

PENGARUH PERSEPSI BAGI HASIL DAN PERSEPSI PENGETAHUAN TERHADAP MINAT MENABUNG DI BANK SYARIAH

Ana Rohana*

Sekolah Tinggi Ekonomi Islam SEBI, Depok

 *anarohanasukses@gmail.com

Abstract

The purpose of this study was to find out what factors influence the perception of the people of South Tangerang City towards the interest in saving at Islamic Commercial Banks and the factors that influence the perception of the people of South Tangerang City about the interest in saving at Islamic Commercial Banks. This study uses a quantitative approach. The data used are primary data obtained by distributing questionnaires to the people of Pamulang District and also using secondary data. Samples were taken as many as 101 respondents with incidental sampling technique. The data is then processed using SPSS Version 28. This analysis includes Reliability Test, Validity Test, Classical Assumption Test, Multiple Linear Regression Analysis. Statistical test through t-test and F-test. The results of the analysis show that partially perceived knowledge and perceived knowledge have a positive and significant effect on the intention to save in Islamic banks.

Keywords: *Perception of Profit Sharing, Perception of Knowledge, Interest in Saving*

ARTICLE INFO

Article history:

Received

November 23,
2022

Revised

Januari 25, 2023

Accepted

Januari 27, 2023

This is an open access article under the CC BY SA license

<https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/>



PENDAHULUAN

Perbankan di Indonesia sekarang semakin diramaikan adanya Bank Syariah yang memperlihatkan produk keuangan dan investasi menggunakan cara yg berbeda dibanding Bank Konvensional yang sudah usang. Hadirnya bank syariah di tengah perbankan konvensional adalah untuk menyampaikan sistem perbankan dengan cara lain, bagi umat Islam yang membutuhkan atau ingin memperoleh layanan perbankan tanpa harus melanggar riba. Sebagaimana dikemukakan oleh para ekonom muslim, ada dua alasan utama yang melatarbelakangi berdirinya bank syariah, yaitu: (1) adanya pandangan bahwa bunga pada bank konvensional haram hukumnya karena termasuk dalam kategori riba yang tidak dapat ditawar. dipercaya, tidak hanya pada keyakinan Islam tetapi juga pada keyakinan agama ilahi lainnya; (2) dari aspek ekonomi, penyerahan risiko usaha kepada salah satu pihak dinilai melanggar asas keadilan dan dapat menimbulkan rasa mementingkan diri sendiri. dalam jangka panjang sistem perbankan konvensional akan mengakibatkan penumpukan kekayaan pada segelintir orang yang memiliki modal besar.

Meskipun bank syariah masih dianggap pendatang baru, bank syariah berkembang relatif pesat. Hal itu dapat dimaklumi karena status Indonesia menjadi negara muslim terbesar pada masa sekarang sebagai akibatnya perbankan yang menggunakan hukum serta asas Islam akan lebih diminati. (Marimin, A., & Romdhoni, A. H, 2017) Setiap lembaga keuangan syariah mempunyai falsafah mencari keridhoan Allah buat memperoleh kebajikan pada dunia dan akhirat. oleh sebab itu, setiap aktivitas lembaga keuangan yang dikhawatirkan menyimpang dari tuntunan kepercayaan wajib dihindari yaitu menggunakan cara menjauhkan diri dari unsur riba dan menerapkan sistem bagi hasil yang akan terjadi dalam perdagangan, yang mengacu di Al-Qur'an surah Al Baqarah ayat

275 serta An Nisa ayat 29, Maka setiap transaksi kelembagaan syariah harus dilandasi atas dasar sistem bagi hasil yang akan terjadi dan perdagangan atau transaksinya didasari adanya pertukaran antara uang menggunakan barang. Akibatnya di kegiatan muamalah berlaku prinsip ada barang/jasa uang menggunakan barang, sehingga akan mendorong produksi barang/jasa, mendorong kelancaran arus barang/jasa, bisa dihindari adanya penyalahgunaan kredit, spekulasi serta inflasi.(Imran, I., & Hendrawan, B, 2018) Sistem bagi hasil juga sebagai prinsip dalam pembiayaan pada bank syariah.(Aan Suhendri dan Ahmad Mukhlisin, 2018)

