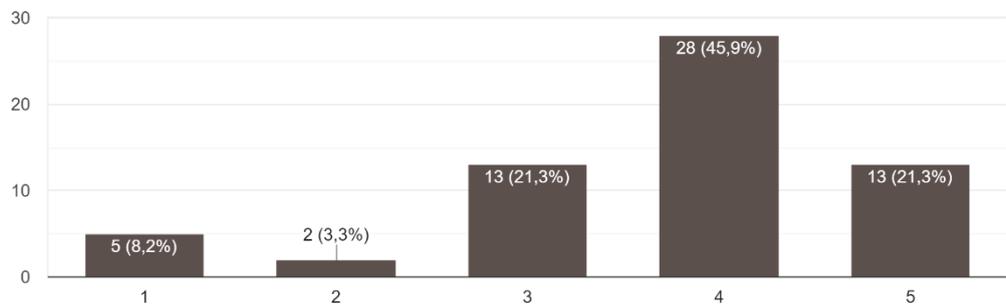
61 jawaban



Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa pertanyaan saya mengetahui landasan hukum Islam tentang riba ialah, 4,9% sangat tidak setuju, 6,6%, tidak setuju, 19,7% ragu-ragu, 39,3% setuju dan 29,5% sangat setuju.

4. Saya memahami bahwa bank syariah berpedoman kepada prinsip syariah

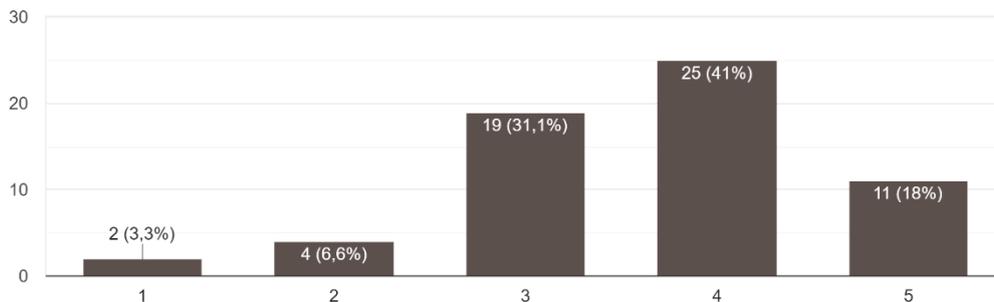
61 jawaban



Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa pertanyaan saya mengetahui landasan hukum Islam tentang riba ialah, 8,2% sangat tidak setuju, 3,3%, tidak setuju, 21,3% ragu-ragu, 45,9% setuju dan 21,3% sangat setuju.

5. Saya memahami produk-produk Bank Syariah bebas bunga

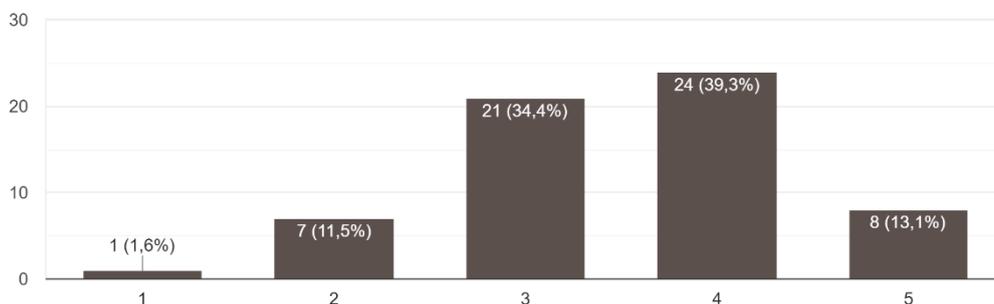
61 jawaban



Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa pertanyaan saya memahami produk-produk Bank Syariah bebas bunga ialah, 3,3% sangat tidak setuju, 6,6%, tidak setuju, 31,1% ragu-ragu, 41% setuju dan 18% sangat setuju.

6. Saya memahami produk tabungan Bank Syariah

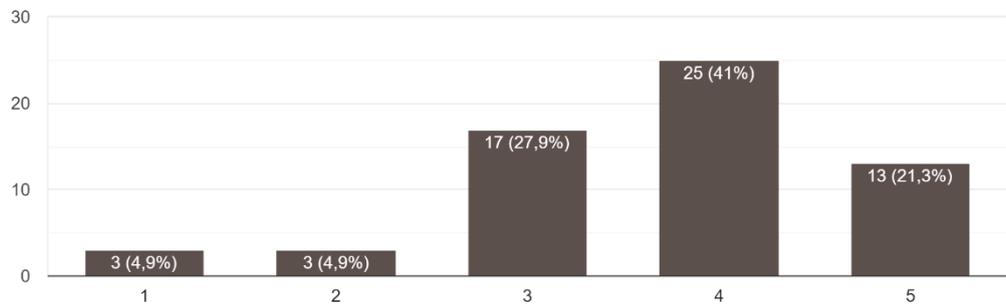
61 jawaban



Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa pertanyaan saya memahami produk tabungan syariah ialah, 1,6% sangat tidak setuju, 11,5%, tidak setuju, 34,4% ragu-ragu, 39,3% setuju dan 13,1% sangat setuju.

7. Saya percaya pada kinerja Bank Syariah terbebas dari spekulasi (maysir)

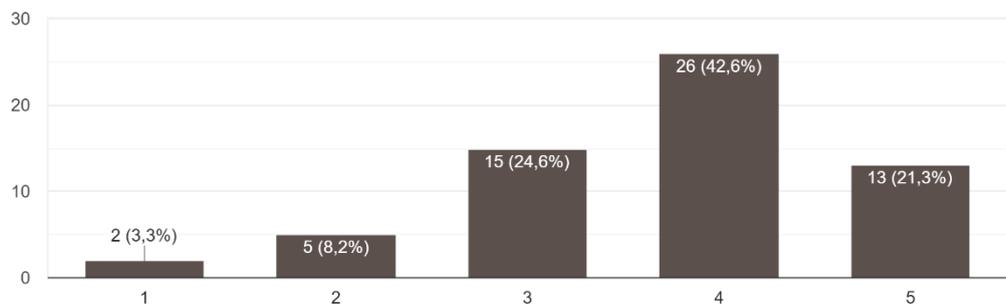
61 jawaban



Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa pertanyaan saya percaya pada kinerja Bank Syariah terbebas dari spekulasi (maysir) ialah, 4,9% sangat tidak setuju, 4,9%, tidak setuju, 27,9% ragu-ragu, 41% setuju dan 21,3% sangat setuju.

