

Persepsi Guru Pondok Pesantren Di Kabupaten Sidenreng Rappang Tentang Perbankan Syariah Terhadap Minat Menabung Pada Bank Syariah

An Ras Try Astuti¹, Wildah Syawaliyah Kasman²

^{1,2}Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Parepare

Email : anrastryastuti@iainpare.ac.id, wildahsyawaliyah@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini mengulas studi empiris tentang perbankan islam dan berkonsentrasi pada persepsi guru pondok pesantren di Kabupaten Sidenreng Rappang dan menyoroiti arah penelitian di masa yang akan datang. Kekhawatiran guru pondok pesantren telah menyebabkan pergeseran paradigma dalam sistem perbankan Syariah. Penelitian selanjutnya berfokus pada penyelidikan empiris tanpa eksplorasi analitis dan teoritis yang ekstensif di tiga pondok pesantren yang berada di Kabupaten Sidenreng Rappang, antara lain; Pondok Pesantren Al Urwatul Wutsqaa, Pondok pesantren DDI As-Salman dan Pondok Pesantren Nurul Azhar Talawe. Studi terbaru fokus pada minat menabung guru pondok pesantren tersebut. Data Kuesioner diolah dengan SPSS versi 16.0 dengan metode One Sample T Test (uji satu sampel), analisis koefisien korelasi, analisis regresi linear sederhana, dan analisis koefisien determinasi. Hasil t-test memperoleh Sig 2 (tailed) $(0,00) < \alpha (0,05)$ maka H_0 ditolak dan H_1 diterima, hasil pengujian menunjukkan adanya hubungan yang positif dan signifikan antara persepsi dengan minat menabung. Dibuktikan hasil nilai r hitung $(0,446) > r$ tabel $(0,334)$ dengan nilai signifikansi $(0,00) < 0,05$ dapat dibuktikan bahwa ada hubungan yang positif dan signifikan antara persepsi dengan minat menabung dengan nilai $0,446$ yang memiliki tingkat korelasi yang sedang. Persepsi berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap minat menabung dengan pengaruh yang lemah yang dapat dibuktikan dengan hasil t hitung $(2,864) > t$ tabel $(2,034)$ dan signifikansinya $(0,00) < 0,05$, artinya H_0 ditolak dan H_1 diterima. Pada pengujian koefisien determinasi yang memperoleh sebesar 20% persepsi guru pondok pesantren tentang perbankan syariah.

Kata kunci : Persepsi, Minat Menabung, Bank Syariah

PENDAHULUAN

Perkembangan bank Syariah di Indonesia menjadi sangat pesat setelah ditetapkannya dasar hukum operasional tentang perbankan melalui UU No.7 Tahun 1992, yang kemudian diubah dalam Undang – Undang No.10 Tahun 1998 yang menegaskan tentang peran otoritas moneter dalam menajmin kelegalan bank Syariah, sehingga memberikan ruang gerak yang lebih luas bagi bank Syariah. Pada tahun yang sama, terjadi krisis moneter yang meruntuhkan perekonomian di Indonesia. Diantara beberapa negara Asia Tenggara yang terdampak, Indonesia menjadi negara yang paling lama melaksanakan proses pemulihannya (*economic recovery*).

Berbeda halnya dengan Bank Syariah, di tengah guncangan ekonomi akibat krisis moneter mampu membuktikan bahwa perbankan Syariah dan unit usaha Syariah dapat bertahan. Pada saat krisis moneter perbankan syariah dan unit usaha syariah mampu membuktikan bahwa perbankan syariah dan unit usaha syariah bisa bertahan. Hal ini dibuktikan dengan pergeseran profit yang tidak signifikan yang disebabkan produk perbankan Syariah dan unit Syariah yang variatif, salah satunya yang mampu bertahan yakni Bank Muamalat Indonesia. Bank syariah memiliki tiga produk yaitu: produk penyaluran dana, produk penghimpunan dana dan produk yang berkaitan dengan jasa yang diberikan bank kepada nasabahnya. Produk-produk dari bank syariah menggunakan prinsip syariah seperti *mudharabah*, *musyarakah*, *murabahah*, *wad'iah*, salam dan istishna.

Indonesia mempunyai berbagai macam lembaga pendidikan, salah satunya adalah Pondok Pesantren. Pondok pesantren merupakan lembaga pendidikan yang berlandaskan tidak hanya pada Undang-undang dan Pancasila, namun juga berlandas pada *Al-qur'an* dan *hadits*. Pondok pesantren *Al-Urwatul Wutsqaa* merupakan salah satu lembaga pendidikan

islam yang terletak di Kelurahan Benteng Kecamatan Baranti Kabupaten Sidenreng Rappang. Pondok Pesantren DDI *As-Salman* juga merupakan pondok pesantren yang terletak di kabupaten Sidrap tepatnya di Allakuang, selain dari itu terdapat juga pondok pesantren *Nurul Azhar* Talawe. Pondok pesantren ini juga terletak di Kabupaten Sidrap.

Pondok pesantren *Al-Urwatul Wutsqaa* pernah menjadi sasaran sosialisasi dari salah satu bank syariah yakni bank BRI Syariah dengan tema “CEO BRI Syariah Mengajar Di Pondok Pesantren Al-Urwatul Wutsqaa Sidrap” pada tahun 2015 yang pada saat itu dihadiri langsung oleh direktur BRI Syariah Bapak Moch. Hadi Santoso, Direktur Operasional BRI Syariah Bapak Wildan, Pimpinan Pondok Pesantren *Al-Urwatul Wutsqaa* Ustadz H.Muhammad Asri Kasman, dan Ketua Yayasan Pondok Pesantren Bapak H.Surkati Muin Yusuf. Melalui sosialisasi tersebut para guru dan para santri diberikan pemahaman bahwa BRI Syariah hadir memberikan layanan perbankan ritel modern terbaik untuk memenuhi kebutuhan masyarakat Indonesia dan BRI Syariah peduli akan kemajuan pendidikan anak bangsa, kegiatan tersebut juga memberikan edukasi literasi keuangan bagi para akademisi yang terdiri dari siswa dan tenaga pengajar. Hal ini sejalan dengan program dari otoritas Jasa Keuangan untuk meningkatkan literasi keuangan kepada berbagai kalangan. Selain itu pada kegiatan tersebut dilakukan penandatanganan kerjasama SimPel iB (Simpanan Pelajar iB) antara BRIS yariah dan Yayasan Pondok Pesantren *Al-Urwatul Wutsqaa*.

