

## BAB II

### LANDASAN TEORI DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

#### A. Pemahaman

##### 1. Pengertian Pemahaman

Pemahaman berasal dari kata paham, menurut kamus besar bahasa Indonesia (KBBI) mempunyai arti faham, mengerti, maklum, mengetahui, aliran ajaran. Sedangkan pemahaman mempunyai arti proses, perbuatan, cara memahami/ memahamkan.<sup>14</sup> Pemahaman merupakan proses berpikir dan belajar. Dikatakan demikian karena untuk menuju kearah pemahaman perlu diikuti dengan belajar dan berpikir. Pemahaman merupakan proses, perbuatan dan cara memahami.<sup>15</sup>

Definisi pemahaman menurut Anas Sudjono adalah kemampuan seseorang untuk mengerti atau memahami sesuatu setelah sesuatu itu diketahui dan diingat. Dengan kata lain, memahami adalah mengetahui tentang sesuatu yang dapat melihatnya dari berbagai segi. Pemahaman merupakan jenjang kemampuan berpikir yang setingkat lebih tinggi dari ingatan dan hafalan.<sup>16</sup>

Pemahaman adalah tingkatan kemampuan yang mengharapkan seseorang mampu memahami arti atau konsep, situasi serta fakta yang diketahuinya. Dalam hal ini ia tidak hanya hafal secara verbalitas, tetapi memahami konsep dari masalah atau fakta yang ditanyakan, maka

---

<sup>14</sup> Daryanto, *Kamus Besar Bahasa Indonesia Lengkap EYD & Pengetahuan Umum*, (Apollo Lestari, Surabaya, 1997), 454

<sup>15</sup> W.J.S. Porwadarminta, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, (Jakarta : Balai Pustaka, 1991), 636

<sup>16</sup> Anas Sudjono, *Pengantar Evaluasi Pendidikan*, (Jakarta : PT. Raja Grafindo Pesada, 1996). 50

operasionalnya dapat membedakan, mengubah, mempersiapkan, menyajikan, mengatur, menginterpretasikan, menjelaskan, mendemonstrasikan, memberi contoh, memperkirakan, menentukan, dan mengambil keputusan.<sup>17</sup>

Berdasarkan pengertian pemahaman nasabah menurut para ahli diatas, menurut penelitian pemahaman nasabah merupakan segala informasi yang dimiliki nasabah mengenai berbagai macam produk dan jasa serta pengetahuan lainnya yang terkait dengan produk dan jasa tersebut dan informasi yang berhubungan dengan fungsinya sebagai nasabah. Sehingga dapat mempengaruhi pengetahuan nasabah dalam melakukan pembelian atau penggunaan produk atau jasa. Semakin paham nasabah terhadap produk dan jasa keuangan maka semakin mempermudah nasabah dalam memilih produk dan jasa yang tepat untuk kebutuhan kelancaran kegiatan lalu lintas pembayaran yang berguna untuk kelancaran usaha maupun kegiatan sehari-hari masyarakat.

## **2. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pemahaman Nasabah**

Dibutuhkan adanya faktor agar dapat diukur sebagai indikator bahwa seseorang dapat dinyatakan paham akan suatu hal untuk mengetahui pemahaman masyarakat. Kotler dan Bowen (2002) mengurai faktor-faktor yang dapat mempengaruhi pemahaman masyarakat meliputi;

---

<sup>17</sup> Ngalim Purwanto, *Prinsip-Prinsip dan Teknik Evaluasi Pengajaran*, (Bandung: PT.Remaja Rosdakarya, 1997), 44

(1) pengetahuan yang biasa diperoleh melalui pengalaman diri sendiri dan juga melalui pengalaman orang lain secara langsung ataupun tidak (dari media), serta apa yang diberitahukan dapat diterima sebagai sesuatu yang benar (Gulo, 2004),

(2) pengalaman pengalaman terdahulu yang secara umum dapat mempengaruhi seseorang dalam mempersepsikan dunianya. (Saleh et al, 2004),

(3) kondisi ekonomi masyarakat yang baik sehingga dapat mengenyam pendidikan agar dapat memperoleh informasi dan pengetahuan yang cukup memadai dalam kehidupan bermasyarakat,