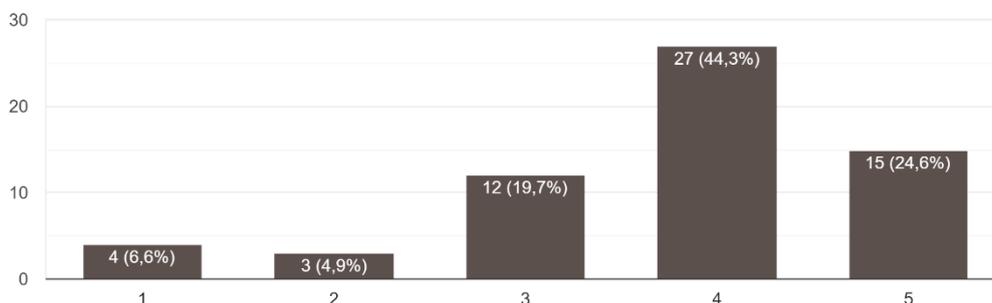
8. Saya berminat menabung di Bank Syariah karna terbebas dari ketidakpastian (gharar)

61 jawaban



Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa pertanyaan saya berminat menabung di Bank Syariah karena terbebas dari ketidakpastian (gharar) ialah, 3,3% sangat tidak setuju, 8,2%, tidak setuju, 24,6% ragu-ragu, 42,6% setuju dan 21,3% sangat setuju.

9. Saya berminat menabung karena saya mengetahui jasa (service) perbankan syariah sangat baik
61 jawaban



Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa pertanyaan saya berminat menabung karena saya mengetahui jasa (service) perbankan syariah sangat baik ialah, 6,6% sangat tidak setuju, 4,9%, tidak setuju, 19,7% ragu-ragu, 44,3% setuju dan 24,6% sangat setuju.

Rekapitulasi Angket Variabel Persepsi

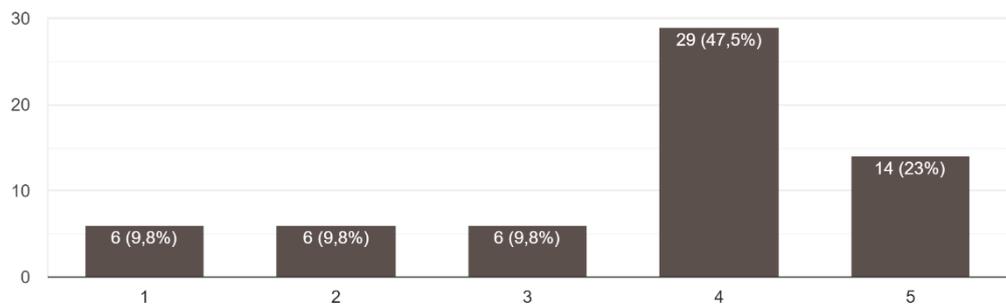
NO	PERNYATAAN	SS		S		RG		TS		STS		JUMLAH	
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%		
1	M.1	23	37,7%	13	21,3%	16	26,2%	4	6,6%	5	8,2%	61	100%
2	M.2	15	24,6%	24	39,3%	13	21,3%	4	6,6%	5	8,2%	61	100%
3	M.3	18	29,5%	24	39,3%	12	19,7%	4	6,6%	3	4,9%	61	100%
4	M.4	13	21,3%	28	45,9%	13	21,3%	2	3,3%	5	8,2%	61	100%
5	M.5	11	18%	25	41%	19	31,1%	4	6,6%	2	3,3%	61	100%
6	M.6	8	13,1%	24	39,3%	21	34,4%	7	11,5%	1	1,6%	61	100%
7	M.7	13	21,3%	25	41%	17	27,9%	3	4,9%	3	4,9%	61	100%
8	M.8	13	21,3%	26	42,6%	15	24,6%	5	8,2%	2	3,3%	61	100%
9	M.9	15	24,6%	27	44,3%	12	19,7%	3	4,9%	4	6,6%	61	100%

Berdasarkan tabel, dari seluruh jawaban responden atas beberapa pernyataan didominasi oleh jawaban setuju. Dimana nilai dan persentase tertinggi terdapat pada pernyataan “Saya berminat menabung di bank syariah karena mengetahui jasa perbankan syariah sangat baik”, yang artinya masyarakat akan memiliki minat untuk menabung di bank syariah jika mereka sudah mengetahui bahwa sistem operasional di bank syariah sudah sesuai dengan

syariat Islam. Dan nilai dengan persentase terendah terdapat pada pernyataan “Saya mengetahui bahwa bunga bank konvensional termasuk riba”, yang artinya masih ada sedikit masyarakat yang setuju bahwa tidak ada perbedaan riba antara bank konvensional dengan bank syariah membuat mereka enggan untuk menabung di bank syariah.

Minat masyarakat

1. Saya berusaha mencari informasi mengenai produk-produk bank syariah
61 jawaban

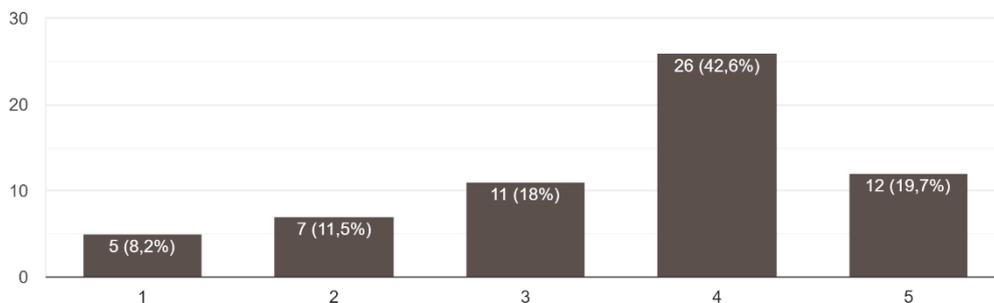


Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa pertanyaan saya berusaha mencari informasi mengenai produk-produk Bank Syariah ialah, 9,8% sangat tidak setuju, 9,8%, tidak setuju, 9,8% ragu-ragu, 47,8% setuju dan 23% sangat setuju.