Selain dari sosialisasi dari bank BRI Syariah, guru pondok pesantren *Al-Urwatul Wutsqaa* juga dapat menjangkau bank syariah melalui Kementerian Agama Kabupaten Sidrap, dengan adanya kerjasama antara bank BNI Syariah cabang Sidrap dengan Kemenag kabupaten Sidrap menjadikan

BNI Syariah salah satu bank yang digunakan oleh beberapa sekolah di Kabupaten Sidrap dalam hal penerimaan gaji oleh tenaga pengajar.

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan terkait persepsi guru yang ada di tentang bank syariah, sebagian besar responden sudah tahu apa itu bank syariah serta kelebihan-kelebihan yang dimiliki bank syariah. Namun tidak semua dari mereka memiliki minat untuk menggunakan jasa bank syariah dikarenakan beberapa alasan seperti informasi yang tidak merata tentang produk-produk yang ada di bank syariah karena kurangnya sosialisasi, jauhnya lokasi bank syariah dari kediaman masing-masing, dan gaji yang mereka terima dikirim di bank konvensional yang mengharuskan mereka membuka rekening di bank konvensional. Beberapa dari guru pondok pesantren kabupaten Sidrap yang penulis wawancarai belum menggunakan produk dan jasa bank syariah.

TINJAUAN TEORITIS

Persepsi sebagai suatu upaya dalam memahami informasi

Ilmu psikologi sosial yang merupakan salah satu cabang ilmu Psikologi yang antara lain mempelajari tentang: persepsi sosial (pemahaman mengenai orang lain dan dampaknya pada perilaku kita), kognisi sosial (berpikir mengenai orang lain dan lingkungan sosial), sikap (melakukan penilaian mengenai orang lain), identitas sosial (memantapkan jati diri), prasangka dan diskriminasi (memahami penyebabnya dan akibatnya terhadap kelompok tertentu), perilaku prososial (memberi bantuan pada orang lain), diri/self (pembentukan diri merupakan hasil interaksi dengan orang lain), hubungan antar kelompok (Taylor et al., 2009).

Menurut (Nurciana Nasaruddin & Hasbullah Abu Kassim, 2017) Persepsi sering disama ertikan sebagai prasangka. Apakah tepat menakrifkan

persepsi sebagai prasangka ? Dalam kehidupan sehari-hari kita sering mendengar dan mengucapkan kata " persepsi " . Tetapi apakah kita mengetahui apa makna sesungguhnya persepsi itu? Ada yang mengatakan bahawa persepsi adalah pendapat,prasangka, fikiran, pemahaman, dan penafsiran. Namun untuk lebih jelasnya mengenai apa itu persepsi, pada kesempatan ini saya akan membahas mengenai " Persepsi dalam Perspektif Psikologi Islam ". Sejak individu dilahirkan, sejak itu pula individu secara langsung berhubungan dengan dunia sekitarnya. Mulai saat itu pula individu secara langsung menerima stimulus dari luar dirinya, yang dimana stimulus tersebut akan diteruskan dan diproses dalam otak kita dalam proses pembentukan persepsi.

Persepsi dalam pandangan Islam adalah proses manusia dalam memahami suatu informasi melalui inderawi seperti mata untuk melihat, telinga untuk mendengar, hidung untuk penciuman, hati untuk merasakan yang disalurkan ke akal dan pikiran manusia agar menjadi suatu pemahaman yang utuh. Persepsi secara umum adalah proses mengamati situasi dunia luar dengan menggunakan proses perhatian, pemahaman, dan pengenalan terhadap objek atau peristiwa. Jadi persepsi adalah hasil dari suatu proses yang diterima oleh individu dalam bentuk kesan yang telah melalui penginderaan terlebih dahulu baik dari mata, hidung, telinga dan indera lainnya.

Faktor dan dimensi yang mempengaruhi Persepsi

Persepsi adalah hasil dari suatu proses yang diterima oleh individu dalam bentuk kesan yang telah melalui penginderaan terlebih dahulu baik dari mata, hidung, telinga dan indera lainnya. Menurut Robbin dalam penelitian (Dahlan, 2018) ada banyak faktor yang mempengaruhi terbentuknya persepsi

seseorang dan faktor itu yang memungkinkan terjadinya perbedaan persepsi antar individu terhadap suatu objek tertentu.

Faktor tersebut berada pada aspek antara lain;

1. Pelaku persepsi
2. Target persepsi (objek persepsi)
3. Situasi persepsi.

Faktor yang bersumber dari pihak pelaku persepsi dalam menafsirkan sebuah objek sangat dipengaruhi oleh karakteristik pribadi. Banyak faktor yang terkait dengan individu pelaku persepsi yang mempengaruhi persepsi seseorang seperti sikap, motif, kepentingan atau minat, pengalaman masa lalu dan pengharapan dimasa yang akan datang.

Dimensi yang berperan dalam membentuk persepsi antara lain;

1. Pengetahuan tentang Bank Syariah (*Knowledge of Islamic Banking*)

Dimensi ini menunjukkan pengetahuan mengenai perbankan syariah yang meliputi reputasi bank syariah, prinsip operasional bank syariah serta bank syariah hanya untuk pelanggan muslim.

2. Kepercayaan Terhadap Bank Syariah (*Confidence in Islamic Banking*)

Dimensi ini menunjukkan suatu keyakinan terhadap bank syariah bahwa tabungan di bank syariah lebih aman, investasi di bank syariah kurang beresiko serta bank syariah dapat bersaing dengan bank konvensional.

3. Produk dan Layanan Bank Syariah (*Islamic Banking Produk and Services*)

Dimensi ini menunjukkan bahwa bank syariah memiliki pelayanan yang cepat dan efisien, staf bank syariah sopan dan ramah serta bank syariah menyediakan berbagai macam produk dan layanan.

Minat Menabung dalam Perspektif Islam

Pengertian Minat dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia adalah memiliki arti kecenderungan hati yang tinggi terhadap sesuatu, gairah, keinginan. Jadi harus ada sesuatu yang ditimbulkan, baik dari dalam dirinya maupun dari luar untuk menyukai sesuatu.

Menurut (Andriani, 2015), minat adalah perpaduan antara keinginan dan kemauan yang dapat berkembang. Minat adalah kecenderungan seseorang yang tetap memperhatikan dan mengenang beberapa kegiatan. Kegiatan yang diminati seseorang dan diperhatikan secara terus-menerus yang disertai dengan rasa senang. Minat juga dapat dikatakan sebagai kecenderungan dalam diri individu untuk tertarik pada sesuatu objek atau menyenangi sesuatu objek. Sehingga, minat merupakan suatu keinginan atau kemauan yang ingin dilakukan seseorang terhadap sesuatu yang membuatnya tertarik.