Pada saat ini, dalil Bank Syariah tidak lepas dari pemahaman yang akurat dan jelas tentang bunga bank dan riba, baik dari segi pemahaman maupun penerapan dan implikasinya. Seorang muslim yang sudah pasti taat pada ajaran agamanya pasti akan mengikuti petunjuk yang diberikan oleh Allah SWT melalui Al-Qur'an dan Al-Hadits. Saat ini, banyak masyarakat Indonesia yang tertarik dengan kinerja bank syariah, karena bank syariah menerapkan ajaran Islam yang terkandung dalam Alquran dan Hadis kepada nasabahnya untuk menghindari riba dan gharar. Banyak orang Indonesia yang mengetahui larangan riba, namun tidak sedikit pula yang tidak mengetahui tentang riba.(Kusnandar, 2018)

Disisi lain, menurut Ketua Dewan Komisiner OJK, Wimboh Santoso, hingga Juli 2020, nilai aset keuangan syariah telah mencapai Rp 1.639,08 triliun, meningkat 20,61% year on year (yoy) dengan pangsa pasar 9,68%. bisa bertahan, disampaikan dalam Webinar di Jakarta, Senin (21/9). Bisnis perbankan syariah kini menjadi tren yang patut dibanggakan.¹ Menurut data OJK Juli 2020, total industri perbankan syariah tumbuh 10 persen per tahun, sedangkan pertumbuhan aset industri perbankan konvensional hanya tumbuh 5,5 persen per tahun. Sehingga dapat dikatakan bahwa pertumbuhan industri perbankan syariah mampu tumbuh lebih dari bank konvensional.

Tak hanya itu, pembiayaan bank syariah juga tercatat tumbuh 10,3 persen lebih baik per tahun dibandingkan pembiayaan bank konvensional yang hanya tumbuh 5,5%. Apalagi, dalam kondisi luar biasa pandemi COVID-19 saat ini, dana pihak ketiga seperti giro, tabungan dan deposito di industri perbankan syariah tumbuh 8,8 persen secara tahunan di tengah pandemi. Di sisi lain, dana pihak ketiga di industri perbankan konvensional tumbuh tipis sebesar 8,5 persen secara tahunan. Dari sini disebutkan bahwa pertumbuhan total aset, pembiayaan, dan dana pihak ketiga di perbankan syariah lebih tinggi daripada konvensional. Hal ini tidak terlepas dari jumlah penduduk Indonesia yang mayoritas beragama Islam yang mencapai 87 persen dari total penduduk.

Sebagian besar umat Islam sering mendengar nada ironis dari bank syariah dan lembaga keuangan syariah lainnya. Misalnya, perbedaan antara bank syariah dan bank konvensional hanyalah kosa kata. Artinya, "bunga" diganti dengan "bagi hasil". Pada umumnya masyarakat hanya memahami bahwa bank syariah adalah bank tanpa bunga dan tidak mengetahui mekanisme "bagi hasil", sehingga banyak yang bertanya apakah mereka dapat menyimpan uang di bank syariah dan mendapatkan bunga.? Di sisi lain, berdasarkan persepsi orang yang bernama bagi hasil, nilainya lebih rendah dari bunga bank.(I. Sholihah, 2015)

Dalam kajian penelitian terdahulu, menurut Eva Yasika Wijayati bahwa dalam penelitiannya yang berjudul Pengaruh Persepsi Pengetahuan Terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah Pada Masyarakat Dukuh Krajan Pulosari Ponorogo, dijelaskan persepsi memiliki pengaruh yang kuat atau signifikan terhadap minat menabung di bank syariah. Selain itu persepsi dan pengetahuan juga memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat menabung di bank syariah.(Wijayati, 2019) Pada penelitian Eva lebih fokus kepada pengetahuan terhadap minat menabung, sedangkan yang penulis lakukan berfokus pada persepsi bagi hasil dan persepsi pengetahuan terhadap minat menabung. Sehingga penelitian ini penting untuk dilakukan, hal ini dikarenakan dalam konteks yang lebih spesifik, perilaku masyarakat (nasabah) terkait bunga simpanan sebenarnya sangat

dipengaruhi dan ditentukan oleh persepsi mereka tentang apa itu bank syariah dan bagaimana perkembangannya. Menganalisis hal ini, dari perspektif keragaman masyarakat, kita dapat dengan mudah menggambarkan fenomena munculnya bank berlabel Syariah. Untuk itu, penelitian ini membahas lebih lanjut melalui analisis variabel-variabel kognitif umum yang diperkirakan akan mempengaruhi minat simpanan bank syariah.