IAIN PALOPO

2. Saya sering bertanya mengenai informasi syarat menabung di Bank Syariah kepada orang-orang disekitar saya

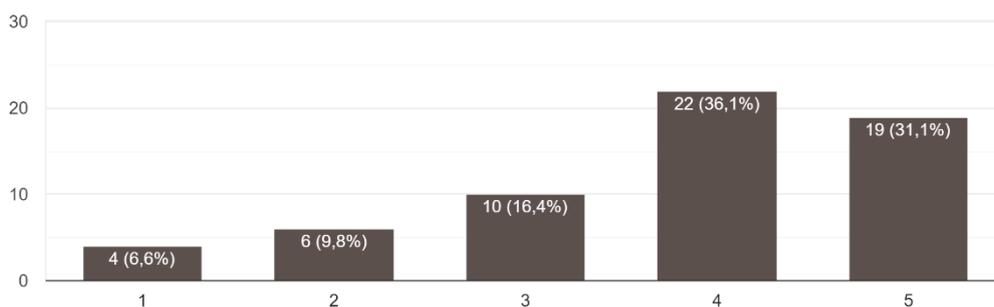
61 jawaban



Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa pertanyaan saya sering bertanya mengenai informasi syarat menabung di Bank Syariah kepada orang-orang disekitar saya ialah, 8,2% sangat tidak setuju, 11,5%, tidak setuju, 18% ragu-ragu, 42,6% setuju dan 19,7% sangat setuju.

3. Saya akan membuat rekening di Bank Syariah

61 jawaban

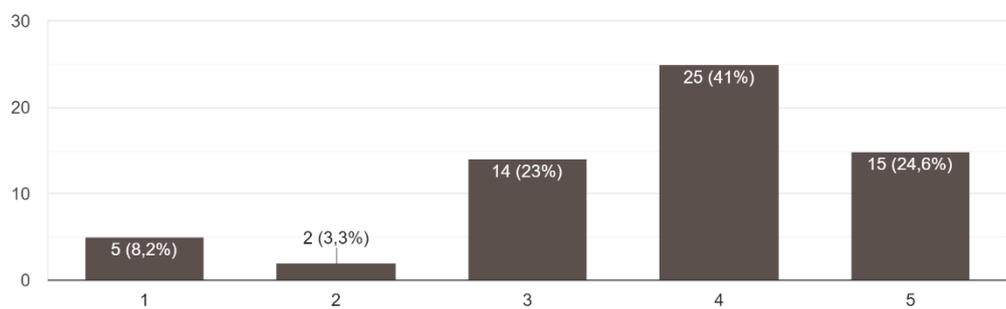


IAIN PALOPO

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa pertanyaan saya sering bertanya mengenai informasi syarat menabung di Bank Syariah kepada orang-orang disekitar saya ialah, 6,6% sangat tidak setuju, 9,8%, tidak setuju, 16,4% ragu-ragu, 36,1% setuju dan 31,1% sangat setuju

4. Saya lebih mengunggulkan rekening Bank Syariah

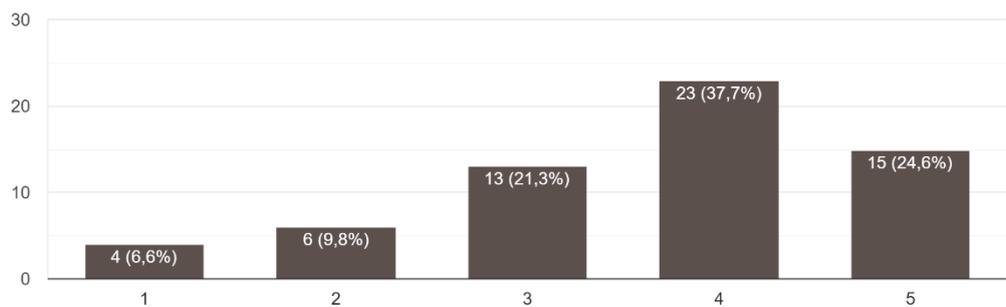
61 jawaban



Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa pertanyaan saya lebih mengunggulkan rekening Bank Syariah ialah, 8,2% sangat tidak setuju, 3,3%, tidak setuju, 23% ragu-ragu, 41% setuju dan 24,6% sangat setuju

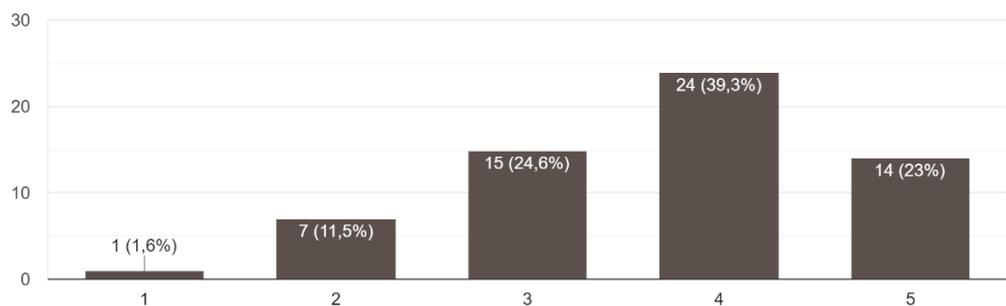
5. Saya selalu mengutamakan menabung di Bank Syariah