Menabung adalah menyimpan sebagian uang untuk digunakan di masa yang akan datang, Menabung adalah tindakan yang dianjurkan oleh Islam, karena dengan menabung berarti seorang muslim mempersiapkan diri untuk pelaksanaan masa yang akan datang sekaligus untuk menghadapi hal-hal yang tak diinginkan. Dalam Islam kita dianjurkan untuk menabung dan sebaliknya dilarang untuk boros atau berfoya-foya (Surah Al-Isra' ayat 26)

وَعَاتِ ذَا الْقُرْبَىٰ حَقَّهُ وَالْمِسْكِينَ وَابْنَ السَّبِيلِ وَلَا تُبَذِّرْ تَبْذِيرًا

“Dan berikanlah kepada keluarga-keluarga yang dekat akan haknya, kepada orang miskin dan orang yang dalam perjalanan dan janganlah kamu menghambur-hamburkan (hartamu) secara boros.

Berdasarkan ayat di atas kita dianjurkan untuk mempergunakan harta sebaik-baiknya, dan menabung adalah salah satu cara untuk mempergunakan harta untuk motif berjaga-jaga untuk kebutuhan di masa yang akan datang.

Ekonomi Islam mengajarkan konsisten dalam ekonomi, yang kontennya tidak mengandung hal yang diharamkan, *israf*, *tabdzir*, *mudarat* kepada masyarakat. Sesuai dengan pragraf di atas baik bagi masyarakat atau pribadi kita dianjurkan untuk menjauhi sifat *israf* maupun *tabdzir* yang artinya boros atau sangat berlebih-lebihan, dengan menabung perilaku tersebut dapat dihindari dengan menyisihkan sebagian uang untuk persiapan hal yang tak terduga.

Dalam hadits yang diriwayatkan oleh Imam Ahmad bin Hambal juga dijelaskan:

حَدَّثَنَا بِهِزْ حَدَّثَنَا حَمَّامٌ عَنْ قَتَادَةَ عَنْ عَوْرُونَ شُعَيْبٍ عَنْ أَبِيهِ عَنْ جَدِّهِ ، أَنَّ رَسُولَ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ قَالَ: كُلُوا وَاشْرَبُوا وَتَصَدَّقُوا وَالْبَسُوا فِي غَيْرِ مَخِيلَةٍ وَلَا إِسْرَافٍ، إِنَّ اللَّهَ يُحِبُّ أَنْ تُرَا نِعْمَتُهُ عَلَّ عَبْدِهِ. (رواه احمد بن حمبال)

“Bahz menceritakan kepada kami, Hammam menceritakan kepada kami, dari Qatadah, dari Amru bin Syu`aib, dari bapaknya, dari kakeknya, bahwasanya Rasulullah Saw bersabda, “makanlah, minumlah, bersedekahlah, dan pakilah pakaian, dengan tidak sombong dan boros. Sesungguhnya Allah menyukai diperlihatkan nikmat-Nya pada hambanya. (Diriwayatkan oleh Ahmad bin Hambal).”

Menabung merupakan tindakan yang dianjurkan oleh Islam, karena dengan menabung berarti seorang muslim mempersiapkan diri untuk pelaksanaan perencanaan di masa yang akan datang sekaligus untuk menghadapi problematika perekonomian yang tidak diinginkan. Dalam al-quran terdapat ayat-ayat yang secara tidak langsung telah memerintahkan kaum muslimin untuk senantiasa mempersiapkan bekal hari esok secara lebih baik.

Hal ini juga terdapat dalam Al-Qur'an Surah Yusuf ayat 47:

قَالَ تَزْرَعُونَ سَبْعَ سِنِينَ دَأَبًا فَمَا حَصَدْتُمْ فَذَرُوهُ فِي سُنْبُلَةٍ إِلَّا قَلِيلًا مِمَّا تَأْكُلُونَ

Yusuf berkata: “Supaya kamu bertanam tujuh tahun (lamanya) sebagaimana biasa; maka apa yang kamu tuai hendaklah kamu biarkan dibulirnya kecuali sedikit untuk kamu makan.

Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat Menabung di Bank Syariah

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh (Uniyanti, 2018) ada beberapa faktor yang mempengaruhi minat menabung di bank syariah sebagai berikut:

1. Religiusitas

Religiusitas berasal dari kata religion (agama). Menurut Harun Nasution pengertian agama berasal dari kata al-Din, yang berarti undang-undang atau hukum, adapun kata agama terdiri dari a = tidak, gama = rancu yang mengandung arti tidak rancu. Kenyatannya, agama merupakan sistem ajaran yang dimaksudkan untuk mengikat tata perilaku manusia agar tetap dalam keadaan damai dan tentram serta agama tersebut dipegang oleh masyarakat dan diwariskan secara turun-temurun. Kemudian dalam bahasa Arab, kata ini mengandung arti menguasai, menundukkan, patuh, balasan, kebiasaan. Sedangkan dari kata religi (latin) atau religere berarti mengumpulkan dan membaca. Sedangkan religius menurut Islam adalah menjalankan ajaran agama secara kaffah .

2. Pendapatan

Menurut Keynes dalam (Hoppe, 2003) berpendapat bahwa tabungan adalah bagian dari pendapatan yang tidak dikonsumsi pada periode yang sama. Dalam ilmu ekonomi, tabungan dapat dituliskan dengan rumus: $S = Y - C$, yang berarti tabungan dapat dicari dengan cara mengurangi pendapatan dengan konsumsi. Keynes berpendapat bahwa besarnya tabungan yang dilakukan oleh rumah tangga bukan tergantung pada tinggi rendahnya suku bunga tapi tergantung pada besar kecilnya tingkat pendapatan rumah tangga itu.

Dari teori ekonomi di atas, dapat dinyatakan 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.

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 mengkonsumsi suatu produk. Hubungan antara informasi dengan intensi menabung di bank syariah merupakan hubungan yang sifatnya berbanding lurus.

4. Lokasi (tempat)

Lokasi (tempat) 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

Promosi merupakan kegiatan yang bersifat insentif jangka pendek guna mendorong pembelian dan penjualan dari suatu produk atau jasa. Kegiatan promosi yang dilakukan suatu perusahaan merupakan kombinasi yang terdapat dari unsur-unsur atau peralatan promosi, yang mencerminkan pelaksanaan kebijakan promosi dari perusahaan tersebut.

