

Pengaruh Persepsi Terhadap Minat Menabung Pada Produk Simpanan Wadiah (Studi Masyarakat Desa Leping Besar Lampung Utara)

Putri Tiara Sari, Muhammad Ryan Fahlevi

Program Studi S1 Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro
Jl. Ki Hajar Dewantara, Banjar Rejo, Kec. Batanghari, Kabupaten Lampung Timur, Lampung
E-mail: putritiarasariputrio4@gmail.com

Diterima: 3 November 2024 Direvisi: 24 November 2024 Diterbitkan: 23 Desember 2024

Abstrak,

Tujuan penelitian ini adalah untuk melihat pengaruh persepsi masyarakat Desa Leping Besar Lampung Utara terhadap minat menabung pada produk perbankan syariah yaitu simpanan wadiah. Pendekatan dalam penelitian ini memakai kuantitatif menggunakan metode pengumpulan data melalui penyebaran kuesioner dengan instrumen skala likert dan data pendukung dikumpulkan melalui teknik dokumentasi. Responden dalam penelitian ini merupakan masyarakat Desa Leping Besar Lampung Utara sebanyak 90 orang. Penelitian ini memakai teknik analisis uji validitas, uji reliabilitas, uji normalitas, uji heteroskedastisitas, analisis regresi sederhana, uji hipotesis menggunakan uji parsial T dan Koefisien Determinasi (R^2). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel Persepsi (X) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Menabung (Y) dengan nilai signifikansi $0,000 (< 0,05)$ dan nilai t hitung sebesar $11,464 (> 1,662)$. Berdasarkan hasil uji Koefisien Determinasi (R^2), diketahui bahwa pengaruh persepsi terhadap minat menabung sebesar $59,9\%$. Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung. Yang artinya persepsi masyarakat terhadap bank syariah mempengaruhi minat masyarakat untuk menabung di bank syariah.

Kata Kunci: Persepsi, Minat Menabung, Produk Simpanan Wadiah

Abstract,

The purpose of this study was to see the effect of perceptions of the people of Leping Besar Village, North Lampung, on interest in saving on Islamic banking products, namely wadiah deposits. The approach in this study uses quantitative using data collection methods through distributing questionnaires with Likert scale instruments and supporting data collected through documentation techniques. Respondents in this study were 90 people from Leping Besar Village, North Lampung. This study uses validity test analysis techniques, reliability tests, normality tests, heteroscedasticity tests, simple regression analysis, hypothesis testing using partial T tests and the Coefficient of Determination (R^2). The results of this study indicate that the Perception variable (X) has a positive and significant effect on Interest in Saving (Y) with a significance value of $0.000 (< 0.05)$ and a calculated t value of $11.464 (> 1.662)$. Based on the results of the Coefficient of Determination (R^2) test, it is known that the effect of perception on saving interest is 59.9% . The results showed that perception has a positive and significant effect on interest in saving. Which means that people's perceptions of Islamic banks affect people's interest in saving at Islamic banks.

Keywords: Perception, Interest in Saving, Wadiah Savings Products

PENDAHULUAN

Lembaga keuangan memiliki peranan yang sangat penting dan strategis dalam perekonomian nasional. Di Indonesia dalam kebijakan mengenai sistem perbankan menerapkan dual banking sistem, dual banking sistem merupakan penerapan dua sistem perbankan secara berdampingan yaitu Konvensional dan Syariah (Arsa, Kurniawan & Yogitriani, 2023). Di era modern saat ini, masyarakat tidak dapat terlepas dari pentingnya perbankan, mulai dari menyimpan, meminjam hingga melakukan transaksi-transaksi keuangan lainnya (Sabir & Tunnisa, 2020). Selain bank konvensional yang telah dikenal luas oleh masyarakat, terdapat juga bank yang sistem operasionalnya berbeda dengan bank konvensional yaitu bank syariah.

Bank syariah atau yang disebut dengan bank bebas bunga adalah bank yang operasional dan produknya dikembangkan berdasarkan Al-Qur'an dan Hadits Nabi SAW (Masruron & Safitri, 2021). Menurut Sudarsono, Bank Syariah adalah lembaga keuangan negara yang memberikan pembiayaan dan jasa-jasa lainnya di dalam lalu lintas pembayaran dan juga peredaran uang yang beroperasi dengan menggunakan prinsip-prinsip syariah atau islam (Setiyaningsih & dkk, 2023). Bank syariah memiliki tiga fungsi utama yaitu fungsi bank syariah untuk menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk titipan dan investasi, fungsi bank syariah untuk menyalurkan dana kepada masyarakat yang membutuhkan dana dari bank, dan juga fungsi bank syariah untuk memberikan pelayanan dalam bentuk jasa perbankan syariah (Kasmiati, 2021).

Persepsi dirasakan sangat penting, karena persepsi adalah sebuah proses saat individu mengatur dan menginterpretasikan kesan-kesan sensoris mereka guna memberikan arti bagi lingkungan mereka (Farwitawati, 2019). Persepsi tentang pemahaman terhadap bank syariah akan mempengaruhi perilaku masyarakat dalam berinvestasi dan mengambil dana di bank syariah. Persepsi secara umum merupakan suatu tanggapan atau pandangan sesuatu terhadap hal-hal yang baru yang mungkin masih dilihat sebelah mata. Seperti lembaga keuangan syariah atau bank syariah adalah lembaga yang baru yang belum banyak nasabah mengetahui tentang perbedaan-perbedaan yang ada di lembaga keuangan syariah (Arkhan, Yusri & Alam, 2022). Indonesia sebagai negara mayoritas muslim, seharusnya lebih memilih untuk menabung di perbankan syariah. Tetapi pada kenyataannya masyarakat lebih cenderung untuk menabung di perbankan konvensional. Hal ini dapat dilihat dari tabel perbandingan pasar perbankan konvensional dan perbankan syariah sebagai berikut:

Tabel 1. Perbandingan Pangsa Pasar Perbankan Konvensional dan Perbankan Syariah

Bank Konvensional	Bank Syariah
92,56%	7,44%

Sumber: Laporan Perkembangan Keuangan Syariah 2023, OJK

Berdasarkan tabel tersebut, dapat dilihat bahwa perbandingan pangsa pasar bank konvensional dengan bank syariah sangat jauh berbeda. Pangsa pasar dari perbankan syariah terhadap sistem keuangan Indonesia tahun 2023 mencapai 7,44%, sedangkan perbankan konvensional mencapai 92,56%. Pangsa pasar perbankan syariah masih belum bisa mengalahkan pangsa pasar perbankan.

Kesalahpahaman terhadap perbankan syariah dan lembaga keuangan syariah lainnya menunjukkan belum meratanya sosialisasi informasi perbankan syariah dan lembaga keuangan syariah lainnya. Banyak masyarakat yang belum memahami secara benar apa itu lembaga keuangan syariah, sistem yang dipakai, jenis produknya, serta apa keunggulan lembaga keuangan syariah bila dibandingkan dengan lembaga keuangan konvensional. Persepsi masyarakat terhadap produk simpanan wadiah pada bank syariah sangat beragam, ini disebabkan banyaknya pemahaman dan pengetahuan yang berbeda terhadap perbankan syariah. Dengan adanya perbedaan persepsi tersebut sangat potensial dalam mempengaruhi minat untuk menabung pada produk simpanan wadiah.

Persepsi merupakan salah satu hal yang menyebabkan seseorang memiliki minat. Hal ini dikarenakan dengan adanya persepsi, maka seseorang akan mencari informasi/pengalaman tentang objek, peristiwa, orang serta faktor yang berpengaruh dan didapat dari penginderaan yang menyebabkan adanya suatu minat. Konsumen akan memutuskan produk yang akan dibeli berdasarkan persepsi mereka terhadap produk tersebut berkaitan dengan kemampuan produk tersebut dalam memenuhi kebutuhannya. Semakin tinggi atau semakin bagus persepsi konsumen terhadap suatu produk maka minat membeli terhadap suatu produk tersebut juga semakin tinggi (Tiasari & Sanjayawati, 2022).

Lembaga perbankan yang dapat dijangkau oleh masyarakat Desa Lembang Besar Lampung Utara diantaranya yaitu Bank Syariah Indonesia (BSI) KCP Kotabumi yang terletak di Jl. Jend. Sudirman No. 211, Sribasuki, Kotabumi, Kabupaten Lampung Utara, Lampung 34516, Bank BRI Cabang Kotabumi yang terletak di Jl. Jend. Sudirman No. 20, Cempedak, Kec. Kotabumi, Kabupaten Lampung Utara, Lampung 34517, Bank BNI Cabang Kotabumi yang terletak di Jl. Jend. Sudirman No. 137, Gapura, Kec. Kotabumi, Kabupaten Lampung Utara, Lampung 34514, Bank Mandiri Kotabumi yang terletak di Jl. Jend. Sudirman No. 43, Cempedak, Kec. Kotabumi, Kabupaten Lampung Utara, Lampung 34516.

Berdasarkan uraian di atas bahwa tidak ada bank yang memiliki kantor operasional di Desa atau wilayah pusat perekonomian terdekat dengan desa. Sehingga masyarakat jika ingin ke bank harus ke pusat kota yakni Kotabumi berdekatan dengan pusat administratif kabupaten. Maka dari itu ingin ke bank syariah pun terkadang masyarakat enggan dikarenakan lokasi nya yang jauh dan susah sehingga masyarakat hanya memanfaatkan

fasilitas layanan perbankan yang bisa dijangkau oleh mereka seperti agen-agen transaksi bank konvensional yang dibuka di desa.

Masyarakat Desa Lembang Besar Lampung Utara merupakan salah satu desa yang ada dikecamatan abung barat kabupaten lampung utara yang memiliki penduduk sebanyak 880 jiwa dengan berbagai profesi, jenis kelamin serta suku yang ada. Namun masyarakat dominan menggeluti pekerjaan sebagai petani. Penduduk setempat memanfaatkan lahan untuk menanam singkong, kopi, lada, kelapa sawit, karet, kelapa dan lainnya yang tentunya membutuhkan penunjang untuk memperlancar profesi yang dijalankan mereka untuk usaha yang mereka lakukan. Salah satu penunjangnya adalah kelancaran lalu lintas pembayaran atau transaksi dalam berusaha. Penduduk lingkungan desa lebang besar mayoritas beragama islam di desa tersebut. Namun tidak semua warga yang beragama islam tertarik memanfaatkan layanan perbankan syariah salah satunya produk simpanan wadiah. Hal ini disebabkan kurangnya pemahaman, pengetahuan tentang bank syariah dan masih adanya keraguan sebagian masyarakat mengenai apakah prinsip-prinsip perbankan syariah telah diterapkan dengan tepat serta adanya persepsi masyarakat bahwa bank syariah dan bank konvensional sama saja dan tidak ada perbedaan dari sisi operasional. Bahkan ada pula yang berpendapat bahwa bank syariah hanya dirancang untuk nasabah yang beragama muslim saja.

Kebaharuan penelitian ini adalah dari sisi objek penelitian yaitu dengan responden masyarakat di Desa Lembang Besar Lampung Utara. Penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui Adakah Pengaruh Persepsi Terhadap Minat Menabung Pada Produk Simpanan Wadiah (Studi Masyarakat Desa Lembang Besar Lampung Utara).”