61 jawaban



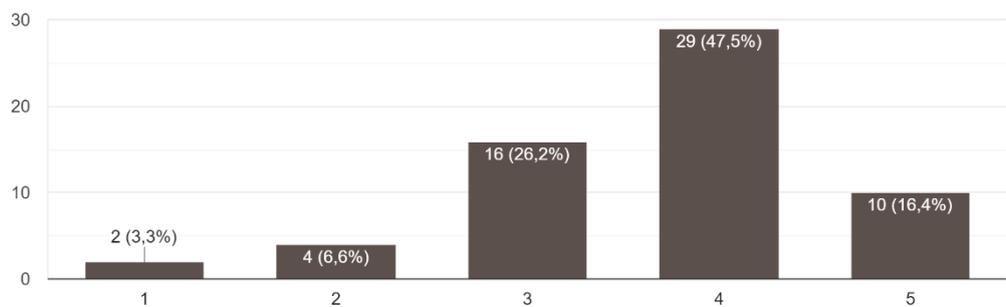
Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa pertanyaan saya selalu mengutamakan menabung di Bank Syariah ialah, 6,6% sangat tidak setuju, 9,8%, tidak setuju, 21,3% ragu-ragu, 37,7% setuju dan 24,6% sangat setuju

6. Saya berminat menabung di Bank Syariah dikarenakan informasi kepuasan nasabah
61 jawaban



Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa pertanyaan saya berminat menabung di Bank Syariah dikarenakan informasi kepuasan nasabah ialah, 1,6% sangat tidak setuju, 11,5%, tidak setuju, 24,6% ragu-ragu, 39,3% setuju dan 23% sangat setuju

7. Saya sering merekomendasikan Bank Syariah kepada kerabat-kerabat saya
61 jawaban



Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa pertanyaan saya sering

merekomendasikan Bank Syariah kepada kerabat-kerabat sayaialah, 3,3% sangat tidak setuju, 6,6% tidak setuju, 26,2% ragu-ragu, 47,5% setuju dan 16,4% sangat setuju

Rekapitulasi Angket Variabel Minat

NO	PERNYATAAN	SS		S		RG		TS		STS		JUMLAH	
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%		
1	P.1	14	23%	29	47,5%	6	9,8%	6	9,8%	6	9,8%	61	100%
2	P.2	12	19,7%	26	42,6%	11	18%	7	11,5%	5	8,2%	61	100%
3	P.3	19	31,1%	22	36,1%	10	16,4%	6	9,8%	4	6,6%	61	100%
4	P.4	15	24,6%	25	41%	14	23%	2	3,3%	5	8,2%	61	100%
5	P.5	15	24,6%	23	37,7%	13	21,3%	6	9,8%	4	6,6%	61	100%
6	P.6	14	23%	24	39,3%	15	24,6%	7	11,5%	1	1,6%	61	100%
7	P.7	10	16,4%	29	47,5%	16	26,2%	4	6,6%	2	3,3%	61	100%

Berdasarkan tabel, dari seluruh jawaban responden atas beberapa pernyataan didominasi oleh jawaban setuju. Dimana nilai dan persentase tertinggi terdapat pada pernyataan “Saya berusaha mencari informasi mengenai produk-produk di Bank Syariah” dan “Saya sering merekomendasikan Bank Syariah kepada kerabat saya”. Yang artinya, masyarakat memiliki minat dan ketertarikan untuk mencari tahu informasi tentang Bank Syariah serta membantu dalam merekomendasikan Bank Syariah. Sedangkan nilai dan persentase terendah terdapat pada pernyataan “Saya akan membuat rekening di Bank Syariah”.

5. Analisis Data

a. Uji Validitas

Variabel	Butir item pernyataan	Nilai rhitung	Nilai rtabel	Ket.
Persepsi	1	0,528	0,196	Valid
	2	0,570	0,196	Valid
	3	0,301	0,196	Valid
	4	0,405	0,196	Valid
	5	0,666	0,196	Valid
	6	0,510	0,196	Valid
	7	0,626	0,196	Valid
	8	0,571	0,196	Valid
	9	0,541	0,196	Valid

Variabel	Butir item pernyataan	Nilai rhitung	Nilai rtabel	Ket.
Minat	1	0,667	0,196	Valid
	2	0,673	0,196	Valid
	3	0,578	0,196	Valid
	4	0,609	0,196	Valid
	5	0,766	0,196	Valid
	6	0,686	0,196	Valid
	7	0,726	0,196	Valid

seluruh pernyataan pada angket dinyatakan valid. Ini dapat dilihat dengan membandingkan nilai koefisien validitas (rhitung) dari setiap butir pernyataan dengan besarnya nilai rtabel pada taraf signifikansi 5%.

Adapun nilai rtabel dapat dihitung dengan cara sebagai berikut:

$$Df = n - 2 = 61 - 2 = 59$$

Besarnya nilai rtabel dapat dilihat pada tabel nilai koefisien korelasi "r"

Product moment dari person dengan $df = 59$

b. Uji Reabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Nilai α	Ket.
Persepsi	0,703	0,60	Reliable
Minat	0,763	0,60	Reliable

Dapat dilihat variabel persepsi dan minat dinyatakan reliable, ini dapat dilihat dengan membandingkan nilai Cronbach Alpha > nilai alpha

c. Uji Normalitas

Uji normalitas adalah prosedur statistik yang digunakan untuk menguji apakah suatu sampel data berasal dari populasi dengan distribusi normal. Jenis uji yang digunakan yaitu *uji Kolmogorov-Smirnov* adalah salah satu metode yang umum digunakan untuk menguji normalitas data.

Berikut hasil uji normalitas pada penelitian ini,

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		61
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.32315686
Most Extreme Differences	Absolute	.161
	Positive	.161
	Negative	-.106
Test Statistic		.161
Asymp. Sig. (2-tailed) ^c		.160

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

Berdasarkan tabel tersebut menjelaskan bahwa nilai *Asymp. Sig. (2-tailed)* sebesar 0,160 atau lebih besar dari 0,05 atau $0,160 > 0,05$ sehingga dapat disimpulkan data tersebut berdistribusi normal.

d. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas adalah prosedur statistik yang digunakan untuk menguji apakah terdapat hubungan linier yang kuat antara variabel-variabel prediktor dalam sebuah model regresi. Multikolinearitas terjadi ketika dua atau lebih variabel prediktor dalam model regresi saling berkorelasi tinggi. Berikut hasil uji multikolinearitas pada penelitian ini,

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients Beta	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error				Tolerance	VIF
1	(Constant)	14.245	3.062		4.281	.000		
	Presepsi	.582	.111	.449	4.419	.000	.785	0.361
	Minat	.079	.093	.094	.932	.409	.785	0.361