(4) kondisi sosial yang merupakan hal yang relatif statis dan terstruktur dalam kehidupan sosial kemasyarakatan dengan nilai, minat, dan perilaku serupa melekat pada anggotanya, dan

(5) faktor informasi yang diperoleh masyarakat. Pemahaman seseorang dapat meningkat apabila ia memperoleh informasi yang baik dari media-media informasi cetak maupun elektornik seperti radio, televisi, atau koran serta media lainnya meski tingkat pendidikannya rendah.<sup>18</sup>

---

<sup>18</sup> Samsul dan Ismawati, “*Tingkat Pemahaman Mahasiswa Terhadap Produk-Produk Perbankan Syariah*”, *AlMashrafyah: Jurnal Ekonomi, Keuangan dan Perbankan Syariah* Volume 4, Nomor 1, April 2020.

### 3. Indikator Pemahaman

Menurut Benyamin S. Bloom dalam Muthya (2017) menyatakan bahwa ada tujuh indikator yang dapat dikembangkan dalam tingkatan proses kognitif pemahaman yaitu:

#### a. *Interpreting* (interpretasi)

*Interpreting* (interpretasi) merupakan suatu kemampuan yang ada pada diri seseorang untuk dapat menerima pengetahuan/informasi dari objek tertentu serta mampu menjelaskannya kedalam bentuk lain. Misalnya menjelaskan dari kata terhadap kata (paraphrase/menguraikan dengan katakata), gambar terhadap kata, kata terhadap gambar, angka terhadap kata, kata terhadap angka, notasi terhadap nada, dst. Istilah lain dari *interpreting* (interpretasi) adalah menerjemahkan, menguraikan kata-kata, menggambar dan mengklarifikasikan suatu materi tertentu.

#### b. *Exemplifying* (Mencontohkan)

*Exemplifying* merupakan suatu kemampuan yang ada pada diri seseorang untuk memberikan contoh suatu konsep yang sudah dipelajari dalam proses pembelajaran. Pemberian contoh terjadi ketika seseorang memberi contoh yang spesifik dari objek yang masih umum atau prinsip. Pemberian contoh meliputi identifikasi definisi, ciri-ciri dari objek general atau prinsip.

c. *Classifying* (Mengklasifikasikan)

*Classification* (mengklasifikasikan) merupakan suatu kemampuan yang ada pada seseorang untuk mengelompokkan sesuatu yang berawal dari kegiatan seseorang yang dikenal pada suatu objek tertentu, kemudian seseorang tersebut mampu menjelaskan ciri-ciri dari konsep tersebut, dan mengelompokkan sesuatu berdasarkan ciri-ciri yang sudah ditemukan oleh seseorang tersebut. Klasifikasi meliputi bagian kegiatan mencari ciri-ciri yang relevan atau mencari sebuah pola. Klasifikasi merupakan sebuah pelengkap proses *examflying*. Bentuk alternatif dari mengklasifikasi ini adalah menggolongkan dan mengkategorikan.

d. *Summarizing* (Meringkas)

*Summarizing* merupakan suatu kemampuan yang ada pada diri seseorang untuk mengembangkan pernyataan yang mampu menggambarkan isi informasi/tema secara keseluruhan berupa ringkasan/resume atau abstrak. Meringkas meliputi kegiatan penyusunan gambaran informasi, seperti arti pengertian dari suatu adegan dan menyimpulkan dari bentuk tersebut seperti menemukan tema. Alternatif bentuk ini adalah generalisasi atau abstrak.

e. *Inferring* (Menyimpulkan)

*Inferring* merupakan suatu kemampuan yang ada pada diri seseorang untuk menemukan sebuah pola dari suatu gambaran materi yang diberikan. Aktivitas ini merupakan aktivitas lanjutan dari

kegiatan membuat resume atau abstraksi dari materi tertentu dengan ciri-ciri yang relevan serta dapat hubungan yang jelas antara keduanya. Pengambilan keputusan terjadi ketika seseorang mampu mengihtisarkan suatu objek.

f. *Comparing* (Membandingkan)