Berdasarkan uraian yang di atas, maka penulis dapat rumuskan hipotesis sebagai berikut :

Pengaruh Persepsi Bagi Hasil Terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah pada Masyarakat Kecamatan Pamulang

Ha1 : Persepsi hasil berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung di bank syariah pada masyarakat Kecamatan Pamulang.

Ho1 : Persepsi bagi hasil tidak berpengaruh terhadap minat menabung di bank syariah pada masyarakat Kecamatan Pamulang.

Pengaruh Persepsi Pengetahuan Terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah pada Masyarakat Kecamatan Pamulang

Ha2 : Persepsi pengetahuan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung di bank syariah pada Masyarakat Kecamatan Pamulang.

Ho2 : Persepsi Pengetahuan tidak berpengaruh terhadap minat menabung di bank syariah pada masyarakat Kecamatan Pamulang.

Pengaruh Persepsi Bagi Hasil dan Persepsi Pengetahuan secara Bersama-sama Terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah pada Masyarakat Kecamatan Pamulang

Ha1 : Persepsi bagi hasil dan Persepsi Pengetahuan secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung di bank syariah pada masyarakat Kecamatan Pamulang.

Ho1 : Persepsi bagi hasil dan Persepsi Pengetahuan secara bersama-sama tidak berpengaruh terhadap minat menabung di bank syariah pada masyarakat Kecamatan Pamulang

KAJIAN PUSTAKA

A. Persepsi Tentang Bagi Hasil

Persepsi sistem bagi hasil adalah persepsi masyarakat bahwa sistem bagi hasil ini lebih sesuai dengan prinsip syariah, lebih menguntungkan dan telah memenuhi rasa keadilan bagi semua pihak. Menurut Imaniati (2010), sistem bagi hasil adalah suatu sistem yang mencakup tata cara pembagian hasil usaha antara penyedia dana dan pengelola dana. Pembagian hasil usaha ini dapat terjadi antara bank dengan penyimpan dana atau antara bank dengan nasabah penerima dana. Bentuk produk berdasarkan prinsip ini adalah mudharabah dan musyarakah. Bank syariah adalah bank yang memberikan pelayanan kepada nasabah dengan bebas bunga (*interest free banking*) tetapi menerapkan sistem bagi hasil. (Imran, I., & Hendrawan, B, 2018) Bagi hasil biasa disebut juga dengan nisbah keuntungan. (Ainul Hikmah dan Nahariah, 2019)

Mekanisme perhitungan bagi hasil dapat dilakukan dengan dua metode, yaitu: 1) *Profit Sharing* (Bagi Laba) merupakan perhitungan bagi hasil didasarkan pada hasil bersih dari total pendapatan setelah dikurangi dengan biaya-biaya yang disalurkan untuk memperoleh pendapatan. Pada perbankan syariah, istilah yang sering dipakai *profit and loss sharing*, dimana hal ini dapat diartikan sebagai pembagian antara untung dan rugi dari pendapatan yang diterima atas hasil usaha yang telah dilakukan. 2) *Revenue Sharing* (Bagi Pendapatan) merupakan besaran yang mengacu pada perkalian antara jumlah *out put* yang dihasilkan dari kegiatan produksi dikalikan dengan harga barang atau jasa dari suatu produksi. (Prasetyo, 2019)

Dalam penerapan sistem bagi hasil di bank syariah ini digunakan nisbah bagi hasil. Rasio bagi hasil merupakan faktor yang cukup penting dalam menentukan bagi hasil pada bank syariah. Hal ini dikarenakan aspek nisbah bagi hasil merupakan aspek yang disepakati bersama antara kedua pihak yang melakukan transaksi. Untuk menentukan nisbah bagi

hasil perlu memperhatikan aspek-aspek seperti: data usaha, kemampuan mengangsur, hasil usaha yang dijalankan. Setiap pihak yang bekerjasama dalam sistem bagi hasil akan ikut mengalami kerugian dan keuntungan. Hal semacam ini menunjukkan keadilan dalam penjualan pendapatan.(A. Rahmawaty, 2014)