Pada tabel tersebut, terdapat nilai Tolerance setiap variabel berada pada batas lebih besar dari 0,001 atau $0,785 > 0,001$ dan nilai VIF untuk setiap variabel berada batas di bawah 10 atau 0,361 yang menunjukkan bahwa

tidak ada tingkat multikolinearitas yang signifikan antara variabel prediktor dalam model regresi yang diuji.

e. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas adalah prosedur statistik yang digunakan untuk menguji apakah ada ketidaksamaan varian yang signifikan di antara kelompok data dalam model regresi. Uji yang digunakan yaitu Uji Glejser, juga dikenal sebagai uji *Glejser's Test* atau uji Variance Ratio Test, adalah salah satu metode yang digunakan untuk menguji heteroskedastisitas. Berikut hasil uji heteroskedastisitas pada penelitian ini,

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4.870	1.933		2.519	.013
	Persepsi	-.047	.070	-.076	-.665	.507
	Minat	-.061	.052	-.133	-1.162	.248

Berdasarkan tabel tersebut menunjukkan bahwa setiap variabel bebas (Pendapatan dan Religiusitas) memiliki nilai signifikansi yang lebih besar dari tingkat signifikansi yaitu 0,05. Ini berarti tidak ada adanya heteroskedastisitas dalam model regresi.

f. Uji Analisis Regresi Berganda

Uji Analisis Regresi Berganda, juga dikenal sebagai *Multiple Regression Analysis*, adalah prosedur statistik yang digunakan untuk memodelkan hubungan antara satu variabel dependen (variabel respons) dan dua atau lebih variabel independen (variabel prediktor) dalam konteks regresi linear. Tujuan utama uji ini adalah untuk menentukan pengaruh relatif

masing-masing variabel prediktor terhadap variabel respons. Berikut hasil uji regresi berganda pada penelitian ini,

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	14.245	3.062		4.281	.000
	Persepsi	.582	.111	.449	4.419	.000
	Minat	.079	.083	.094	.932	.409

Berdasarkan hasil koefisien regresi dalam tabel, persamaan analisis regresi berganda untuk model ini menjadi:

$$Y = 14,245 + 0,582X_1 + 0,079X_2 + \epsilon$$

Interpretasi koefisien regresi:

- 1) Nilai konstanta sebesar 14,245, yang menunjukkan nilai variabel literasi keuangan syariah ketika semua variabel independen adalah nol.
- 2) Nilai koefisien regresi pada variabel pendapatan adalah 0,582 yang menunjukkan bahwa setiap unit peningkatan dalam variabel pendapatan
- 3) Nilai koefisien regresi pada variabel religiusitas sebesar 0,079, yang menunjukkan bahwa setiap unit peningkatan dalam variabel religiusitas memiliki pengaruh sebesar 0,079 satuan terhadap variabel literasi keuangan syariah.

g. Uji Hipotesis

1) Uji Signifikansi Individual (uji t)

Uji t, atau t-test, adalah uji statistik yang digunakan untuk menguji apakah terdapat perbedaan yang signifikan antara mean sampel

dengan nilai yang diharapkan (nilai teoritis atau nilai populasi).

Berikut hasil uji t pada penelitian ini,

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized	t	Sig.
		B	Std. Error	Coefficients Beta		
1	(Constant)	14.245	3.062		4.281	.000
	Persepsi	.582	.111	.449	4.419	.000
	Minat	.079	.083	.094	.932	.409

Berdasarkan tabel uji t tersebut menunjukkan bahwa nilai t_{hitung} variabel persepsi sebesar 4,419 dan apabila nilai t_{tabel} yang digunakan dalam penelitian ini sebesar 1,985 maka nilai t_{hitung} variabel persepsi lebih besar dari nilai t_{tabel} yang digunakan atau variabel persepsi sebesar $4,419 > 1,985$ dan nilai $p-value$ atau $sig.$ variabel persepsi sebesar 0,000 atau lebih kecil dari 0,05 ($0,000 < 0,05$) sehingga berdasarkan data tersebut dapat disimpulkan bahwa variabel persepsi berpengaruh positif dan signifikan secara parsial.

Kemudian secara uji parsial menunjukkan bahwa nilai t_{hitung} variabel minat sebesar 0,932 dan lebih kecil dari nilai t_{tabel} yang digunakan atau variabel minat sebesar $0,932 < 1,985$ dan nilai $p-value$ atau $sig.$ variabel minat sebesar 0,409 atau lebih besar dari 0,05 ($0,409 > 0,05$) sehingga berdasarkan data tersebut dapat disimpulkan bahwa variabel minat tidak berpengaruh secara parsial.

2) Uji F (Pengujian Secara Stimulan)

Uji F juga dikenal sebagai pengujian secara simultan, adalah sebuah uji statistik yang digunakan untuk menguji apakah ada pengaruh secara

keseluruhan dari variabel independen dalam suatu model regresi.

Berikut hasil uji F pada penelitian ini,

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	171.867	2	80.963	15.813	.000 ^b
	Residual	434.943	59	5.342		
	Total	606.810	61			

Berdasarkan tabel uji F tersebut menunjukkan bahwa nilai F_{hitung} sebesar 18,916 dan apabila nilai F_{tabel} yang digunakan dalam penelitian ini sebesar 3,09 maka nilai F_{hitung} model tersebut lebih besar dari nilai F_{tabel} yang digunakan atau $18,916 > 3,09$ kemudian nilai *p-value* atau sig. sebesar 0,000 atau lebih kecil dari 0,05 ($0,000 < 0,05$) sehingga berdasarkan data tersebut dapat disimpulkan bahwa variabel persepsi dan minat berpengaruh signifikan secara simultan.