*Comparing* (membandingkan) merupakan suatu kemampuan yang ada pada diri seseorang untuk mendeteksi persamaan dan perbedaan antara dua objek atau lebih, kejadian, ide, masalah, atau situasi seperti menentukan bagaimana kejadian itu dapat terjadi dengan baik. Mencari satu persatu hubungan antara satu elemen dengan pola dalam satu objek, peristiwa, atau ide dilain objek, peristiwa atau ide juga yang termasuk kedalam tahap membandingkan. Nama lain dari *comparing* adalah membedakan, menyesuaikan.

g. *Explaining* (Menjelaskan)

Merupakan suatu kemampuan yang ada pada diri seseorang agar seseorang tersebut dapat mengembangkan dan menggunakan sebuah penyebab atau pengaruh dari objek yang diberikan. Nama lain dari *explaining* adalah menjelaskan pengembangan sebuah objek model pembelajaran. Menjelaskan terjadi ketika seseorang mampu membangun dan menggunakan model sebab akibat dalam suatu

sistem. Model mungkin diperoleh dari teori formal atau mungkin dalam penelitian atau percobaan.<sup>19</sup>

## **B. Pengetahuan**

### **1. Pengertian Pengetahuan**

Pengetahuan berasal dari kata tahu yang artinya 1) segala sesuatu yg diketahui; kepandaian; seperti dia mempunyai pengetahuan dalam bidang teknik; 2) segala sesuatu yang diketahui berkenaan dengan hal (mata pelajaran); seperti di sekolah kami diajarkan pengetahuan jahit-menjahit; 3) memaklumi; menyaksikan; tahu akan; seperti kami belum mengetahui apa sebabnya dia tidak datang; 4) tahu dengan memilik ciri-ciri (tanda-tanda dan sebagainya); mengenal: seperti saya mengetahui Ali dari suaranya; 5) menyadari; menginsafi: seperti dia belum mengetahui bahwa pencuri itu sudah berada di kamarnya; 6) mempunyai pengetahuan; berilmu; terpelajar.<sup>20</sup>

Menurut Philip Kotler, Pengetahuan adalah suatu perubahan dalam perilaku suatu individu yang berasal dari pengalaman. Pengukuran pengetahuan dapat dilakukan dengan wawancara atau angket yang menanyakan tentang isi materi yang ingin diukur dari subjek penelitian atau responden.<sup>21</sup>

---

<sup>19</sup> Fich Melina & Marina Zulfa, "Analisis Tingkat Pemahaman Masyarakat Terhadap Produk Pembiayaan Murabahah Bank Syariah Di Kota Pekanbaru", *Jurnal Tabarru' : Islamic Banking And Financ*, Volume 5 Nomor 2, November 2020.

<sup>20</sup> Departemen Pendidikan Nasional, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. (Jakarta: Balai Pustaka, 2001). h. 453.

<sup>21</sup> Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian*. (Jakarta: Erlangga, 2002). h. 89

Berikut peneliti paparkan tentang pengetahuan dari berbagai perspektif:

a. Pengetahuan sebagai sebuah kondisi pikiran.

Pengetahuan telah banyak dilukiskan sebagai kondisi atau fakta dari mengetahui (a state or fact of knowing). Pandangan tentang pengetahuan sebagai kondisi dari pikiran menitikberatkan kemampuan individu untuk mengembangkan pengetahuan personal mereka dan mengaplikasikan pengetahuan tersebut sesuai kebutuhan.

b. Pengetahuan sebagai sebuah objek.

Pengetahuan juga sering dipandang sebagai objek. Pandangan ini menyatakan bahwa pengetahuann merupakan sesuatu yang dapat disimpan dan dimanipulasi (misalnya objek). Pengetahuan dapat disimpan dalam catatancatatan, buku, CD, dan dokumen-dokumen lainnya.

c. Pengetahuan sebagai sebuah proses.

Pandangan ini menitikberatkan pada aplikasi pengetahuan. Dengan pengetahuan yang dimiliki, seseorang akan melakukan tindakan berdasarkan pengetahuan tersebut.

d. Pengetahuan sebagai sebuah kondisi untuk mendapatkan pengetahuan.