Tinjauan penelitian yang relevan

Penelitian terkait minat menabung pada bank Syariah telah dilakukan (Rusdianto & Ibrahim, 2017) sebagai upaya mengetahui produk bank syariah di Kota Pati terhadap minat menabung dengan menggunakan persepsi masyarakat sebagai pemoderasi. Populasi penelitian ini antara lain; BRI Syariah, BNI Syariah, Mandiri Syariah, Bank Jateng Syariah dan Bank Muamalat di Kabupaten Pati. Sampel dalam penelitian ini adalah masyarakat yang bertransaksi di Bank Syariah Konvensional yang berjumlah 100 responden yang diambil dengan teknik *quota sampling*. Metode analisis data menggunakan uji MRA (Moderating Regression Analysis). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa produk bank syariah yang ada dalam pembiayaan mikro khususnya di distribusi Kota Pati berdampak pada masyarakat.

Hal ini diperkuat dari hasil Penelitian (Cahyani et al., 2013) Mayoritas penduduk muslim Indonesia sudah mengenal bank. Salah satu bank konvensional yang membuka unit usaha syariah adalah BNI 46 dengan nama BNI Syariah. Tujuan utama dari penelitian ini adalah mengetahui pengaruh persepsi bunga bank dan kualitas pelayanan terhadap minat menabung pada Bank BNI Syariah di Kota Semarang. Menurut hasil dari analisis regresi, penelitian ini menunjukkan bahwa persepsi bunga bank dan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap minat menabung pada Bank BNI Syariah di Kota Semarang 36,3% dan 47,2%. Sehingga, dapat direkomendasikan kepada manajemen BNI Syariah untuk mempertahankan dan mengedukasi nasabahnya sehingga mereka dapat mengetahui perbedaan antara bank konvensional dan bank syariah.

Penelitian lainnya yang terkait adalah hasil penelitian (Islam & Rahman, 2017) bertujuan untuk mengeksplorasi kesadaran dan kemauan Muslim India terhadap perbankan syariah. Setelah krisis keuangan selama beberapa dekade terakhir, perbankan Islam telah diterima secara global dan

mendapatkan momentum di negara berkembang sebagai pengganti perbankan konvensional (berbasis bunga). Karena India menempati urutan ketiga dalam hal populasi Muslim secara global, sangat spontan menganalisis konsep perbankan Islam dalam perspektif India. Desain / metodologi / pendekatan: Untuk mengumpulkan data, mengadopsi purposive sampling, sampel 290 Muslim India disurvei di Delhi National Capital Region of India menggunakan kuesioner terstruktur sendiri.

Alat statistik yang sesuai diterapkan untuk menganalisis data. Temuan: Hasil penelitian menunjukkan bahwa mayoritas responden kurang memahami cara kerja perbankan syariah. Hasil lebih lanjut mengakui bahwa mayoritas responden bersedia menggunakan perbankan syariah jika mendapat informasi yang benar dan menawarkan pengalaman pelanggan yang lebih baik. Hasil penelitian menunjukkan bahwa organisasi perbankan Islam perlu menyusun strategi komunikasi yang efektif untuk meningkatkan kesadaran di antara masyarakat tentang bagaimana perbankan Islam beroperasi.

METODE PENELITIAN

Pada penelitian ini penulis menggunakan metode penelitian kuantitatif, dimana penulis memaksimalkan penelitiannya dengan menggunakan angka-angka dan pengolahan statistik (Harmon et al., 2016). Populasi pada penelitian ini adalah tenaga pengajar yang ada di tiga pondok pesantren di kabupaten Sidrap yaitu Pondok Pesantren *Al-Urwatul Wutsqaa*, Pondok Pesantren DDI *As-Salman*, dan Pondok Pesantren *Nurul Azhar Talawe* yang berjumlah 200 orang.

Pengambilan anggota sampel yang merupakan sebagian dari anggota populasi harus dilakukan dengan teknik tertentu yang disebut teknik sampling. Secara garis besar, teknik penarikan sampling dibagi menjadi dua

kelompok yaitu *probability sampling* dan *non-probability sampling*. *Probability sampling* yakni pembagian penarikan sampling secara acak/random dan *non-probability sampling* adalah teknik penentuan sampel dengan tidak acak. Adapun teknik pengambilan sampel yang digunakan pada penelitian ini ialah *nonprobability sampling* dengan teknik *purposive sampling* (Hermawan, 2008). *Purposive sampling* biasa juga disebut *judgmental sampling* atau suatu teknik penentuan sampel dengan pertimbangan atau seleksi khusus. Berdasarkan keterangan di atas *purposive sampling* adalah pengambilan sampel dengan pertimbangan dan ciri-ciri tertentu.

Kriteria pengambilan sampel yang ditetapkan peneliti sebagai berikut:

1. Guru pondok pesantren *Al-Urwatul Wutsqaa* Benteng, Pondok Pesantren *Nurul Azhar* Talaweh, Pondok Pesantren *DDI As-Salman* Allakkuang.
2. Guru tersebut memiliki rekening atau menggunakan jasa perbankan Syariah.

Jumlah guru pada tiga pondok pesantren di atas adalah 200 orang, kemudian guru yang memiliki rekening atau menggunakan jasa bank syariah ada berjumlah 35 orang. Maka jumlah sampel dari populasi pada penelitian ini sebanyak 35 orang tenaga pengajar pondok pesantren yang ada di kabupaten Sidrap. Sehubungan dengan masalah penelitian ini, untuk mendapatkan data penulis menggunakan teknik kuesioner, dan dokumentasi.

Penelitian ini menggunakan uji normalitas, selanjutnya Uji validitas untuk mengukur koefisien korelasi antara skor suatu pertanyaan atau indikator yang diuji dengan skor total pada variabelnya. Untuk menentukan apakah suatu item layak digunakan atau tidak adalah dengan melakukan uji signifikansi koefisien korelasi pada taraf signifikansi 0,05 (.=5%), yang artinya suatu item dianggap valid jika berkorelasi signifikan terhadap skor total item. Jika alat ukur telah dinyatakan valid, selanjutnya realibilitas alat

ukur tersebut diuji. Realibilitas adalah suatu nilai yang menunjukkan konsistensi suatu alat pengukur di dalam mengukur gejala yang sama(Sugiyono, 2007). Analisis data menggunakan *One Sample T Test*, Analisis Koefisien Korelasi, analisis Regresi Linear sederhana dan Analisis Koefisien Determinasi (Silalahi, 2015).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil penelitian ini menggunakan uji validitas dari setiap item pernyataan variabel dalam penelitian ini, dapat dilihat pada tabel berikut:

**Tabel 1.
Hasil Uji Validitas**

		Correlations		
		Persepsi (X)	Minat Menabung (Y)	Total
Persepsi (X)	Pearson Correlation	1	.446**	.830**
	Sig. (2-tailed)		.007	.000
	N	35	35	35
Minat Menabung (Y)	Pearson Correlation	.446**	1	.870**
	Sig. (2-tailed)	.007		.000
	N	35	35	35
Total	Pearson Correlation	.830**	.870**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	
	N	35	35	35

Hasil uji validitas dari kesembilan pernyataan pada variabel persepsi (X) diperoleh Corrected item total Correlation r hitung (0,830) > r tabel (0,361), dengan nilai signifikansi (0,000) < (0.05). Hal ini membuktikan bahwa pernyataan variabel persepsi (X) yang digunakan dalam penelitian ini adalah valid atau sah. Kemudian hasil uji validitas dari pernyataan variabel

minat menabung (Y) diperoleh Corrected item total Correlation r hitung (0,864) > r tabel (0,361), dengan nilai signifikansi (0.000) < (0.05). Hal ini menunjukkan bahwa pernyataan dari variabel minat menabung (Y) yang digunakan dalam penelitian ini adalah valid atau sah.