B. Persepsi Tentang Pengetahuan Nasabah Mengenai Bank Syariah

Persepsi tentang produk bank syari'ah adalah tingkat pengetahuan dan pemahaman masyarakat tentang produk dan jasa bank syari'ah. Sebagaimana telah dikemukakan oleh beberapa pakar ekonom muslim bahwa salah satu kendala bagi pengembangan bank syari'ah adalah rendahnya pemahaman masyarakat terhadap produk dan operasional bank syari'ah. Untuk itu, perlu adanya penelitian seberapa besar pemahaman masyarakat tentang produk dan jasa bank syari'ah. Persepsi tentang pemahaman terhadap produk dan jasa bank syari'ah akan mempengaruhi perilaku masyarakat dalam berinvestasi dan mengambil dana dari bank syari'ah.(A. Rahmawaty, 2014)

Pengetahuan konsumen tentang bank syariah dapat menjadi pertimbangan konsumen untuk memilih antara bank konvensional dan bank syariah. Jika pemasar berhasil menyampaikan pengetahuan yang jelas tentang perbankan syariah, maka konsumen dapat mempertimbangkan untuk memilih layanan perbankan syariah. Perbankan syariah akan kembali meningkat pertumbuhannya jika permintaan dan antusiasme masyarakat tinggi karena faktor peningkatan pemahaman dan pengetahuan tentang perbankan syariah, disamping faktor pendukung lainnya.

Engel, blackwell, serta Miniard pada Sumarwan (2016:148) membagi pengetahuan konsumen ke pada 3 macam:

1. Pengetahuan Produk
Pengetahuan produk yaitu deretan banyak sekali informasi wacana produk. Pengetahuan ini meliputi kategori produk, merek, terminology produk, atribut atau fitur produk, harga produk dan agama wacana produk.
2. Pengetahuan Pembelian
Berbagai macam informasi diberikan oleh konsumen untuk memperoleh suatu produk. Pengetahuan pembelian terdiri dari pengetahuan tentang di mana membeli produk kapan harus membeli produk.
3. Pengetahuan Pemakaian
Suatu produk akan memberikan manfaat bagi konsumen apabila produk tersebut telah digunakan atau dikonsumsi oleh konsumen. agar produk mampu memberikan manfaat yang maksimal dan kepuasan yang tinggi kepada konsumen, maka harus dapat menggunakan atau mengkonsumsi produk tersebut dengan baik.

C. Minat Menabung

Minat menabung adalah situasi seseorang sebelum melakukan tindakan sebagai respon terhadap keinginan nasabah untuk melakukan pencarian informasi pada produk tertentu atau kecenderungan nasabah untuk memilih suatu produk tabungan yang nasabah rasa cocok sehingga seseorang yang memiliki minat akan memperhatikan produk itu.(Y. Putri, et.al, 2019) Adapun faktor-faktor yang dapat mempengaruhi minat menabung diantaranya sebagai berikut:

1. Religi
Religiusitas adalah kedalaman seseorang dalam meyakini suatu agama dengan disertai tingkat pengetahuan terhadap agamanya yang diwujudkan dalam pengamalan nilai-nilai agama yakni dengan mematuhi aturan dan menjalankan kewajiban dengan keikhlasan hati dalam kehidupan sehari-hari yang berkaitan dengan ibadah.(Wahyuni, 2017)
2. Pendapatan
Semakin tinggi pendapatan maka hasrat atau keinginan untuk menabung akan semakin tinggi. Sebaliknya, jika pendapatan menurun maka keinginan atau peluang

untuk bisa menabung akan semakin rendah. Sehingga pendapatan berpengaruh positif dengan intensi menabung.(Wahyuni, 2017)

3. Informasi Produk Bank Syariah

Informasi merupakan hasil dari komunikasi, baik komunikasi langsung maupun tidak langsung. Dengan adanya informasi, berarti seseorang semakin mengenal suatu objek. Informasi juga dapat membangkitkan minat seseorang untuk mengonsumsi suatu produk. Seseorang yang aktif mencari informasi tentang suatu produk, biasanya mempunyai minat yang lebih tinggi terhadap produk tersebut dari pada orang yang pasif mencari informasi.