TINJAUAN TEORITIK

Persepsi

Persepsi (dari bahasa latin *perceptio*, *percipio*) adalah peristiwa menyusun, mengenali, dan menafsirkan informasi sensoris guna sehingga dapat memberikan gambaran dan pemahaman tentang lingkungan. Persepsi adalah sebuah proses saat individu mengatur dan menginterpretasikan kesan-kesan sensoris mereka guna memberikan arti bagi lingkungan mereka (Couto, 2016). Menurut Rakhmat menyatakan bahwa persepsi adalah pengamatan tentang obyek, peristiwa atau hubungan yang diperoleh dengan menyimpulkan informasi dan menafsirkan pesan. Lebih lanjut, Chaplin mengartikan persepsi sebagai proses mengetahui atau mengenali objek dan kejadian objektif dengan bantuan indra (Warsah & Daheri, 2021). Menurut Bimo Walgito, persepsi memiliki indikator-indikator antara lain Penyerapan, Pemahaman dan Penilaian (Malaika, 2024).

Minat Menabung

Minat merupakan kecenderungan seseorang yang berkaitan dengan sebuah perasaan senang (positif) terhadap sesuatu yang dianggap bermanfaat dan dapat dipercaya serta sesuai dengan kebutuhan dan dapat memberikan kepuasan kepada penggunaanya (Nurfitriani & Hidayati, 2021). Sedangkan menabung menurut Bank Indonesia didefinisikan sebagai kegiatan menyisihkan uang untuk dikumpulkan guna mencapai target dana tertentu agar kelak dapat digunakan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan (Irdawati & dkk, 2024). Menurut Peter dan Olson Minat menabung, yakni perilaku nasabah sendiri merupakan tindakan-tindakan individu yang secara langsung terlibat dalam usaha memperoleh, menggunakan produk dan jasa, termasuk proses pengambilan keputusan yang mengakui dan mengikuti tindakan-tindakan tersebut (Djemuni & Fadli, 2021). Bagi yang belum pernah menabung, indikator yang menentukan minat antara lain Dorongan Diri, Motif Sosial dan Faktor Emosional.

Simpanan Wadiah

Wadi'ah adalah titipan nasabah yang harus dijaga dan dikembalikan setiap saat apabila nasabah yang bersangkutan menghendaki. Bank bertanggung jawab atas pengembalian titipan (Mukhlas, 2023). Menurut Syafi'iyah, wadiah adalah akad yang dilaksanakan untuk menjaga sesuatu yang dititipkan. Sedangkan menurut Antonio, wadiah merupakan titipan murni dari satu pihak kepada pihak lain, baik individu atau badan hukum yang harus dijaga dan dikembalikan kapan saja si penitip menghendaki (Nurnasrina & Putra, 2017). Terdapat dua jenis wadiah yaitu Wadi'ah Yad Amanah adalah akad titipan yang murni penitipan barang atau aset dari penitip kepada penerima titipan dan penerima titipan tidak boleh memanfaatkan barang titipan dan Wadi'ah yad dhamanah adalah akad titipan dimana penerima titipan boleh memanfaatkan atau memproduktifkan barang titipan (Ryandono & Wahyudi, 2021). Tabungan wadiah adalah jenis simpanan dalam bentuk rekening tabungan (*savings account*) yang menggunakan akad wadiah yang penarikannya dapat dilakukan dengan syarat tertentu, tetapi tidak dapat diambil dengan cek, giro, atau alat lain yang dipersamakan dengan itu, menurut Undang-Undang Perbankan Nomor 21 Tahun 2008. Pasal 1 Angka 23 Menurut Fatwa Dewan Syariah Nasional No. 02/DSN-MUI/IV/2000, jenis tabungan yang dibenarkan adalah yang didasarkan atau sesuai dengan prinsip mudharabah dan wadiah (Yakin, 2024).

Hipotesis

Hipotesis ialah merupakan jawaban sementara atau kemungkinan pertanyaan yang dapat menjelaskan dari rumusan masalah yang diajukan (Amelia & dkk, 2023). Berdasarkan teori di atas, maka peneliti mengajukan hipotesis sebagai berikut:

- Hipotesis alternatif (H_a)

Ada pengaruh yang signifikan antara persepsi terhadap minat menabung pada produk simpanan wadiah (Studi Masyarakat Desa Leping Besar Lampung Utara).

- Hipotesis nol (H_o)

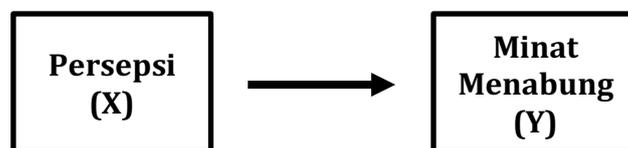
Tidak ada pengaruh yang signifikan antara persepsi terhadap minat menabung pada produk simpanan wadiah (Studi Masyarakat Desa Leping Besar Lampung Utara).

Sehingga berdasarkan pasangan hipotesis di atas, maka hipotesis penelitiannya yaitu ada pengaruh yang signifikan antara persepsi terhadap minat menabung pada produk simpanan wadiah (Studi Masyarakat Desa Leping Besar Lampung Utara).

Kerangka Berfikir

Kerangka berpikir adalah sebuah model atau gambaran yang berupa konsep yang didalamnya menjelaskan tentang hubungan antara variabel yang satu dengan variabel yang lainnya.