Pandangan ini melihat pengetahuan sebagai sebuah kondisi dalam mengakses informasi.

e. Pengetahuan sebagai sebuah kapasitas.

Pengetahuan dapat dipandang sebagai kemampuan yang secara potensial dapat mempengaruhi tindakan di masa datang. Tidak hanya sebatas pada kemampuan seputar tindakan tertentu, tetapi juga kemampuan untuk menggunakan informasi, pembelajaran, dan pengalaman yang menghasilkan kemampuan untuk menginterpretasi dan menemukan informasi yang dibutuhkan dalam pengambilan keputusan.<sup>22</sup>

Pengetahuan atau informasi pada perbankan bisa didapatkan dari orang lain, seperti dari karyawan bank, teman, saudara, keluarga, media cetak dan media elektronik.<sup>23</sup> Selain itu berkaitan dengan pengetahuan, Al-Qur'an surah Al Mujadilah ayat 11 dijelaskan pentingnya pengetahuan:

يَرْفَعُ اللَّهُ الَّذِينَ آمَنُوا مِنْكُمْ وَالَّذِينَ أُوتُوا الْعِلْمَ دَرَجَاتٍ

*Artinya: “ Allah akan meninggikan orang-orang yang beriman di antaramu dan orang-orang yang diberi ilmu pengetahuan beberapa derajat.” (QS. Al Mujadilah; 11).*

Berdasarkan pendapat di atas, dapat disimpulkan bahwa pengetahuan adalah segala sesuatu yang diketahui atau semua informasi yang dimiliki mengenai berbagai macam produk dan jasa, serta

---

<sup>22</sup> Nurul Indarti, Manajemen Pengetahuan : Teori dan Praktik, (Yogyakarta: Gadjah Mada University Press, 2014), h.14

<sup>23</sup> Adi Farma, “Pengambilan Keputusan,” (diakses pada tanggal 4 september 2019)

pengetahuan lainnya yang terkait dengan produk dan jasa tersebut dan informasi yang berhubungan dengan fungsinya sebagai pengguna. Dengan kata lain pengetahuan merupakan informasi yang telah dikombinasikan dengan pemahaman dan potensi untuk menindaki yang melekat pada benak seseorang

## **2. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pengetahuan Nasabah**

Adapun beberapa faktor-faktor yang mempengaruhi pengetahuan seseorang menurut Rambat Lupiyadi antara lain yaitu “pendidikan, pengalaman, dan usia”. Adapun penjelasan terkait faktor-faktor tersebut peneliti paparkan sebagai berikut :

### **a. Pendidikan**

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

### **b. Pengalaman**

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

### c. Usia

Semakin tua umur seseorang maka proses-proses perkembangan mentalnya bertambah baik, akan tetapi pada umur tertentu, bertambahnya proses perkembangan mental ini tidak secepat seperti ketika berumur belasan ahun. <sup>12</sup>

### 3. Indikator Pengetahuan Nasabah

Ruslan Rosady mengatakan bahwa “hal-hal yang perlu diperhatikan terkait pengetahuan nasabah dalam menentukan keputusan untuk menjadi nasabah dapat ditentukan dengan indikator-indikator seperti adanya informasi dari media, pengalaman teman, saudara ataupun keluarga, dan pengetahuan ilmiah”.<sup>24</sup>

Notoatmojo mengatakan bahwa variabel pengetahuan (knowledge) nasabah memiliki indikator sebagai berikut:

#### a. Tahu (know)

Tahu diartikan sebagai mengingat suatu materi yang telah dipelajari sebelumnya dan mengingat kembali (recall) sesuatu yang spesifik dari seluruh bahan yang dipelajari atau rangsangan yang telah diterima.

#### b. Memahami (comprehension)

Memahami diartikan sebagai suatu kemampuan untuk menjelaskan secara benar tentang objek yang diketahui, dan dapat menginterpretasikan materi tersebut secara benar.