4. Lokasi

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

5. Promosi

Dengan kegiatan promosi yang dilakukan, perusahaan akan berusaha untuk membujuk calon pembeli dan langganan untuk melakukan pembelian atas produk yang dipasarkan, dalam hal ini perusahaan melakukan komunikasi dengan para konsumen.

6. Kualitas Pelayanan bagi Nasabah

Kualitas pelayanan yang bermutu dan memuaskan adalah sangat penting. Menurut Royne dalam Suryani menyatakan bahwa kualitas pelayanan menjadi komponen utama suatu perusahaan karena produk-produk utama bank yaitu kredit merupakan suatu penawaran yang tidak berbeda dengan yang lainnya dan pelayanan bank juga mudah ditiru.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, artinya pendekatan penelitian yang menggunakan analisis data numerik atau angka (Bawono, 2006). Data yang digunakan dalam penelitian ini merupakan data primer yang didapat dengan melakukan survei di Kecamatan Pamulang menggunakan kuesioner dan data sekunder yang didapat dari studi literatur, jurnal, buku, internet. Dalam penelitian ini yang menjadi Populasi adalah Masyarakat Kecamatan Pamulang dengan berjumlah 305.563 Penduduk. Sampel penelitian ini adalah sejumlah responden Masyarakat Kecamatan Pamulang dengan metode *purposive sampling*, metode ini hanya menggunakan perkiraan minimal ukuran sampel yang secara umum mencapai syarat kecukupan mewakili seluruh unit dan populasi penelitian. Dimana ukuran minimum sampel yang dapat diterima berdasarkan desain kausal komparatif minimal 30 sampel dari keseluruhan populasi.(Suharso, 2009) Pada penelitian ini sampel yang diambil 101 sampel dari 305.563 dari total Populasi Kecamatan Pamulang.

Penelitian ini menggunakan kuesioner. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pernyataan tertulis kepada responden untuk di jawabnya.(Sugiyono, 2018) Kuesioner yang digunakan oleh peneliti sebagai instrumen penelitian, metode yang digunakan adalah kuesioner tertutup. Instrumen kuesioner harus diukur validitas dan reliabel. Instrumen yang valid berarti instrumen tersebut dapat dipergunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur, sedangkan instrumen yang reliabel adalah instrumen yang apabila digunakan beberapa kali untuk mengukur objek yang sama akan menghasilkan data yang sama pula. Instrumen yang digunakan untuk mengukur variabel penelitian ini dengan menggunakan skala likert 5 poin.(Bambang Prasetyo dan Lina Miftahul Jannah, 2006)

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Analisis Uji Kualitas Kuesioner

1. Uji Validitas

Untuk mengolah uji validitas penulis menggunakan korelasi *Product Moment* dengan bantuan program *Software IBM SPSS (Statistical Program for Social Science) versi 28.00 for windows* yaitu dengan mengkorelasikan skor item dengan skor total sehingga diperoleh nilai *r hitung* kemudian dibandingkan dengan *rtabel*. Jika nilai *rhitung* lebih besar dari *rtabel* dan nilai *r* positif, maka butir pernyataan dikatakan valid. Nilai *rtabel* untuk 101 responden dengan taraf kesalahan 5% sebesar 0,1937. Untuk mengolah uji validitas penulis menggunakan perhitungan statistik dengan *Software IBM SPSS (Statistical Program for Social Science) versi 28.00 for windows* di peroleh nilai *r hitung* lebih besar dari *rtabel* dan nilai *r* positif, maka butir pernyataan dikatakan valid. Nilai *rtabel* untuk 101 responden dengan taraf kesalahan 5% sebesar 0,194 (pembulatan dari 0.1937). Adapun hasil uji validitas dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 1 Uji Validitas Variabel Persepsi Bagi Hasil (X1)

No	Pernyataan	Nilai r hitung	Nilai r tabel	Keterangan
1	Kuesioner1	0,747**	0,194	Valid
2	Kuesioner2	0,781**	0,194	Valid
3	Kuesioner3	0,616**	0,194	Valid
4	Kuesioner4	0,745**	0,194	Valid

Sumber: Data Primer yang telah diolah (2021)

Tabel 2 Uji Validitas Variabel Persepsi Pengetahuan (X2)

No	Pernyataan	Nilai r hitung	Nilai r tabel	Keterangan
1	Kuesioner1	0,810**	0,194	Valid
2	Kuesioner2	0,834**	0,194	Valid
3	Kuesioner3	0,775**	0,194	Valid
4	Kuesioner4	0,401**	0,194	Valid