Hasil uji menggunakan uji Realibilitas dengan metode *Cronbach Alpha* (α) (Samsudin et al., 2018). Dasar pengambilan dalam uji realibilitas adalah Jika $\alpha > r$ tabel = konsisten (handal). Jika $\alpha < r$ tabel = tidak konsisten

1. Persepsi (X)

Tabel 2.
Hasil Uji Realibilitas Variabel Persepsi (X)

Data pada tabel di atas merupakan hasil uji realibilitas pada variabel persepsi (X), dimana pada tabel yang menunjukkan nilai dari *Cronbach Alpha* (0.607)

Reliability Statistics		> r tabel
Cronbach's Alpha	N of Items	kembali
.607	9	dasar

pengambilan keputusan dalam uji realibilitas jika alpha lebih besar dari r tabel dapat disimpulkan bahwa item pernyataan dari variabel persepsi (X) yang digunakan dalam penelitian ini adalah konsisten atau reliabel.

2. Minat Menabung (Y)

Tabel 3.
Reliability Statistics Hasil Uji Realibilitas

Variabel Minat Menabung (Y)

Cronbach's Alpha	N of Items
.439	12

Data pada tabel di atas merupakan hasil dari uji realibilitas pada variabel minat menabung (Y), dimana pada tabel tersebut menunjukkan nilai dari *Cronbach Alpha* (0.439) > r tabel (0,361), maka dapat disimpulkan bahwa item pernyataan dari variabel minat menabung (Y) yang digunakan dalam penelitian ini adalah konsisten atau reliabel.

Hasil uji normalitas dengan metode *kolmogorov Smirnov*:

Tabel 4.
Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		35
Normal Parameters ^a	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.49517354
Most Extreme Differences	Absolute	.118
	Positive	.118
	Negative	-.061
Kolmogorov-Smirnov Z		.698
Asymp. Sig. (2-tailed)		.714

Berdasarkan uji normalitas pada tabel 4 diketahui bahwa, nilai signifikansi diperoleh sebesar 0,714. Nilai tersebut lebih besar dari 0,05. Sehingga dari uji yang dilakukan dengan tujuan untuk menilai sebaran data dapat disimpulkan bahwa data tersebut berdistribusi normal.

Persepsi Guru Pondok Pesantren Kabupaten Sidenreng Rappang tentang Perbankan Syariah

Baiknya persepsi tentang perbankan syariah pada guru pondok pesantren yang terdapat di kabupaten Sidenreng Rappang dengan *one sample t test*. Sebelum melakukan uji *one sample t test* terlebih dahulu dilakukan uji normalitas untuk mengetahui apakah data yang diperoleh telah terdistribusi normal atau tidak. Uji normalitas variabel persepsi diperoleh pada tabel berikut:

Tabel 5.
Uji Normalitas Persepsi

	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
	Statistic	df	Sig.	Statistic	df	Sig.
Persepsi	.142	35	.071	.949	35	.107

1. Lilliefors Significance Correction

Dasar pengambilan keputusan pada uji normalitas adalah jika nilai sig > 0,05 maka data berdistribusi normal jika nilai sig < 0,05 maka data tidak berdistribusi normal, dari tabel di atas diperoleh nilai sig sebesar 0,10. Maka dapat disimpulkan $0,10 > 0,05$ berarti data berdistribusi normal, dan dapat dilanjutkan dengan uji *one sample t test*. Pengujian selanjutnya adalah uji *one sample t test*. Adapun dasar pengambilan keputusan dalam uji dapat dilakukan dengan cara membandingkan nilai sig (2-tailed) dengan α (0,05) Jika nilai sig (2-tailed) < 0,05 maka H_0 ditolak. Jika nilai sig (2-tailed) > 0,05 maka H_0 diterima. Hasil dari uji *one sample t-test* dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 6.
Uji One Sample T Test Persepsi

One-Sample Test

	Test Value = 80					
	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
					Lower	Upper
Persepsi	-102.414	34	.000	-42.629	-43.47	-41.78

Hasil uji *one sample t test* di atas dengan menggunakan taraf kepercayaan 95% diperoleh nilai signifikansi 0,00 dari hasil tersebut diperoleh Sig (2-tailed) (0,00) < (0,05) maka disimpulkan bahwa H0 ditolak dan H1 diterima, adapun H1 dalam penelitian ini adalah guru pondok pesantren memiliki persepsi yang baik terhadap perbankan syariah $\leq 80\%$. Persepsi merupakan pandangan atau cara seseorang melihat suatu objek atau peristiwa untuk memahami objek dan peristiwa tersebut dengan sudut pandang masing-masing, dimana informasi tersebut dapat didapatkan setelah melihat, mendengar dan merasakannya dengan berbagai indra manusia. Adapun yang menjadi indikator dalam persepsi yang pertama adalah tanggapan atau hasil yang didapatkan setelah melakukan pengamatan yang dapat diungkapkan atau dituliskan untuk menyampaikannya, kemudian yang kedua adalah pendapat, yang ketiga adalah penilaian.

Selanjutnya dimensi yang bisa berperan dalam membentuk persepsi perbankan syariah yang pertama adalah pengetahuan tentang bank syariah, dalam penelitian ini yang menjadi responden adalah guru pondok pesantren yang sudah memakai jasa bank syariah dan telah mendapatkan sosialisasi terkait bank syariah, dimensi kedua adalah kepercayaan terhadap bank syariah dan dimensi terakhir adalah produk dan layanan bank syariah.