3) Uji Koefisien Determinan (R^2)

Uji koefisien determinasi (R^2) adalah sebuah metrik yang digunakan dalam Analisis Regresi untuk mengukur seberapa baik model regresi cocok dengan data yang diamati. Koefisien determinasi menggambarkan seberapa besar variasi variabel dependen (Y) dapat dijelaskan oleh variabel independen (X) dalam model regresi. Berikut hasil uji koefisien determinasi (R^2) pada penelitian ini,

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.986 ^a	.896	.630	1.006

Predictors: (Constant), Minat, Persepsi

Berdasarkan tabel tersebut menunjukkan nilai *R Square* (R^2) adalah 0,896 atau 89,6%, yang berarti besar pengaruh variabel persepsi dan minat secara simultan sebesar 89,6%



IAIN PALOPO

6. Pembahasan

Hasil penelitian ini sesuai dengan pendapat Nugroho (dalam Yuniarti) menyatakan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi persepsi salah satunya adalah minat. Minat yaitu faktor yang membedakan penilaian seseorang terhadap suatu hal atau objek tertentu, yang mendasari kesukaan atau ketidaksukaan terhadap objek tersebut. Selain faktor yang mempengaruhi persepsi, ada pula faktor yang mempengaruhi minat. Sebelum adanya keinginan atau minat, konsumen mencari atau mengumpulkan informasi sebanyak mungkin tentang produk yang diinginkannya. Sumber informasi yang digunakan yaitu persepsi individual dari tampilan fisik dan sumber informasi luar seperti persepsi konsumen lain. Baik dari segi faktor yang mempengaruhi persepsi ataupun faktor yang mempengaruhi minat, keduanya sama-sama menunjukkan keterkaitannya antara satu sama lain. Berdasarkan hasil kuesioner yang telah dijawab oleh beberapa responden, dapat disimpulkan bahwa semakin banyaknya persepsi yang positif dari masyarakat, maka semakin besar pula minat masyarakat untuk menabung di bank syariah.

IAIN PALOPO

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil kuisioner diatas, seluruh item pertanyaan pada angket baik dari persepsi maupun minat dapat disimpulkan bahwasannya pada penelitian ini menggunakan 61 warga sebagai responden dan seluruh item kuisioner pada angket berstatus valid secara keseluruhan.

Berdasarkan hasil uji yang tampak pada tabel diatas, dapat disimpulkan bahwa minat menabung dipengaruhi oleh persepsi. Sedangkan sisanya dipengaruhi oleh faktor lain diluar persamaan tersebut. Ini artinya persepsi merupakan salah satu yang mempengaruhi minat menabung masyarakat di bank syariah, persepsi memiliki pengaruh penting terhadap minat menabung di Bank Syariah yang pada kenyataannya dalam penelitian ini faktor persepsi sangat memiliki pengaruh yang penting pada minat menabung masyarakat.

B. Saran

Peneliti menyadari masih banyak kekurangan di dalamnya, untuk itu peneliti memberikan beberapa saran untuk bahan pertimbangan sebagai penyempurnaan penelitian selanjutnya yang terkait dengan penelitian serupa

IAIN PALOPO

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah Thamri, Francis tandri. 2017, *Bank Dan Lembaga Keuangan*, (cet.4, Jakarta:Rajawali Pers 2017).
- Amelia Handayani. 2020, “*Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi persepsi masyarakat kecamatan binjai selatan kota binjai pada penggunaan produk tabungan bank syariah*”
- Fajar Budiman, ‘*Minat Belajar Minat*’, *Minat*, 3. No 5 (2011), <http://jurnal.uinsu.ac.id/index.php/tawassuth/articel/7895/6904>>.
- Fitri dan Nanda, “Persepsi Mahasiswa Terhadap Pelayanan Perpustakaan Universitas Trunojoyo Madura,” *Kompetensi* Vol. 12, No. 2/Oktober 2018, 214.
- Hermansyah. 2020. *Hukum Perbankan Nasional Indonesia*. Jakarta: Kencana
- Hutomo Rusdianto and Chanafi Ibrahim.2017, “*Pengaruh Produk Bank Syariah Terhadap Minat Menabung Dengan Persepsi Masyarakat Sebagai Variabel Moderating Di Pati,*”, *Equilibrium: Jurnal Ekonomi Syariah*, 4.1 (2017),43
- Intan Lilis Sugiarti, *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Pada Produk Tabungan Bank Syariah* (2020)
- Ismail. 2017. *Manajemen Perbankan: Dari Teori Menuju Aplikasi*. Jakarta: KENCANA.
- Laksana, G. B., Astuti, E. S., & Dewantara, R. Y. (2015). Pengaruh Persepsi Kemanfaatan, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Resiko Dan Persepsi Kesesuaian Terhadap Minat Menggunakan Mobile banking (Studi Pada Nasabah Bank Rakyat Indonesia (BRI) Kantor Cabang Rembang, Jawa Tengah). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 26(2), 1–8.
- M Nur Rianto A Arif, 2010. *Konsep Dasar Riset Pemasaran & Perilaku Nasabah*, cet.1 Yogyakarta:CAPS
- Muzayyanah Jabani, “Strategi Bersaing BSI Berpengaruh Terhadap Keputusan Pembelian Nasabah Bank Konvensional di Indonesia”, *international journal of artificial intelligence research*, 6. 1 (2021), kemendikbud.go.id.
- Rafy Sapuri, *Psikologi Islam*, (Jakarta : Rajawali Press, 2009), h.294.
- Sulpiani Sultan. 2021, ” *Faktor-faktor yang mempengaruhi minat Nasabah memilih tabungan simpatik Pada bank syariah Indonesia*”
- Sumartik. Dan Misti, H. 2018 *Buku Ajar Manajemen Perbankan* (edisi pertama). Sidoarjo: UMSIDA PRESS.
- Utari Ayuningsih, *Pengaruh Presepsi Masyarakat Tentang Bank Syariah Indonesia Kota Pekanbaru Terhadap Minat Menabung Masyarakat Pekanbaru* (2022)

V. Wiratna Sujarweni, *Metodologi Penelitian Bisnis Dan Ekonomi Pendekatan Kuantitatif* (Yogyakarta: Pustaka Baru Press, 2018), 110.

V. Wiratna Sujarweni, *Metodologi Penelitian Bisnis Dan Ekonomi Pendekatan Kuantitatif* 106–107.

Yusmad Muhammad Arafat. 2018, *Aspek Hukum Perbankan Syariah Dan Teori Kepraktik, Edisi 1* (Yogyakarta:CV BUDI UTAMA,2018).