Sumber: Data Primer yang telah diolah (2021)

Tabel 3 Uji Validitas Variabel Minat Menabung (Y)

No	Pernyataan	Nilai r hitung	Nilai r tabel	Keterangan
1	Kuesioner1	0,751**	0,194	Valid
2	Kuesioner2	0,836**	0,194	Valid
3	Kuesioner3	0,730**	0,194	Valid
4	Kuesioner4	0,793**	0,194	Valid

Sumber: Data Primer yang telah diolah (2021)

Berdasarkan hasil uji validitas diatas di ketahui semua butir pernyataan dalam variabel Persepsi Bagi Hasil, Persepsi Pengetahuan dan Minat Menabung di peroleh nilai *rhitung* lebih besar dari *rtabel* dan nilai *r* positif, maka seluruh butir pernyataan di katakan valid.

Suatu kuesioner di katakan reliabel atau handal jika jawaban responden terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu.(Ghozali, 2011) Uji reliabilitas adalah tingkat kestabilan suatu alat pengukur dalam mengukur suatu gejala/kejadian.

Nilai *r* positif Jika nilai *Cronbach Alpha* > lebih besar dari *rtabel*, maka butir pernyataan dikatakan reliabel. Adapun nilai *rtabel* untuk 101 responden dengan taraf kesalahan 5% sebesar 0,194.

Adapun hasil uji reliabilitas untuk semua variabel dalam penelitian ini dapat dilihat seperti tabel berikut:

Tabel 4 Uji Reliabilitas

No	Variabel	Cronbach's Alfa	Nilai r tabel	Keterangan
1	Persepsi Bagi Hasil	0,671	0,192	Reliabel
2	Persepsi Pengetahuan	0,654	0,192	Reliabel
3	Minat Menabung	0,765	0,192	Reliabel

Sumber: Data Primer yang telah diolah (2021)

Berdasarkan hasil uji reliabilitas di atas di ketahui semua variabel di peroleh nilai Cronbach's Alfa lebih besar dari nilai *rtabel* dan nilai *r* positif, maka seluruh butir pernyataan dalam ketiga variabel di katakan reliabel.

2. Uji Asumsi Klasik Uji Normalitas

Uji Normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel dependen dan independen keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak. Untuk $N > 30$ umumnya data-data yang diperoleh pada penelitian kuantitatif akan di uji dengan uji normalitas Parametrik atau biasa di kenal dengan Uji Normal P-P Plot atau Uji Normalitas Regresi.

Dalam menentukan apakah suatu model berdistribusi normal atau tidak hanya dengan melihat histogram residu apakah memiliki bentuk seperti lonceng atau tidak cara ini menjadi fatal karena pengambilan keputusan data berdistribusi normal atau tidak hanya berpatok pada pengamatan gambar saja, sedangkan cara lain untuk menentukan normal apa tidak dengan melihat data dan memperhatikan *normal probability plot* pada *scatter plot* berdistribusi normal.

3. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi terjadi ketidaksamaan varians dari residual atau dari satu pengamatan satu ke pengamatan yang lain.(Ghozali, 2011) Jika varians dari residu atau dari satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap, maka disebut *homokedastisitas*. Dan jika varians berbeda maka disebut *heteroskedastisitas*. Salah satu cara untuk mendeteksi heteroskedastisitas adalah dengan menggunakan Uji Heteroskedastisitas yang akan menampilkan *Scatterplot*/grafik plot yang dapat dilihat atau terdeteksi ada atau tidaknya pola tertentu pada grafik plot tersebut. Bila ada pola tertentu ini berarti telah terjadi heteroskedastisitas pada data terkait.

4. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas pada penelitian di lakukan dengan matriks korelasi. Pengujian ada tidaknya gejala multikolinearitas di lakukan dengan memperhatikan nilai matriks korelasi yang di hasilkan pada saat pengolahan data serta nilai *VIF (Variance Inflation Factor)* dan *Tolerance*-nya sebagai berikut:

- a. Jika nilai tolerance tidak mendekati angka 1 dan nilai VIF diatas 10, maka model regresi tersebut terdapat problem multikolinearitas.
- b. Jika nilai tolerance mendekati angka 1 dan nilai VIF dibawah 10, maka model regresi tersebut tidak terdapat problem multikolinearitas.