Hasil yang didapatkan setelah melakukan penelitian dengan membagikan kuesioner pada guru tiga pondok pesantren di kabupaten Sidenreng Rappang dan melakukan perhitungan dari skor item pernyataan

pada variabel persepsi adalah hasil t-test memperoleh Sig 2 (tailed) $(0,00) < \alpha (0,05)$ maka H_0 ditolak dan H_1 diterima, dengan demikian dugaan pada baiknya persepsi guru pondok pesantren tentang perbankan syariah diketahui berada pada nilai dibawah 80% dapat diterima dengan klasifikasi yang cukup baik.

Minat Menabung Guru Pondok Pesantren di Bank Syariah

Sebelum melakukan uji *one sample t test* pada variabel minat menabung, sama halnya dengan sebelumnya terlebih dahulu dilakukan uji normalitas, maka uji normalitas pada variabel minat menabung dapat dilihat pada tabel sebagai berikut:

Tabel 7.
Uji Normalitas Minat Menabung
Tests of Normality

	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
	Statistic	df	Sig.	Statistic	df	Sig.
Minat Menabung	.122	35	.200*	.943	35	.068

Tabel di atas menunjukkan nilai sig sebesar 0,68 maka dapat disimpulkan $0,68 > 0,05$ maka data telah berdistribusi normal dan dapat dilanjutkan dengan uji *one sample t test*. Langkah selanjutnya adalah uji *one sample t test*, pada pengujian ini diperoleh tabel berikut:

Tabel 8.
Hasil Uji One Sample T Test Minat Menabung

Hasil uji *one sample t test* di atas dengan menggunakan taraf

One-Sample Test

	Test Value = 80					
	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
					Lower	Upper
Minat Menabung	-93.063	34	.000	-43.857	-44.81	-42.90

kepercayaan 95% diperoleh diperoleh nilai signifikansi 0,00 dari hasil tersebut diperoleh Sig (2-tailed) (0,00) < (0,05) maka disimpulkan bahwa H₀ ditolak dan H₁ diterima, adapun H₁ dalam penelitian ini adalah guru pondok pesantren memiliki minat menabung yang baik di bank syariah ≤ 80%.

Minat menabung merupakan suatu keinginan untuk menyimpan atau menyisihkan sebagian uang dengan berbagai macam pertimbangan, ada yang menabung untuk berjaga-jaga, dan tak sedikit orang yang menabung untuk membeli atau untuk mencapai sesuatu yang mereka inginkan di masa yang akan datang. Dalam penelitian ini melihat seberapa besar pengaruh persepsi terhadap minat menabung guru di bank syariah.

Baiknya minat menabung pada guru pondok pesantren dapat dilihat dengan menguji data yang telah diambil dengan membagikan kuesioner menggunakan uji *one sample t test* pada variable minat menabung (Y), setelah melakukan pengujian menggunakan spss hasil dari t-test diperoleh Sig 2 (tailed) (0,00) < α (0,05) maka H₀ ditolak dan H₁ diterima, dengan demikian dugaan pada guru pondok pesantren memiliki minat menabung yang baik di bank syariah ≤ 80% dapat diterima dan memiliki kategori cukup baik.

Hubungan Antara Persepsi Guru Pondok Pesantren tentang Bank Syariah dengan Minat Menabung di Bank Syariah Kabupaten Sidenreng Rappang

Uji korelasi bertujuan untuk mengetahui tingkat keeratan hubungan antar variabel yang dinyatakan dengan koefisien korelasi (r). Uji korelasi ini dilakukan untuk mengetahui apakah variabel X berpengaruh pada variabel Y sekaligus mengetahui tingkat hubungannya apakah termasuk sedang, erat, atau sangat sempurna. Adapun variabel X pada penelitian ini adalah persepsi sedangkan variabel Y adalah minat menabung.

Dasar pengambilan keputusan pada uji korelasi berdasarkan nilai signifikansi : Jika nilai signifikansi $< 0,05$ maka berkorelasi. Sebaliknya, jika nilai signifikansi $> 0,05$ maka tidak berkorelasi, atau berdasarkan nilai rhitung dan r tabel : Jika r hitung $< r$ tabel maka H_0 diterima dan H_1 ditolak. Sebaliknya, jika r hitung $> r$ tabel maka H_0 ditolak dan H_1 diterima.

Pedoman derajat hubungan uji korelasi adalah:

- a. Nilai *Pearson Correlation* 0,00 – 0,20 maka tidak ada korelasi.
- b. Nilai *Pearson Correlation* 0,21 – 0,40 maka korelasi lemah.
- c. Nilai *Pearson Correlation* 0,41 – 0,60 maka korelasi sedang.
- d. Nilai *Pearson Correlation* 0,61 – 0,80 maka korelasi kuat.
- e. Nilai *Pearson Correlation* 0,81 – 1,00 maka korelasi sempurna.

Tabel 9.
Hasil Analisis Koefisien Korelasi

		Correlations	
		Persepsi	Minat Menabung
Persepsi	Pearson Correlation	1	.446**
	Sig. (2-tailed)		.007
	N	35	35
Minat Menabung	Pearson Correlation	.446**	1
	Sig. (2-tailed)	.007	
	N	35	35

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Berdasar pada tabel di atas hasil analisis koefisien korelasi pada penelitian ini menghasilkan nilai signifikansi 0,00 yang lebih kecil jika dibandingkan dengan 0,05 jadi dapat disimpulkan nilai signifikansi < 0,05 maka antara variabel X dan variabel Y berkorelasi. Selanjutnya nilai *pearson correlation* yang diperoleh adalah 0,446, kembali ke pedoman derajat hubungan uji korelasi jika nilai *Pearson Correlation* 0,41 – 0,60 maka korelasi sedang. Berdasarkan nilai r hitung pada tabel di atas diperoleh nilai r hitung 0,446 sedangkan nilai r tabel 0,334, jadi r hitung (0,446) > r tabel (0,334) maka H₀ ditolak dan H₁ diterima, adapun hipotesis dalam penelitian ini adalah:

H₀ = Tidak terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara persepsi dan minat menabung guru Pondok Pesantren di bank syariah.

H₁ = Terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara persepsi dan minat menabung guru Pondok Pesantren di bank syariah.

Berdasarkan analisis koefisien korelasi di atas maka dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara persepsi dan minat menabung guru pondok pesantren di bank syariah. Ada atau tidaknya hubungan yang positif dan signifikan antara persepsi guru pondok pesantren tentang perbankan syariah terhadap minat menabung di bank syariah dapat diketahui dengan melakukan Uji korelasi bertujuan untuk mengetahui tingkat keeratan hubungan antar variabel yang dinyatakan dengan koefisien korelasi (r). Adapun variabel X pada penelitian ini adalah persepsi sedangkan variabel Y adalah minat menabung.