Gambar 1. Bagan Kerangka Berfikir



Dari kerangka berfikir diatas dapat dilihat bahwasannya persepsi sebagai variabel independen dan minat menabung menjadi variabel dependen.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan penelitian yang bersifat lapangan (*Field Research*) dengan pendekatan kuantitatif. Jenis Penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah jenis penelitian asosiatif (hubungan). Dalam penelitian yang dilakukan oleh penulis bentuk hubungan ini bersifat sebab akibat (kausal), yaitu hubungan yang bersifat mempengaruhi dua variabel atau lebih (Sugiyono, 2013). Jadi di dalam penelitian ini terdapat variabel independen (X) yakni variabel persepsi dan variabel dependen (Y) yakni minat menabung masyarakat menggunakan produk simpanan wadiah untuk mengetahui adakah pengaruh atau

hubungan suatu variabel berasosiasi ataukah tidak dengan variabel lainnya, penelitian ini dilakukan di Desa Leping Besar Lampung Utara.

Populasi adalah keseluruhan objek yang akan atau ingin diteliti (Syahrums & Salim, 2014). Penelitian ini mengambil populasi dari seluruh masyarakat atau penduduk di Desa Leping Besar Lampung Utara. Jumlah penduduk di Desa Leping Besar Lampung Utara 880 (delapan ratus delapan puluh) dengan rata-rata pekerjaan sebagai petani. Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Amelia & dkk, 2023). Dan penentuan sampel teknik *Purposive Sampling* atau *Judgmental Sampling* adalah cara penarikan sampel yang dilakukan dengan memilih subjek berdasarkan kriteria spesifik yang ditetapkan oleh peneliti (Priadana & Sunarsi, 2021). Kriteria responden yaitu usia responden minimal 18 tahun yang menjadi sampel penelitian ini.

Populasi dalam penelitian ini adalah 880 jumlah penduduk di Desa Leping Besar Lampung Utara dan presisi yang ditetapkan atau tingkat signifikansi 10% atau 0,01. Untuk menentukan besarnya jumlah sampel dengan menggunakan rumus slovin, maka besarnya sampel yang digunakan adalah:

$$n = \frac{880}{1 + 880(10\%)^2} = \frac{880}{1 + 8,8} = \frac{880}{9,8} = 89,79$$

$n = 90$ (dibulatkan)

Jadi, sampel yang ditetapkan pada penelitian ini adalah sebanyak 90 orang dari jumlah populasi masyarakat yang berdomisili di Desa Leping Besar Lampung Utara.

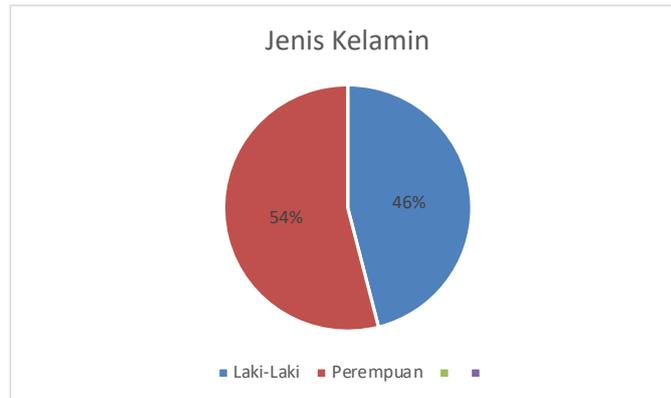
Teknik pengumpulan data menggunakan metode kuesioner dan dokumentasi. Agar menghemat biaya dan mempermudah dalam proses pengumpulan data, peneliti menggunakan kuesioner dengan media *google form* dalam mengumpulkan data dari responden. Kuesioner menggunakan lima *skala likert*. Kemudian mengelompokkan data berdasarkan variabel dan responden, mentabulasi data berdasarkan variabel dari seluruh responden, menyajikan data setiap variabel yang diteliti, melakukan perhitungan untuk menjawab rumusan masalah dana melakukan perhitungan untuk menguji hipotesis yang telah diajukan.

Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan analisis kuantitatif menggunakan program IBM SPSS 26. Sedangkan analisis yang digunakan adalah: Uji Validitas dan Reliabilitas, Uji Asumsi Klasik meliputi Uji Normalitas, Uji heterokedastisitas, Analisis Regresi Linier Sederhana, Uji Hipotesis yaitu Uji Parsial (Uji T) dan Uji Koefisien Determinasi (R^2).

HASIL DAN PEMBAHASAN

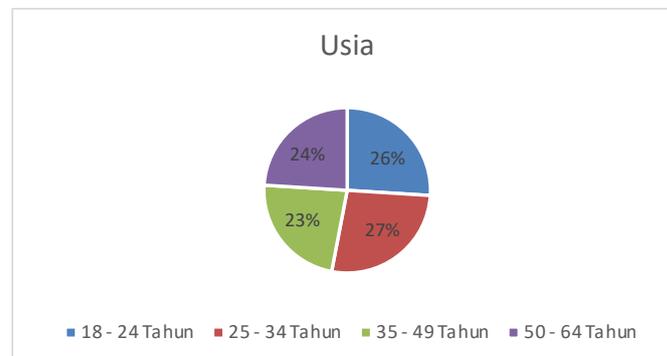
Berdasarkan hasil responden yang diambil sebagai survey dalam penelitian ini adalah Masyarakat Desa Leping Besar Lampung Utara. Jumlah responden yang digunakan sebagai sampel penelitian sebanyak 90 orang yang memiliki karakteristik sebagai berikut:

Gambar 2. Responden Berdasarkan Jenis Kelamin



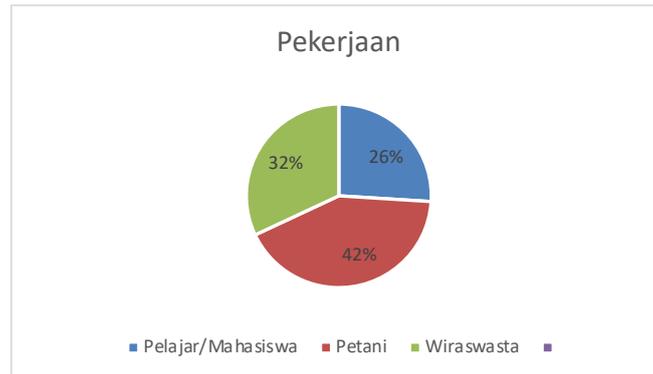
Berdasarkan Gambar 2 diatas menunjukkan bahwa jumlah responden berdasarkan jenis kelamin sebanyak 46% (41) laki-laki dan 54% (49) perempuan. Dari data tersebut menunjukkan bahwa responden didominasi oleh mahasiswa yang berjenis kelamin perempuan.

Gambar 3. Responden Berdasarkan Usia



Berdasarkan Gambar 3 di atas menunjukkan bahwa jumlah responden yang berusia 18-24 tahun berjumlah 23 responden atau 26%, usia 25-34 tahun berjumlah 24 responden atau 27%, usia 35-49 tahun berjumlah 21 responden atau 23%, dan yang terakhir 50-64 tahun berjumlah 22 responden atau 24%.

Gambar 4. Responden Berdasarkan Pekerjaan



Berdasarkan gambar 4 diatas menunjukkan bahwa jumlah responden yang memiliki pekerjaan sebagai pelajar/mahasiswa sebanyak 23 responden atau 26%, Responden yang bekerja sebagai petani sebanyak 38 responden atau 42%, dan terakhir. Responden yang bekerja sebagai wiraswasta sebanyak 29 responden atau 32%.

Uji Validitas

Pada riset ini dalam menguji dan mengolah kevalidan sebuah pertanyaan yang disebarkan kepada responden, peneliti menggunakan uji validitas. Yang mana data dikatakan valid apabila korelasi lebih besar dari pada r tabel. Berikut hasil uji validitas pada instrumen penelitian ini.

Tabel 2. Hasil Uji Validitas

	Variabel	r_{xy}	r_{tabel}	Keterangan
Persepsi	X01	0,642	0,207	Valid
	X02	0,826	0,207	Valid
	X03	0,585	0,207	Valid
	X04	0,750	0,207	Valid
	X05	0,536	0,207	Valid
	X06	0,846	0,207	Valid
	X07	0,406	0,207	Valid
	X08	0,574	0,207	Valid
	X09	0,615	0,207	Valid
Minat Menabung	Y01	0,629	0,207	Valid
	Y02	0,898	0,207	Valid
	Y03	0,867	0,207	Valid
	Y04	0,812	0,207	Valid
	Y05	0,766	0,207	Valid
	Y06	0,416	0,207	Valid
	Y07	0,596	0,207	Valid

Sumber: Hasil Uji SPSS 26, 2024

Berdasarkan hasil analisis pada tabel diatas, telah diperoleh hasil nilai korelasi antara skor item pertanyaan dengan skor total, r tabel dicari pada nilai signifikansi 0,05 dengan

menggunakan uji 2 sisi dan jumlah data (n) = 90 responden. Jika n = 90 maka df = 90 – 2 = 88, maka terdapat nilai r tabel sebesar 0,2072.

Hasil analisis pada tabel di atas juga memaparkan bahwa setiap item pernyataan dari masing-masing variabel dikatakan Valid, karena nilai r hitung memiliki nilai yang lebih besar daripada nilai r tabel. Output dari pengujian validitas menyatakan semua pertanyaan kuesioner terdistribusi valid.

Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dalam penelitian ini menggunakan metode *Alpha Crochbach's* (>0,6). Dapat dikatakan reliabel apabila nilai *Alpha Crochbach's* >0,6. Berikut ini adalah tabel uji reliabilitas dengan menggunakan SPSS 26.

Tabel 3. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Nilai <i>Crochbach's Alpha</i>	Keterangan
Persepsi	0,808	Reliabel
Minat Menabung	0,841	Reliabel

Sumber : Hasil Uji SPSS 26, 2024

Berdasarkan dari hasil analisis di atas, diperoleh hasil nilai *Crochbach's Alpha* pada masing-masing variabel X dan Y lebih besar dari ketentuan yaitu 0,6. Maka dari hasil tersebut peneliti mendapatkan kesimpulan bahwa item kuesioner reliabel dan dapat diandalkan.

Uji Asumsi Klasik

Untuk hasil uji asumsi klasik diketahui data terdistribusi normal, bebas dari uji normalitas, bebas uji heterokedastisitas. Kemudian dilakukan uji analisis regresi linier sederhana pada masing-masing variabel.

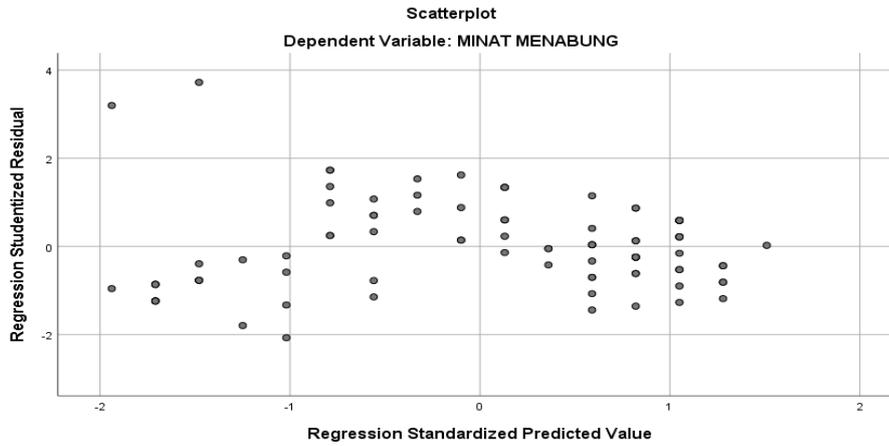
Tabel 4. Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		90
Normal Parameters^{a,b}	Mean	0.0000000
	Std. Deviation	2.70580942
Most Extreme Differences	Absolute	0.081
	Positive	0.081
	Negative	-0.055
Test Statistic		0.081
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		
d. This is a lower bound of the true significance.		