B. Pembahasan Hasil Uji Hipotesis

Dari hasil pengujian hipotesis statistik dan analisis di atas, maka sesuai dengan maksud dalam tujuan pada penelitian ini dapat dipaparkan analisis pengaruh variabel-variabel bebas terhadap variabel terikat, sebagai berikut:

1. Pengaruh Persepsi Bagi Hasil (X1) terhadap Minat Menabung (Y)

Berdasarkan pengolahan data diperoleh Uji t signifikan menghasilkan $t_{hitung} = 5.035 > t_{tabel} = 1.984$, sehingga koefisien korelasi tersebut signifikan. Untuk konteks ini berarti Persepsi Bagi Hasil semakin baik, semakin baik juga Minat Menabung. Didapat juga bahwa nilai R sebesar 0.628 terlihat jelas bahwa nilai 0.628 terletak pada 0,50 sampai 0,75 sehingga korelasinya adalah korelasi kuat. Hasil uji juga menunjukkan nilai *R Square* sebesar 0.394. Hal ini menandakan bahwa Persepsi Bagi Hasil hanya dapat menjelaskan 39,4% variasi variabel Minat Menabung. Sedangkan sisanya, yaitu 60,6% (100% - 39,4%) dijelaskan oleh variabel-variabel lain yang tidak dijelaskan dalam penelitian ini. Hal ini menunjukkan bahwa Persepsi Bagi Hasil memiliki pengaruh dengan korelasi kuat terhadap Minat Menabung, dengan demikian maka H1 diterima.

2. Pengaruh Persepsi Pengetahuan (X2) terhadap Minat Menabung (Y)

Hasil pengolahan data Uji t signifikan menghasilkan $t_{hitung} = 5,721 > t_{tabel} = 1.984$, sehingga koefisien korelasi tersebut signifikan. Untuk konteks ini berarti Persepsi Pengetahuan semakin baik, semakin baik juga Minat Menabung. Didapat juga bahwa nilai R sebesar 0.654 terlihat jelas bahwa nilai 0.654 terletak pada 0,50 sampai 0,75 sehingga korelasinya adalah korelasi kuat. Hasil uji juga menunjukkan nilai *R Square* sebesar 0.428. Hal ini menandakan bahwa Persepsi Pengetahuan hanya dapat menjelaskan 42,8% variasi variabel Minat Menabung. Sedangkan sisanya, yaitu 57,2% (100% - 42,8%) dijelaskan oleh variabel-variabel lain yang tidak dijelaskan dalam penelitian ini. Hal ini menunjukkan bahwa Persepsi Pengetahuan memiliki pengaruh terhadap Minat Menabung, dengan demikian maka H2 diterima.

3. Pengaruh Persepsi Bagi Hasil (X1) dan Persepsi Pengetahuan (X2) secara Bersama-sama terhadap Minat Menabung (Y)

- a. Berdasarkan pengolahan data diperoleh model hubungan pengaruh dalam bentuk persamaan regresi linier berganda : $Y = 1.185 + 0.443X_1 + 0.468X_2 + \epsilon$
- b. Persamaan tersebut memberikan informasi bahwa Konstanta sebesar -1,185 dapat dikatakan bahwa tanpa variabel Persepsi Bagi Hasil (X1) dan Persepsi Pengetahuan (X2), besarnya nilai Minat Menabung (Y) tetap terbentuk sebesar 1,185.
- c. Kemudian hasil analisis korelasi berganda antara Persepsi Bagi Hasil (X1) dan Persepsi Pengetahuan (X2) terhadap Minat Menabung (Y) diperoleh $r_{yx_1x_2} = 0,739$ yang memiliki makna bahwa tingkat pengaruh kedua variabel independen secara simultan terhadap Minat Menabung adalah kuat.
- d. Uji F menghasilkan $F_{hitung} = 58.840 > F_{tabel} = 3,09$ sehingga koefisien korelasi tersebut positif dan signifikan. Untuk konteks ini berarti kedua variabel independen secara simultan semakin baik, semakin baik juga Minat

- Menabung dengan tingkat pengaruh kuat.
- e. Kontribusi kedua variabel independen secara simultan mempengaruhi Minat Menabung sebesar 54,6%, karena nilai koefisien determinasinya (*Adjusted R²*) sebesar 0,546. Hal ini menunjukkan bahwa variabel Persepsi Bagi Hasil (X1) dan Persepsi Pengetahuan (X2) secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Menabung (Y).