Hasil pengujian koefisien korelasi menunjukkan adanya hubungan yang positif dan signifikan antara persepsi dengan minat menabung. Semakin baik persepsi tentang perbankan syariah maka akan lebih mempertimbangkan seseorang untuk memutuskan menabung di bank syariah. Hasil dari nilai r hitung ($0,446$) > r tabel ($0,334$) dengan nilai signifikansi ($0,00$) < $0,05$ dapat dibuktikan bahwa ada hubungan yang positif dan signifikan antara persepsi dengan minat menabung dengan nilai $0,446$ yang memiliki tingkat korelasi yang sedang.

Pengaruh Persepsi Guru Pondok Pesantren tentang Perbankan Syariah Terhadap Minat Menabung di Bank Syariah Kabupaten Sidenreng Rappang

1. Analisis Regresi Linear Sederhana

Uji regresi linear sederhana ini digunakan untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh antara persepsi terhadap minat menabung. Adapun hasil ujinya dapat dilihat pada tabel sebagai berikut:

Tabel 10.
Output Variables Entered/Removed

Variables Entered/Removed^b

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Persepsi ^a	.	Enter

Tabel di atas menjelaskan tentang variabel yang dimasukkan serta metode yang digunakan. Dalam hal ini variabel yang dimasukkan adalah variabel persepsi sebagai *variabel independent* dan minat menabung sebagai variabel dependen dan metode yang digunakan adalah metode Enter. Tabel ANOVA di atas dapat dianalisis sebagai berikut:

Tabel 11.
Output Anova

ANOVA^b

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	52.605	1	52.605	8.201	.007 ^a
Residual	211.680	33	6.415		
Total	264.286	34			

Dimana nilai F hitung pada tabel ANOVA di atas adalah sebesar 8,201 dan F tabel yang diperoleh dari tabel distribusi dimana $df_1 = 1$ dan $df_2 = 34$ sebesar 4,16 sehingga $F_{hitung} (8,201) > F_{tabel} (4,13)$ maka H_0 ditolak. Jadi model regresi linear sederhana dapat digunakan untuk memprediksi minat menabung dipengaruhi oleh persepsi.

Berdasarkan nilai probabilitas:

Jika nilai probabilitas $(sig) > \alpha$ maka H_0 diterima.

Jika nilai probabilitas $(sig) < \alpha$ maka H_0 ditolak.

Dari tabel ANOVA di atas nilai probabilitas (sig) 0,00 dan nilai taraf signifikansi adalah 0,05, dengan membandingkan nilai probabilitas dari tabel ANOVA diatas maka diperoleh $\text{sig} (0,00) < \text{dari } \alpha (0,05)$ maka H_0 ditolak. Jadi dapat disimpulkan bahwa model regresi linear sederhana dapat digunakan untuk memprediksi minat menabung dipengaruhi oleh persepsi.

Tabel 12.
Output Coefficients

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	17.266	6.606		2.614	.013
Persepsi	.505	.176	.446	2.864	.007

Konstanta sebesar 17,266 artinya nilai konsisten variabel sugesti minat menabung adalah sebesar 17,266. Koefisien regresi sebesar 0,505 menyatakan bahwa setiap penambahan 1% nilai persepsi maka nilai minat menabung bertambah sebesar 0,505. Koefisien regresi tersebut bernilai positif sehingga dapat dikatakan bahwa arah pengaruh variabel X terhadap Y adalah positif.

Pengambilan keputusan pada uji regresi linear sederhana untuk mengetahui apakah ada pengaruh antara persepsi dengan minat menabung dapat diketahui dengan membandingkan nilai t hitung dan t tabel.

Jika $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$ serta tingkat signifikansinya $< 0,05$ maka H_0 ditolak
Jika $t \text{ hitung} < t \text{ tabel}$ serta tingkat signifikansinya $> 0,05$ maka H_0 diterima.

Adapun hipotesis pada penelitian ini :

H_0 = Persepsi tidak berpengaruh terhadap minat menabung pada guru pondok pesantren kabupaten Sidenreng Rappang.

H₁ = Persepsi berpengaruh terhadap minat menabung pada guru pondok pesantren kabupaten Sidenreng Rappang.

Pada tabel *coefficients* diperoleh t hitung (2,864) > t tabel (2,034) dan signifikansinya (0,00) < (0,05), artinya H₀ ditolak dan H₁ diterima. Maka persepsi berpengaruh terhadap minat menabung pada guru pondok pesantren kabupaten Sidenreng Rappang.

1. Analisis Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi (R^2) bertujuan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen yang mana nilainya berkisar antara satu dan nol. Hasil dari analisis koefisien determinasi dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 13.
Output Model Summary

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.446 ^a	.199	.175	2.533

Koefisien determinasi (R^2) pada tabel di atas menunjukkan nilai R square adalah 0,199 maka koefisien determinasi mendekati nol. Hal ini berarti bahwa *variabel independent* yaitu persepsi guru pondok pesantren mampu menjelaskan variabel dependen yaitu minat menabung di bank syariah sebesar 20% meskipun lemah, sisanya 80% dapat dijelaskan oleh variabel lain diluar penelitian ini. Pengaruh Persepsi Guru Pondok Pesantren tentang Perbankan Syariah Terhadap Minat Menabung di Bank Syariah Kabupaten Sidenreng Rappang. Pengujian regresi linear sederhana yang mendapatkan hasil persamaan dari perhitungan SPSS yaitu $Y = 17,266 + 0,505 X$ artinya konstanta (variabel minat menabung) sebesar 17,266 dan koefisien regresi

sebesar 0,505 menyatakan bahwa setiap penambahan 1% nilai persepsi maka nilai minat menabung bertambah sebesar 0,505. Koefisien regresi tersebut bernilai positif sehingga dapat dikatakan bahwa arah pengaruh variabel X terhadap Y adalah positif.

Selain itu, pengujian lain dari regresi linear sederhana diperoleh $t(2,864) > t \text{ tabel}(2,034)$ dan signifikansinya $(0,00) < (0,05)$, artinya H_0 ditolak dan H_1 diterima. Dengan demikian dapat diketahui bahwa persepsi berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap minat menabung, dan dalam pengujian koefisien determinasi yang memperoleh nilai 0,199 pengaruh yang diberikan persepsi terhadap minat menabung itu lemah karena nilai R square mendekati angka nol. persepsi berpengaruh terhadap minat menabung sebesar 20% meskipun itu termasuk lemah dan sisanya 80% ada faktor selain persepsi yang dapat mempengaruhi minat menabung di luar dari penelitian.

SIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil penelitian tentang persepsi guru pondok pesantren tentang bank syariah terhadap minat menabung di bank syariah kabupaten Sidenreng Rappang, kesimpulan yang dapat diambil adalah sebagai berikut: Hasil t-test memperoleh Sig 2 (tailed) $(0,00) < \alpha (0,05)$ maka H_0 ditolak dan H_1 diterima, dengan demikian dugaan pada baiknya persepsi guru pondok pesantren tentang perbankan syariah diketahui berada pada nilai dibawah 80% dapat diterima dengan klasifikasi yang cukup baik. Hasil dari t-test diperoleh Sig 2 (tailed) $(0,00) < \alpha (0,05)$ maka H_0 ditolak dan H_1 diterima, dengan demikian dugaan pada guru pondok pesantren memiliki minat menabung yang baik di bank syariah $\leq 80\%$ dapat diterima dan memiliki kategori cukup baik. Hasil pengujian menunjukkan adanya hubungan yang

positif dan signifikan antara persepsi dengan minat menabung. Dibuktikan hasil nilai r hitung ($0,446$) $>$ r tabel ($0,334$) dengan nilai signifikansi ($0,00$) $<$ $0,05$ dapat dibuktikan bahwa ada hubungan yang positif dan signifikan antara persepsi dengan minat menabung dengan nilai $0,446$ yang memiliki tingkat korelasi yang sedang. Persepsi berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap minat menabung dengan pengaruh yang lemah yang dapat dibuktikan dengan hasil t hitung ($2,864$) $>$ t tabel ($2,034$) dan signifikansinya ($0,00$) $<$ $0,05$, artinya H_0 ditolak dan H_1 diterima. Pada pengujian koefisien determinasi yang memperoleh sebesar 20% persepsi guru pondok pesantren tentang perbankan syariah mempengaruhi minat menabung di bank syariah itu termasuk lemah dan sisanya sebesar 80% faktor lain yang mempengaruhi diluar penelitian ini.

Berdasarkan hasil penelitian, pembahasan dan kesimpulan yang diperoleh, maka diperlukan sosialisasi tentang perbankan syariah secara rutin baik melalui berbagai media antara lain; media cetak, media elektronik, maupun dengan pendekatan langsung kepada masyarakat. Hal ini dalam rangka meningkatkan informasi dan pengetahuan masyarakat tentang perbankan syariah serta menambah kepercayaan yang menghilangkan keraguan masyarakat, hal ini akan berefek pada pandangan masyarakat yang lebih baik tentang bank syariah. Selain itu, Berdasarkan hasil penelitian ini, terdapat adanya hubungan dan pengaruh antara persepsi tentang perbankan syariah dengan minat menabung di bank syariah. Oleh karena itu, masyarakat diharapkan agar lebih aktif untuk mencari informasi tentang perbankan syariah, agar bisa mendapatkan persepsi yang baik tentang perbankan syariah yang berefek kepada kemajuan islam .

DAFTAR PUSTAKA

Al-qur'an Al-Karim

- Andriani, A. (2015). Pengaruh Persepsi Dan Religiusitas Santri Terhadap Minat Menabung Di Perbankan Syariah (Studi Kasus Di Pondok Pesantren Al-Falah Mojo Kediri). In *Institut Agama Islam Negeri Tulungagung*.
- An Ras Try Astuti, A. R. T. A. (2019). Ekonomi berkeadilan (Konsep distribusi ekonomi Islam perspektif Muhammad Baqir Al-Sadr).
- Azmat, S., Azad, A. S. M. S., Ghaffar, H., Hayat, A., & Chazi, A. (2020). Conventional vs Islamic banking and macroeconomic risk: Impact on asset price bubbles. *Pacific Basin Finance Journal*, 62(May), 101351. <https://doi.org/10.1016/j.pacfin.2020.101351>
- Cahyani, A. F., Saryadi, & Nurseto, S. (2013). Pengaruh Persepsi Bunga Bank dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Menabung. *DIPONEGORO JOURNAL OF SOCIAL AND POLITIC Tahun 2013, Hal. 1-8* <Http://Ejournal-SI.Undip.Ac.Id/Index.Php/Pengaruh>.
- Dahlan, R. (2018). *FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PERSEPSI NAZHIR TERHADAP WAKAF UANG*. 13(1), 39–56.
- Harmon, M., Skow, B., Simonson, P., Peck, J., Craig, R. T., Jackson, J. P., Simonson, P., Peck, J., Craig, R. T., Jackson, J. P., Pointon, D., Sugiyono, A., Thiel, C., Priyono, Sugiyono, S., Bentley, J. L., Van Fraassen, B. C., Creswell, John W. Edition, T., Hirschberg, W., ... McCrae, R. R. (2016). Metode Penelitian Kuantitatif. In *Philosophy of Science*.
- Hermawan, A. (2008). Penelitian Bisnis pradigma kuantitatif. *Penelitian Kuantitatif*.
- Hoppe, H.-H. (2003). Teori Umum Keynes Dalam Pandangan Misesian. *The Misesian Case Against Keynes, 1992*, 171–198.
- Inayati, A. A. (2015). Pemikiran Ekonomi M. Umer Chapra. *Islamic Economics Journal*, 2(1), 1–18.
- Islam, J. U., & Rahman, Z. (2017). Awareness and willingness towards Islamic banking among Muslims: An Indian perspective. *International Journal of Islamic and Middle Eastern Finance and Management*, 10(1), 92–101. <https://doi.org/10.1108/IMEFM-01-2016-0017>
- Jan, A., Marimuthu, M., & @ Mat Isa, M. P. bin M. (2019). The nexus of sustainability practices and financial performance: From the perspective of Islamic banking. *Journal of Cleaner Production*, 228, 703–717. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2019.04.208>
- Nurciana Nasaruddin, & Hasbullah Abu Kassim. (2017). Persepsi dalam Perspektif Psikologi Islam. *Prosiding Seminar Islamic Creative Art*

- Theraphy (I-CAT) Peringkat Kebagsaan.* <https://doi.org/ISBN 978-967-5108-36-5>
- Samsudin, M. A., Esa, N., & Razak, N. A. (2018). Analisis data kuantitatif. *Pengkajian Dalam Pendidikan.*
- Silalahi, U. (2015). Metode Penelitian Sosial Kuantitatif. In *Journal of Visual Languages & Computing.*
- Sugiyono, M. P. K. (2007). Kualitaitaif dan R&D, Bandung: Alfabeta, 2010. *Sugiyono, Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D Bandung: Alfabeta.*
- Taylor, S. E., Peplau, L. A., & Sears, D. O. (2009). Psikologi Sosial. In *Prenada Media Group.*
- Uniyanti. (2018). *Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Minat Nasabah Menabung Di Bank Syariah.*