Sumber : Hasil Uji SPSS 26, Tahun 2024

Berdasarkan hasil uji analisis normalitas mendapatkan nilai sebesar $0,200 > 0,05$. Dimana peneliti memberikan kesimpulan bahwa hasil ini menunjukkan data primer berdistribusi dengan normal.

Tabel 5. Hasil Uji Heterokedastisitas



Sumber : Hasil Uji SPSS 26, Tahun 2024

Berdasarkan hasil uji yang didapatkan dari tabel di atas, dapat dilihat bahwa penyebaran residualnya adalah tidak teratur atau tidak membentuk pola tertentu. Sehingga dengan demikian peneliti dapat mengambil keputusan bahwa tidak terjadi persamaan regresi memenuhi asumsi heterokedastisitas.

Analisis Regresi Linier Sederhana

Dalam analisis ini dapat terlihat bagaimana variabel bebas, yaitu persepsi (X) mempengaruhi variabel terikat, yaitu minat menabung (Y). Berikut merupakan hasil Uji Regresi Linier Sederhana pada penelitian ini:

Tabel 6. Hasil Uji Regresi Linier Sederhana

Model	Coefficients ^a			t	Sig.
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	4.530	2.235		2.027	0.046
PERSEPSI	0.760	0.066	0.774	11.464	0.000

Dependent Variable: MINAT MENABUNG

Sumber : Hasil Uji SPSS 26, Tahun 2024

Berdasarkan hasil dari tabel di atas, maka dapat dirumuskan model persamaan regresinya sebagai berikut:

$$Y = 4,530 + 0,760 X$$

Model persamaan regresi tersebut artinya:

- a. Nilai konstanta (a) adalah 4,530 dapat diartikan jika persepsi nilainya adalah 0, maka tingkat minat menabung nilainya 4,530.

- b. Nilai regresi variabel persepsi (b) bernilai positif yaitu 0,760 dapat diartikan bahwa setiap persepsi sebesar 1 satuan, maka tingkat minat menabung masyarakat pada produk simpanan wadiah akan meningkat sebesar 0,760. Koefisien bernilai positif, artinya terjadi hubungan positif antara persepsi masyarakat tentang produk simpanan wadiah di bank syariah.

Berdasarkan hasil dari pengujian analisis regresi sederhana di atas dapat disimpulkan bahwa pada penelitian ini persepsi berpengaruh terhadap minat menabung menggunakan produk simpanan wadiah.

Pengujian Hipotesis

Uji T

Uji T sebagai alat analisis untuk mengetahui apakah variabel independen secara individual mempunyai pengaruh positif atau pengaruh negatif terhadap variabel dependen dengan hasil probabilitas (signifikansi) memperoleh peluang (harapan) signifikan atau non signifikan. Pengujian ini dilakukan dengan membandingkan t-hitung dengan t-tabel pada taraf signifikan 5% (0,05). Berikut merupakan hasil Uji T pada penelitian ini:

Tabel 7. Hasil Uji T

Model		Coefficients ^a				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4.530	2.235		2.027	0.046
	PERSEPSI	0.760	0.066	0.774	11.464	0.000

Dependent Variable: MINAT MENABUNG

Sumber : Hasil Uji SPSS 26, Tahun 2024

Penjelasan hasil uji t pada variabel diatas sebagai berikut:

Variabel persepsi (X) diperoleh nilai t hitung 11,464 > 1,662 yang peneliti dapat disimpulkan bahwa H₀ ditolak dan H_a diterima, yang berarti ada pengaruh positif antara variabel persepsi dengan minat menabung.

Uji Koefisien Determinasi (R²)

Uji koefisien determinasi (R²) dilakukan guna mengetahui seberapa besar presentase pengaruh variabel persepsi (X) terhadap variabel minat menabung (Y). Berikut hasil uji koefisien determinasi pada penelitian ini:

Tabel 8. Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.774 ^a	0.599	0.594	2.72114

a. Predictors: (Constant), PERSEPSI
b. Dependent Variable: MINAT MENABUNG

Sumber : Hasil Uji SPSS 26, Tahun 2024

Berdasarkan hasil tabel di atas, menjelaskan besarnya nilai korelasi atau hubungan (R) yaitu sebesar 0,774. Dari output tersebut diperoleh koefisien determinasi (R Square) sebesar 0,599, yang mengandung pengertian bahwa pengaruh variabel bebas (Persepsi) terhadap variabel terikat (Minat Menabung) adalah sebesar 59,9% sedangkan sisanya 40,1% dijelaskan oleh variabel lain diluar variabel yang diteliti.