#### c. Aplikasi (application)

---

<sup>24</sup> Ruslan Rosady, *Public Relation dan Komunikasi*. (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2003), h. 67

Aplikasi diartikan sebagai kemampuan untuk menggunakan materi yang telah dipelajari pada situasi atau kondisi real (sebenarnya).

d. Analisis (analysis)

Analisis adalah suatu kemampuan untuk menjabarkan materi atau suatu objek ke dalam komponen-komponen, tetapi masih di dalam struktur organisasi, dan masih ada kaitannya satu sama lain.

e. Sintesis (synthesis)

Sintesis menunjuk kepada suatu kemampuan untuk meletakkan atau menghubungkan bagian-bagian di dalam suatu bentuk keseluruhan yang baru.

f. Evaluasi (evaluation)

Evaluasi ini berkaitan dengan kemampuan untuk melakukan justifikasi atau penilaian terhadap suatu materi atau objek.<sup>25</sup>

## **C. Keputusan Penggunaan**

### **1. Pengertian Keputusan Penggunaan**

Keputusan penggunaan adalah aktivitas yang melibatkan individu secara langsung dalam proses pengambilan keputusan untuk menggunakan atau mendapatkan suatu barang atau jasa.<sup>26</sup> Pengambilan keputusan dalam pembelian adalah proses memilih dan menilai beberapa pilihan produk yang tersedia dengan menetapkan pilihan yang

---

<sup>25</sup> Notoatmodjo, Pendidikan, op.cit., h. 79

<sup>26</sup> M. Rondonuwu, Tingkat Pendidikan, Motivasi Dan Promosi Pengaruhnya Terhadap Keputusan Penggunaan Produk Nasabah Priority Banking Bank Sulut. Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi, 1(3), 257264.

(2017)

dianggap paling menguntungkan sesuai dengan kepentingan konsumen.<sup>27</sup>

Selain itu menurut (Gunawan et al., 2019) mendefinisikan bahwa keputusan pembelian merupakan kegiatan yang berkaitan dengan keputusan untuk membeli suatu produk dalam upaya pemenuhan keinginan dan kebutuhan. kebutuhan, mencari informasi, mengevaluasi alternatif barang atau jasa yang dipilih, keputusan membeli atau menggunakan suatu produk atau jasa, serta sikap setelah penggunaan dan pembelian.<sup>28</sup> Menurut Kustiyah, mendefinisikan bahwa keputusan pembelian merupakan penyeleksian beberapa pilihan alternatif dan pilhan alternatif lain harus tersedia saat konsumen akan melakukan pengambilan keputusan. Salah satu cara yang dapat dilakukan oleh perusahaan untuk mempengaruhi keputusan pembelian konsumen adalah dengan melakukan kegiatan pemasran, seperti promosi dan lain sebagainya.<sup>29</sup>

Dari beberapa pengertian di atas dapat disimpulkan bahwa keputusan pengguna adalah kegiatan yang melibatkan individu untuk memilih dan menilai bebrapa pilihan produk dalam upaya pemenuhan

---

<sup>27</sup> Keren, & Sulistiono. Pengaruh Motivasi, Budaya, dan Sikap Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Produk Indomie. *Jurnal Ilmiah Manajemen*, 7(3), 319-324, (2019).

<sup>28</sup> Gunawan et al., Analysis of The Effects of Perceived Ease of Use and Perceived Usefulness on Consumer Attitude and Their Impacts on Purchase Decision on PT Tokopedia In Jabodetabek. *European Journal Of Business and Management Research*, 4(5), 1-6, (2019).

<sup>29</sup> Kustiyah et al., Kemudahan, Kepercayaan Dan Persepsi Resiko Kemudahan, Kepercayaan dan Persepsi Resiko Terhadap Keputusan Pembelian Pengguna Dompot Digital Ovo Di Surakarta, *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689-1699, (2019).

kebutuhan dan keinginan lalu memutuskan untuk menggunakan suatu produk.

Dalam perspektif Islam, konsep pengambilan keputusan lebih ditekankan untuk memilih produk yang halal. Hal ini sesuai dengan firman Allah SWT dalam QS AlBaqarah: 168, yang berbunyi:

يَأَيُّهَا النَّاسُ كُلُوا مِمَّا فِي الْأَرْضِ حَلَالًا طَيِّبًا وَلَا تَتَّبِعُوا خُطُوَاتِ الشَّيْطَانِ ۚ إِنَّهُ لَكُمْ عَدُوٌّ مُبِينٌ

Artinya : *”Wahai manusia! Makanlah dari (makanan) yang halal dan baik yang terdapat di bumi, dan janganlah kamu mengikuti Langkah-langkah setan. Sungguh, setan itu musuh yang nyata bagimu.”*

Dari ayat di atas dapat diketahui bahwa saat memutuskan menggunakan suatu produk, umat islam harus memperhatikan segala sesuatu dari produk tersebut bersifat halal. Tidak hanya bahan-bahan yang terkandung, tetapi juga dari cara mendapatkan, cara mengolah, dan tempat pengolahan.