IAIN PALOPO

L

A

M

P

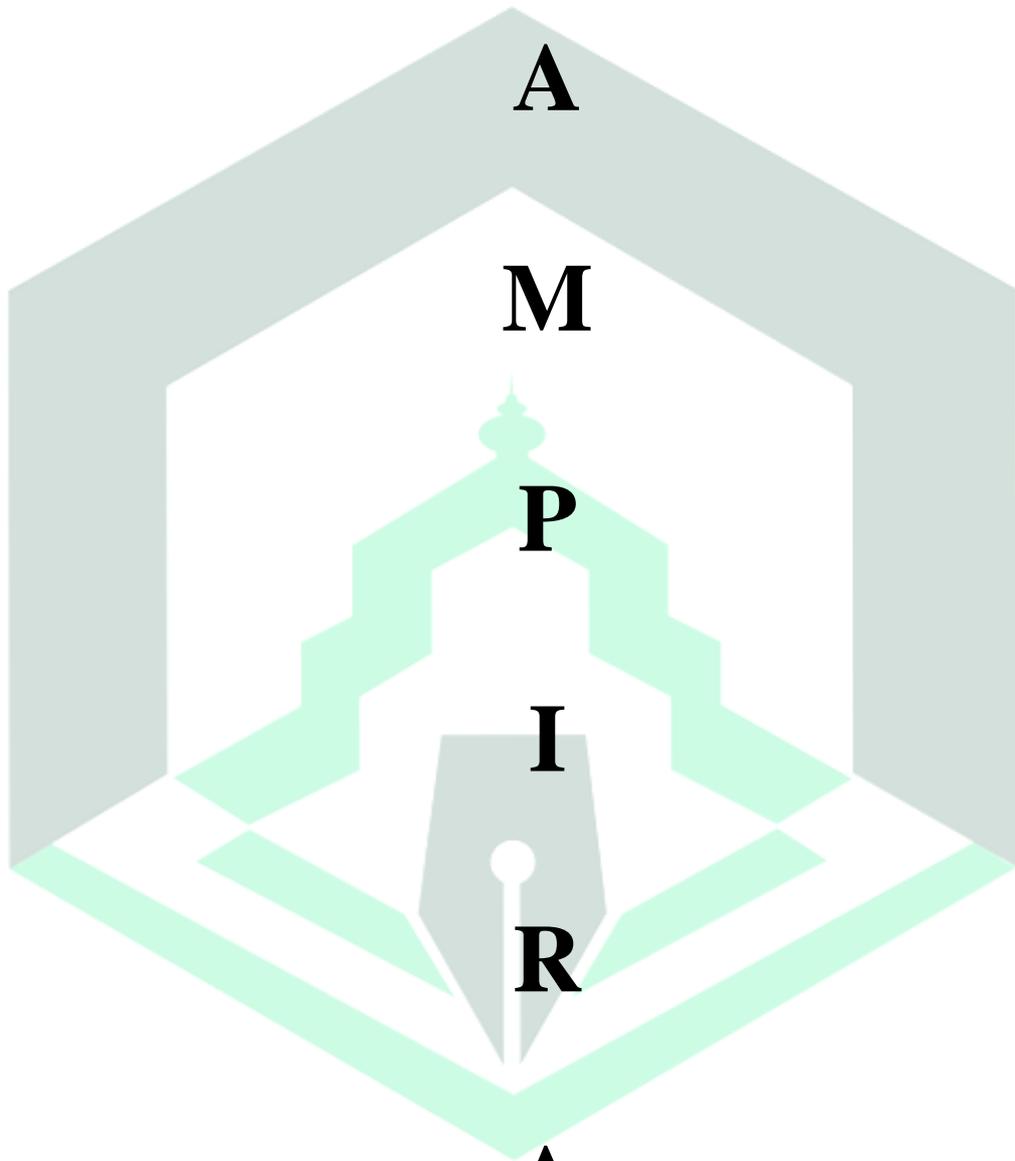
I

R

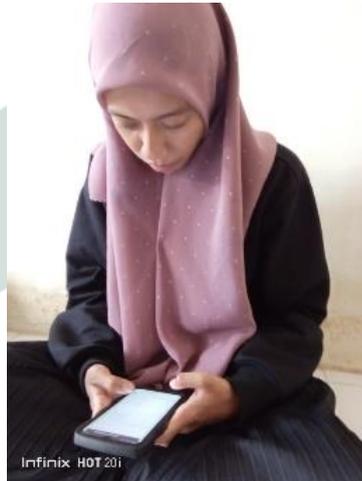
A

IAIN PALOPO

N



Lampiran 1 : Dokumentasi pengisian kuisioner



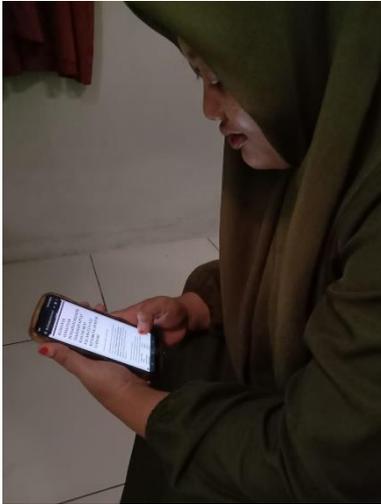
IAIN PALOPO

Dokumentasi pengisian kuisisioner



IAIN PALOPO

Dokumentasi pengisian kuisisioner



IAIN PALOPO

Ilham, S.Ag., MA

NOTA DINAS PEMBIMBING

Lamp. :

Hal : skripsi an. Aril Hidayat

Yth. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Di

Palopo

Assalamu 'alaikum wr. wb.

Setelah melakukan bimbingan, baik dari segi isi, bahasa maupun teknik penulisan terhadap naskah skripsi mahasiswa di bawah ini:

Nama : Aril Hidayat

NIM : 19 0402 0100

Program Studi : Perbankan Syariah

Judul Skripsi : Pengaruh Persepsi Terhadap Minat Masyarakat Kecamatan Suli Menabung di Bank Syariah

menyatakan bahwa skripsi tersebut sudah memenuhi syarat-syarat akademik dan layak diajukan untuk diujikan pada ujian *munaqasyah*.