Pembahasan Hasil

Dari jawaban masyarakat dalam menjawab keseluruhan pernyataan yang di berbagai indikator baik indikator persepsi dan indikator minat menabung tersebut dapat di ketahui hasil analisis yang dilakukan dengan bantuan aplikasi program SPSS versi 26, menunjukkan hasil dari koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,599 atau 59,9%. Hal ini menunjukkan bahwa persentase sumbangan pengaruh variabel persepsi terhadap variabel minat menabung 59,9% atau dengan kata lain variabel bebas yang digunakan dalam model persepsi mampu menjelaskan sebesar 59,9% dan variabel terikat keputusan masyarakat sebesar 40,1% dijelaskan oleh variabel lain diluar variabel yang diteliti.

Adapun hasil dari penelitian ini berdasarkan pengujian hipotesis yang telah dilakukan bahwasanya H_a diterima dan H_o ditolak, dikarenakan nilai signifikansi yang ditunjukkan pada tabel koefisiensi sebesar 0,000 yang artinya kurang dari 0,05. Berdasarkan hasil tersebut bahwasanya Variabel Y (Minat Menabung) benar dipengaruhi oleh Variabel X (Persepsi) dengan arah yang positif dan signifikan.

Hal ini juga diperkuat sesuai dengan teori indikator persepsi yaitu pemahaman dengan teori indikator minat menabung yaitu dorongan diri. Kemudian dari indikator persepsi yaitu pemahaman, sesuai teori yang ada maka akan mendorong minat menabung karena dorongan diri, yang berarti setelah seseorang paham terkait produk simpanan wadiah maka seseorang akan berminat hal ini disebabkan oleh dorongan dari dalam diri.

Berdasarkan hasil yang diperoleh pada penelitian ini, maka tidak semua penelitian memiliki hasil yang sama dengan penelitian terdahulu, seperti salah satu hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Muharto, Aisya Mutiarasari, Puspauzia Midu (2022) bahwa dalam penelitiannya variabel persepsi nasabah tentang pelayanan dan fasilitas memiliki

pengaruh positif dan tidak signifikan terhadap keputusan menjadi nasabah bank syariah. Sehingga hasil penelitian ini tidak sama (Muharto, Aisya & Midu, 2022).

Namun penelitian ini juga sesuai dengan hasil dari penelitian yang dilakukan oleh Dasrila Baitia (2023) yang menyatakan bahwa variabel pengetahuan berpengaruh signifikan terhadap minat menabung (Baitia, 2023). Didukung juga dengan hasil penelitian terdahulu yang dilakukan Ana Rohana (2023) dalam penelitiannya juga menunjukkan persepsi bagi hasil dan persepsi pengetahuan secara bersama-sama memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung (Rohana, 2023).

Hal ini ditunjukkan pada tabel 7 hasil koefisiensi t_{hitung} lebih besar daripada t_{tabel} , yakni $11,464 > 1,662$ dan nilai signifikansi pada Variabel X (Persepsi) sebesar 0,000 yang berarti kurang dari 0,05 (H_a diterima dan H_0 ditolak). Maka berarti hasil tersebut Variabel Y (Minat Menabung) benar dipengaruhi oleh variabel X (Persepsi) dengan arah yang positif dan signifikan. Hal ini menggambarkan bahwa semakin baik persepsi masyarakat terhadap bank syariah, maka minat menjadi nasabah di bank syariah juga akan semakin tinggi. Begitu pula sebaliknya, semakin buruk persepsi masyarakat terhadap bank syariah, maka minat menjadi nasabah di bank syariah akan semakin rendah.

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. 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 pada produk simpanan wadiah di bank syariah.

KESIMPULAN

Berdasarkan analisis data yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa variabel persepsi (X) dalam mempengaruhi minat menabung (Y) diperoleh sebesar 11,464 ($> 1,662$). Yang artinya $t_{hitung} > t_{tabel}$ dengan nilai signifikan sebesar 0,000 ($< 0,05$). Maka dapat disimpulkan bahwa pengujian yang dilakukan memberikan hasil yakni Persepsi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Menabung pada produk simpanan wadiah. Hal ini

dibuktikan dengan hasil uji regresi linier sederhana dengan nilai 0,760, dengan hasil R² sebesar 59,9% dimana 40,1% bisa saja dipengaruhi oleh faktor-faktor lain.

Dengan adanya penelitian ini diharapkan sebagai bahan acuan atau bahan pertimbangan untuk mengembangkan penelitian selanjutnya. Oleh karena itu, peneliti menyarankan agar penelitian selanjutnya memperluas objek penelitian, atau bisa menambahkan sampel yang lebih banyak lagi, serta menggunakan variabel lain yang belum dipakai dalam penelitian agar penelitian ini semakin berkembang. Serta bisa dijadikan bahan masukan untuk mendorong perkembangan bank syariah, perlu diadakannya sosialisasi mengenai bank syariah, keunggulan produk-produknya serta keuntungan menjadi nasabah di bank syariah, karena masih ada masyarakat yang belum mengetahui tentang bank syariah, dan perlu juga diadakan sosialisasi mengenai bank syariah kepada masyarakat-masyarakat yang ada di desa dan untuk meningkatkan persepsi masyarakat mengenai bank syariah, masyarakat juga bisa mencari informasi sendiri mengenai bank syariah seperti melalui teman atau keluarga serta dari media massa.