## **2. Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Penggunaan**

Faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen adalah :

- 1) Faktor Budaya, adalah faktor yang dipengaruhi oleh nilai adat istiadat, budaya, serta kebiasaan masyarakat yang berada di sekeliling kehidupan seseorang. Indikator dari faktor budaya adalah: anggapan tentang baik buruknya suatu produk, rasa percaya terhadap suatu produk, serta dorongan untuk memilih suatu produk.

- 2) Faktor Sosial, adalah faktor yang berasal dari orang lain, Indikator dari faktor sosial adalah: kehadiran, keluarga, saudara, dan teman yang mempengaruhi dalam keputusan memilih suatu produk
- 3) Faktor Pribadi, adalah faktor yang bersumber dari diri sendiri. Indikator dari faktor pribadi adalah: pendapatan, pekerjaan, dan usia.
- 4) Faktor Psikologis, adalah faktor yang berhubungan dengan kondisi kejiwaan seseorang. Indikator dari faktor psikologis adalah: sikap, pengalaman, dan motivasi.<sup>30</sup>

### **3. Indikator Keputusan Penggunaan**

Indikator keputusan penggunaan meliputi:

- 1) Rasa butuh terhadap suatu produk, keputusan diambil berdasarkan keinginan atau kebutuhan terhadap suatu produk atau layanan yang harus dipenuhi melalui proses pengambilan keputusan untuk menggunakan suatu produk atau layanan.
- 2) Mencari informasi mengenai suatu produk atau layanan. Konsumen mencari tahu informasi mengenai produk atau layanan yang akan digunakan dan mengevaluasi penilaian terhadap produk atau layanan tersebut.
- 3) Melakukan pertimbangan, konsumen melakukan pertimbangan dalam memutuskan menggunakan suatu produk atau layanan.<sup>31</sup>

---

<sup>30</sup> R. I. Finanda., & A. Wiwaha, Pengaruh World Of Mouth Dan Brand Image Terhadap Keputusan Penggunaan Salon Kecantikan Pada Konsumen Mil Off Beauty Bar. Jurnal Ilmiah WIDYA Ekonomika, 1(2), 1-7, (2017).

## **D. Tabungan Rofiqoh**

### **1. Pengertian Tabungan**

Tabungan adalah simpanan uang yang berasal dari pendapatan yang tidak dibelanjakan dan bisa dilakukan oleh perorangan maupun instansi tertentu. Simpanan uang (tabungan) ini bisa diambil kapan saja tanpa terikat waktu. Bahkan bisa ditarik tunai secara mandiri melalui fasilitas ATM (Anjungan Tunai Mandiri) yang diberikan oleh berbagai bank.

Ketika menabung di bank, biasanya nasabah akan mendapatkan beberapa fasilitas seperti Buku Tabungan, Kartu ATM, Layanan Internet & Mobile Banking, serta beberapa layanan lain sesuai dengan kebijakan masing-masing bank.<sup>32</sup>

Menurut Undang-undang No. 21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah yang menyatakan bahwa, tabungan adalah simpanan berdasarkan wadi'ah atau investasi dana berdasarkan akad mudharabah atau akad lain yang tidak bertentangan dengan prinsip syariah yang penarikannya hanya dapat dilakukan menurut syarat-syarat tertentu yang disepakati, tetapi tidak dapat ditarik dengan cek, bilyet, giro atau alat lainnya yang dipersamakan dengan itu.<sup>33</sup>

---

<sup>31</sup> N.R Lestari., & Rachmat, B., Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Menggunakan Internet BANKING nasabah Bank Bri Di Surabaya. *Journal Of Business & Banking*, 8(1), (2018).