Demikian dilanjutkan untuk proses selanjutnya.

wassalamu 'alaikum wr. wb.

Pembimbing



Ilham, S.Ag., MA

Tanggal:

Hendra Safri, SE., M.M.
Hamida, SE.Sy., ME.Sy.
Ilham, S.Ag., MA.

NOTA DINAS TIM PENGUJI

Lamp. :

Hal : skripsi an. Aril Hidayat

Yth. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Di

Palopo

Assalamu 'alaikum wr. wb.

Setelah menelaah naskah perbaikan berdasarkan seminar hasil penelitian terdahulu, baik dari segi isi, bahasa maupun teknik penulisan terhadap naskah skripsi mahasiswa di bawah ini:

Nama : Aril Hidayat
NIM : 19 0402 0100
Program Studi : Perbankan Syariah
Judul Skripsi : Pengaruh Persepsi Terhadap Minat Masyarakat Kecamatan Suli Menabung di Bank Syariah

maka naskah skripsi tersebut dinyatakan sudah memenuhi syarat-syarat akademik dan layak diajukan untuk diujikan pada ujian *munaqasyah*.

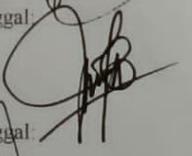
Demikian disampaikan untuk proses selanjutnya.

wassalamu 'alaikum wr. wb.

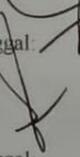
1. Hendra Safri, SE., M.M.
Penguji I

()
tanggal:

2. Hamida, SE.Sy., ME.Sy.
Penguji II

()
tanggal:

3. Ilham, S.Ag., MA.
Pembimbing I/Penguji

()
tanggal:

HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING

Pengaruh Persepsi Terhadap Minat Masyarakat Kecamatan Suli Menabung di
Bank Syariah yang ditulis oleh :

Nama : Aril Hidayat
NIM : 19 0402 0146
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Program Studi : Perbankan Syariah

menyatakan bahwa skripsi tersebut telah memenuhi syarat-syarat akademik dan layak untuk diajukan pada ujian *munaqsyah*.

Demikian persetujuan ini dibuat untuk proses selanjutnya.

Pembimbing



Ilham, S.Ag., MA.

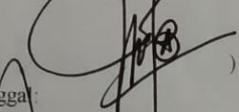
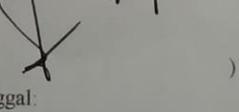
Tanggal:

IAIN PALOPO

HALAMAN PERSETUJUAN TIM PENGUJI

Skripsi berjudul Pengaruh Persepsi Terhadap Minat Masyarakat Kecamatan Suli Menabung di Bank Syariah Palopo yang ditulis oleh Aril Hidayat Nomor Induk Mahasiswa (NIM) 1904020100, mahasiswa Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Palopo, yang telah diujikan dalam seminar hasil penelitian pada hari Selasa, tanggal 16 Januari 2024 bertepatan dengan 6 Rajab 1445 H telah diperbaiki sesuai catatan dan permintaan Tim Penguji, dan dinyatakan layak untuk diajukan pada sidang ujian *munaqasyah*.

TIM PENGUJI

1. Dr. Hj. Anita Marwing, S.HI., M.HI.
Ketua Sidang/Penguji ()
tanggal: _____
2. Dr. Fasiha, M.El.
Sekretaris Sidang/Penguji ()
tanggal: _____
3. Hendra Safri, SE., M.M.
Penguji I ()
tanggal: _____
4. Hamida, SE.Sy., ME.Sy.
Penguji II ()
tanggal: _____
5. Ilham, S.Ag., MA.
Pembimbing I/Penguji ()
tanggal: _____

**TIM VERIFIKASI NASKAH SKRIPSI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM IAIN PALOPO**

NOTA DINAS

Lamp : 1 (Satu) Skripsi
Hal : Skripsi an. Aril Hidayat

Yth Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Di

Palopo

Assalamu 'alaikum wr.wb

Tim Verifikasi Naskah Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Palopo setelah menelaah naskah skripsi sebagai berikut:

Nama : Aril Hidayat
NIM : 19 0402 0100
Program Studi : Perbankan Syariah
Judul Skripsi : Pengaruh Persepsi Terhadap Minat Masyarakat Kecamatan Suli Menabung di Bank Syariah

Menyatakan bahwa penulisan naskah skripsi tersebut.

1. Telah memenuhi ketentuan sebagaimana dalam *Buku Pedoman Penulisan Skripsi, Tesis, dan Artikel Ilmiah* yang berlaku pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Palopo.
2. Telah sesuai dengan kaidah tata bahasa sebagaimana diatur Dalam Pedoman Umum Ejaan Bahasa Indonesia.

Demikian disampaikan untuk proses selanjutnya.

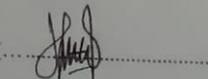
Wassalamu 'alaikum wr. Wb

Tim Verifikasi

1. Mursyid, S.Pd., M.M.
Tanggal:


(.....)

2. Nining Angraini
Tanggal:


(.....)

Lampiran 2 : Riwayat Hidup



RIWAYAT HIDUP

Aril Hidayat, lahir di Cimpu pada tanggal 01 Oktober 2001 merupakan anak pertama dari dua bersaudara dari pasangan seorang ayah bernama Saipul dan ibu bernama Nirwana. Saat ini penulis bertempat tinggal di desa Malela kecamatan Suli. Pendidikan Dasar penulis diselesaikan pada tahun 2008 di RA malela kemudian ditahun yang sama penulis menempuh pendidikan di MIN 03 Malela, pada saat menempuh pendidikan di MIN penulis aktif mengikuti ekstrakurikuler olahraga hingga tahun 2013 kemudian ditahun yang sama penulis menempuh pendidikan di Mts Al-Zakiah Malela hingga tahun 2016. Pada saat yang sama menempuh pendidikan di SMP penulis juga aktif dalam kegiatan ekstrakurikuler olahraga. Setelah lulus MAN pada tahun 2019 penulis melanjutkan pendidikan yang ditekuni yaitu di Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam di Institut Agama Islam Negeri IAIN Palopo

IAIN PALOPO