DAFTAR PUSTAKA

- A Amelia, Dahlia., dkk. 2023. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Aceh: Yayasan Penerbit Muhammad Zaini.
- Arkhan, Fariz., Yusri, Diyan., Alam, Anjur Perkasa. "Persepsi Tokoh Masyarakat Kota Tanjung Pura Tentang Isu Riba Dalam Meningkatkan Minat Masyarakat Menabung Di Bank Syariah Indonesia Kcp Stabat." *EKSYA : Jurnal Ekonomi Syariah*, Vol. 3 No. 1, 2022.
- Arsa, Bambang Kurniawan dan Yogitriani, Rima. "Pengaruh Lokasi Dan Promosi Terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah Pada Masyarakat Kelurahan Cempaka Putih Kota Jambi." *Margin : Journal Of Islamic Banking*, Vol. 3 No. 2, 2023.
- Baitia, Dasrila. "Pengaruh Pengetahuan Akad Wadi'ah Terhadap Minat Mahasiswa Menabung Di Bank Syariah Indonesia Di Kota Banda Aceh (Studi Pada Mahasiswa Di Banda Aceh)," 2023.
- Couto, Alizamar Nasbahry. 2016. *Psikologi Persepsi & Desain Informasi: Sebuah Kajian Psikologi Persepsi Dan Prinsip Kognitif Untuk Kependidikan Dan Desain Komunikasi Visual*. Yogyakarta: Media Akademi.
- Departemen Perbankan Syariah Otoritas Jasa Keuangan (2022) "Laporan Perkembangan Keuangan Syariah Indonesia 2023."
- Djemuni dan Fadli, Mochammad Faisal. "Analisis Minat Menabung Nasabah PT. BPR Prima Multi Makmur." *JEMBA : Jurnal Ekonomi Pembangunan, Manajemen Dan Bisnis, Akuntansi*, Vol. 1 No. 2, 2021.
- Farwitawati, Reni. "Persepsi Masyarakat Pekanbaru Tentang Perbankan Syariah Dan Penyebab Masyarakat Tidak Memilih Bank Syariah." *Jurnal Daya Saing*, Vol. 5 No. 2, 2019.
- Irdawati., dkk. 2024. *Literasi Keuangan Dan Pengetahuan Produk Pada Perilaku Menabung Pekerja Milenial Melalui Fintech (Tinjauan Kasus Pengguna Smarthphone)*. Jawa Tengah: PT Nasya Expanding Management.

- Kasmiati. "Dinamika Pembiayaan Perbankan Syariah Dalam Mengembangkan Dunia Usaha." *LABATILA: Jurnal Ilmu Ekonomi Islam*, Vol. 5 No. 02, 2021.
- Malaika, H. Zuman. 2024. *Persepsi Warga Sekolah Tentang Kekerasan Peserta Didik*. Jawa Barat: CV. Adanu Abimata.
- Masruron, Muhammad dan Safitri, Nurul Aulia Adinda. "Analisis Perkembangan Perbankan Syariah Di Indonesia Di Masa Pandemi Covid-19." *Al Birru: Jurnal Keuangan dan Perbankan Syariah*, Vol. I No. 1, 2021.
- Muharto, Aisyah, Mutiarasari dan Midu, Puspauzia. "Pengaruh Persepsi Terhadap Keputusan Nasabah Menabung Di Bank Syariah Kotamobagu Dengan Moderasi Riba." *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, Vol. 8 No. 3, 2022.
- Mukhlas, Abdulloh Arif. "Telaah Terhadap Akad Wadi'ah Yad Dlomanah." *IQTISODINA: Jurnal Ekonomi Syariah Dan Hukum Islam*, Vol. 6 No. 1, 2023.
- Nurfitriani dan Hidayati, Ulfa. "Pengaruh Produk Dan Lokasi Terhadap Minat Menabung Masyarakat Di Bank Syariah Indonesia Kcp Polewali." *Jurnal Manajemen dan Perbankan Syariah*, Vol. 3 No. 11, 2021.
- Nurnasrina dan Putra, P. Adiyes. 2017. *Kegiatan Usaha Bank Syariah*. Yogyakarta: Kalimedia.
- Priadana, Sidik dan Sunarsi, Denok. 2021. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Tangerang Selatan: Pascal Books.
- Rohana, Ana. "Pengaruh Persepsi Bagi Hasil Dan Persepsi Pengetahuan Terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah." *Srikandi: Journal of Islamic Economics and Banking*, Vol. 1 No. 2, 2023.
- Ryandono, Muhamad Nafik Hadi dan Wahyudi, Rofiul. 2021. *Manajemen Bank Islam Pendekatan Syariah Dan Praktek*. Yogyakarta: UAD PRESS.
- Sabir, Muhammad dan Tunnisa, Rifka. "Jaminan Fidusia Dalam Transaksi Perbankan (Studi Komparatif Hukum Positif Dan Hukum Islam)." *Mazahibuna: Jurnal Perbandingan Mazhab*, Vol. 2 No. 1, 2020.
- S Setyaningsih, Erna Wahyu., dkk. "Implementasi Faktor-faktor Berpengaruh Terkait Efisiensi dan Kredibilitas Bank umum Syariah di Indonesia." *KAMPUS AKADEMIK PUBLISING: Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Manajemen*, Vol. 1 No. 4, 2023.
- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Syahrum dan Salim. 2014. *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Citapustaka Media.
- Tiasari, Fi'ika dan Sanjayawati, Hilda. "Pengaruh Persepsi Masyarakat tentang Perbankan Syariah terhadap Minat Menabung di Bank BNI Syariah KCP Kapanjen." *Journal Islamic Business and Entrepreneurship*, Vol. 1 No. 2, 2022.
- Warsah, Idi dan Daheri, Mirzon. 2021. *Psikologi Suatu Pengantar*. Yogyakarta: Tunas Gemilang Press.
- Yakin, Husnul. 2024. "Analisis Perlakuan Akuntansi Pada Tabungan Easy Wadiah Di BSI Kantor Cabang Banyuwangi Basuki Rahmat Salah Satu Produk Bank Syariah Indonesia Yaitu Tabungan Easy , Tabungan Easy Terdapat Dua." *Mazinda: Jurnal Akuntansi, Keuangan, Dan Bisnis* 02 No, 02, 2024.