<sup>32</sup> <https://www.etalasebisnis.com> di Akses pada 15 Juni 2018, Pukul 19.23

<sup>33</sup> Ida Febria Ningrum, *Impelementasi Akad Wadi'ah Pada Tabungan Kurban Di Koperasi Simpan Pinjam Pembiayaan Syariah Mitra Usaha Ideal Kecamatan Gresik*, (skripsi fakultas ekonomi dan bisnis islam UIN Sunan Ampel, 2018).

Tabungan dalam Ekonomi Islam merupakan prinsip ekonomi Islam dan nilai moral Islam yang menyebutkan bahwa manusia harus hidup hemat dan tidak bermewah-mewah karena Allah swt sangat mengutuk perbuatan Israf (pemborosan) dan Tabzir (menghambur-hamburkan harta tanpa guna). Jadi dapat dikatakan bahwa motifasi menabung adalah nilai moral hidup sederhana dan keutamaan tidak fakir, serta dengan adanya tabungan akan mendorong umat muslim untuk sering melakukan investasi sehingga akan mengurangi kesenjangan sosial yang ada.<sup>34</sup>

Tingkat tabungan dari seorang individu dalam teori islam juga tidak terlepas dari pertimbangan kemashlahatan umat secara keseluruhan. Pada kondisi tertentu dimana masyarakat begitu membutuhkan harta atau dana, maka individu individu yang memiliki dana lebih, akan mengurangi tingkat tabungannya atau lebih tepatnya mengurangi tingkat kekayaannya atau lebih membantu masyarakat yang kekurangan.

Dalam perspektif islam, konsep tabungan ini dapat dicermati dari ayat Al-Qur'an dan AlHadits yang baik secara tersurat maupun tesirat manganjurkan menabung sebagaimana ayat dan hadits berikut:

Q.R Al-Isra' Ayat 29

وَلَا تَجْعَلْ يَدَكَ مَغْلُولَةً إِلَىٰ عُنُقِكَ وَلَا تَبْسُطْهَا كُلَّ الْبَسْطِ فَتَقْعُدَ مَلُومًا مَّحْسُورًا

---

<sup>34</sup> AKUNTASI BANK, Teori dan Aplikasi dalam Rupiah...h.20

Artinya: “Dan janganlah kamu jadikan tanganmu terbelenggu pada lehermu (*pelit*) dan janganlah kamu terlalu mengulurkannya (*boros*) karena itu kamu menjadi tercela dan menyesal.”

Berdasarkan pengertian tabungan rofiqoh menurut para ahli diatas, menurut penelitian, tabungan merupakan sebuah konsekwensi atau respon dari prinsip ekonomi islam dan nilai moral islam, yang menyebutkan bahwa manusia haruslah hidup hemat dan tidak bermewah-mewah karena Allah sangat mengutuk perbutan israf (pemborosan) dan tabzir (menghambur- hamburkan harta tanpa guna).

## **2. Faktor-faktor Yang Mempengaruhi**

1. *Awareness* (Kesadaran), Kondisi dimana individu merasa percaya bahwa menggunakan sistem tertentu memiliki manfaat dalam meningkatkan usaha fisik dan mental.
2. *Perceived Usefulness* (Persepsi Manfaat), Kondisi dimana individu merasa percaya bahwa menggunakan sistem tertentu memiliki manfaat dalam meningkatkan kinerja pekerjaannya.
3. *Perceived Ease of Use* (Persepsi Kemudahan Penggunaan), Kondisi dimana individu merasaa percaya bahwa menggunakan sistem tertentu tidak memerlukan usaha fisik dan mental.
4. *Compatibility* (Kesesuaian), Suatu sistem akan menarik pengguna apabila sesuai dengan kebutuhan pengguna.