KESIMPULAN

Persepsi Bagi Hasil berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung dengan korelasi kuat dan mampu mempengaruhi minat menabung sebesar 39,4%. Artinya Masyarakat Kecamatan Pamulang sangat memahami terkait bank syariah yang berlandaskan Al Qur'an dan As Sunnah dengan menggunakan sistem bagi hasil. Persepsi Pengetahuan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung dan mampu mempengaruhi Minat Menabung sebesar 42,8%. Artinya semakin baik tingkat pengetahuan Masyarakat Kecamatan Pamulang tentang bank syariah maka akan meningkatkan minat menabung pada bank syariah. Secara Bersama-sama, Persepsi Bagi Hasil dan Persepsi Pengetahuan secara bersama-sama memberikan pengaruh terhadap Minat Menabung, dengan dengan korelasi kuat dan signifikan memberi pengaruh sebesar 54,6%, sehingga sisanya sebesar 45,4% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

REFERENSI

- A. Rahmawaty. (2014). Pengaruh Persepsi Tentang Bank Syari'Ah Terhadap Minat Menggunakan Produk Di Bni Syari'Ah Semarang. *Jurnal Addin*, Vol. 8(1).
- Aan Suhendri dan Ahmad Mukhlisin. (2018). Dimensi Ekonomi Islam dalam Sistem Pembiayaan Bank Syariah. *Jurnal Iqtisaduna*, Vol. 4(1).
- Ainul Hikmah dan Nahariah. (2019). Analisis Nisbah Bagi Hasil Pembiayaan Mudharabah Pada Bank Syariah Mandiri KCP Sengkang. *Jurnal Ilmiah Al-Tsarwah*, Vol. 2(2).
- Bambang Prasetyo dan Lina Miftahul Jannah. (2006). *Metode Penelitian Kuantitatif*. PT Raja Grafindo Persada.
- Bawono, A. (2006). *Multivariate Analysis dengan SPSS*. Salatiga Press.
- Ghozali, I. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 19*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- I. Sholihah. (2015). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Persepsi Masyarakat Tentang Perbankan Syariah di Kecamatan Selong Kabupaten Lombok Timur. *Jurnal Education*, Vol. 10(1).
- Imran, I., & Hendrawan, B. (2018). Pengaruh Persepsi Masyarakat Batam Tentang Bank Syariah Terhadap Minat Menggunakan Produk Bank Syariah. *Journal of Applied Business Administration*, Vol. 1(2). <https://doi.org/10.30871/jaba.v1i2.621>
- Kusnandar. (2018). Presepsi masyarakat Tentang Bank Syariah (Studi kasus di kelurahan jatijajar Tapos, Depok Jawa Barat). *Al Mashalih - Journal of Islamic Law*, Vol. 1.
- Marimin, A., & Romdhoni, A. H. (2017). Perkembangan Bank Syariah Di Indonesia. *Jurnal Ekonomi Islam*, Vol. 2(1). <https://doi.org/10.29040/jiei.v1i02.30>
- Prasetyo, A. (2019). *Akuntansi Keuangan Syariah: Teori, Kasus, & Pengantar Menuju Praktik*. Andi.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D* (Cet. 27). Alfabeta.
- Suharso, P. (2009). *Metode Penelitian Kuantitatif untuk Bisnis: Pendekatan Filosofi dan Praktis*. Indeks.
- Wahyuni, S. (2017). Pengaruh persepsi kualitas pelayanan dan bagi hasil terhadap minat masyarakat menjadi nasabah bank Syari'ah. *Jurnal At-Tawassuth*, II.

- Wijayati, E. Y. (2019). *Pengaruh Perspepsi Pengetahuan Terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah Pada Masyarakat Dukuh Krajan Pulosari Ponorogo* [Skripsi]. Institut Agama Islam Negeri Ponorogo.
- Y. Putri, et.al. (2019). Strategi meningkatkan Minat Menabung di Bank Syariah melalui Penerapan Religiusitas. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, Vol. 1(6).