5. *Social Influence* (Pengaruh Sosial), Pengaruh social merupakan faktor eksternal berupa pengaruh dari orang lain seperti pendapat teman, kerabat, dan orang tua.
6. *Perceived Credibility* (Kreadibilitas yang dirasakan), Kondisi dimana individu merasa aman dengan jaminan privasi akan terjaga saat menggunakan suatu layanan.
7. *Perceived Self-Efficacy* (Kepercayaan atas kemampuan diri), Kondisi dimana individu merasa mampu menggunakan suatu sistem karena adanya pengalaman.
8. *Perceived Financial Cost* (Biaya Keuangan), Kondisi dimana individu merasa penggunaan suatu layanan memiliki biaya terjangkau serta dapat menurunkan biaya.<sup>35</sup>

#### **E. Penelitian Terdahulu**

Berdasarkan judul penelitian yang diambil penulis terdapat beberapa penelitian yang berkaitan dan dapat mendukung penelitian dan dapat dijadikan bahan acuan, antara lain :

---

<sup>35</sup> G. A. Cudjoe et al., Determinants of Mobile Banking Adoption In The Ghanaian Banking Industry: A Case Of Access Bank Ghana Limited, 1-19, February (2015).

**Tabel 2. 1**  
**Penelitian Terdahulu**

| NO | PENELITI<br>(TAHUN)                | JUDUL   | HASIL PENELITIAN  |
|----|------------------------------------|---|---|
| 1. | Faisal Umardani<br>Hasibuan (2020) | Pengaruh<br>Pengetahuan<br>Masyarakat dan<br>Minat Penerapan<br>Nilai Islam<br>Terhadap<br>Keputusan<br>Menggunakan<br>Taabungan<br>Perbankan Syariah<br>(Studi Kasus<br>Masyarakat Kota<br>Langsa) | Berdasarkan hasil pengujian data menggunakan SPSS versi 17 maka dapat disimpulkan bahwa pada uji Adjusted R-Square, 38.5% menjelaskan hubungan dan kontribusi variabel pengetahuan masyarakat dan minat penerapan nilai-nilai islam dalam mempengaruhi keputusan menggunakan produk tabungan dan sisanya sebesar 61,5% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak termasuk dalam model regresi ini artinya variabel pengetahuan dan minat penerapan nilai-nilai islam memiliki pengaruh terhadap keputusan menggunakan produk tabungan. |
| 2. | Samsul dan<br>Ismawati (2019)      | Tingkat<br>Pemahaman<br>Mahasiswa<br>Terhadap Produk-<br>Produk Perbankan<br>Syariah.   | Hasil penelitian menunjukkan bahwa tingkat pemahaman mahasiswa terhadap produk-produk perbankan syariah, yakni produk penghimpunan, produk penyaluran, dan produk jasa keuangan, umumnya mahasiswa paham dengan tingkat kepahaman umumnya di atas 75%.  |

|    |   |  |  |
|----|---|--|--|
| 3. | Anisah Novitarani dan Ro'fah Setyowati (2018)   | Analisi crowdfunding syariah berdasarkan prinsip compliance serta implementasinya dalam produk perbankan syariah.          | Permasalahan yang sering dihadapi dalam pengimplementasian crowdfunding adalah dari sisi legalitas dan keamanannya. Problematika hukum mengenai praktik crowdfunding syariah perlu diawasi oleh Dewan Syariah Nasional agar sesuai dengan syariah sehingga masyarakat tidak ragu-ragu untuk melakukan investasi melalui platform crowdfunding syariah. |
| 4. | Rahmawati Deylla Handida & Maimun Sholeh (2018) | Pengaruh tingkat pengetahuan terhadap pengambilan keputusan masyarakat muslim menggunakan produk perbankan syariah di DIY. | Hasil penelitian menunjukkan bahwa tingkat pengetahuan, kualitas layanan, dan tingkat literasi keuangan syariah berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan masyarakat muslim menggunakan produk perbankan syariah di DIY baik secara parsial maupun simultan.   |
| 5. | Fajar Rezky Maulana (2017)                      | Pengaruh pengetahuan produk dan word of mouth terhadap keputusan nasabah memilih bank syariah.                             | Penelitian ini menunjukkan hasil bahwa variabel pengetahuan produk dan word of mouth secara parsial berpengaruh terhadap keputusan nasabah memilih Bank Syariah dimana kedua variabel tersebut memiliki nilai signifikansi <0,05. Kemudian secara simultan, menunjukkan bahwa variabel pengetahuan produk dan word of mouth                            |

|    |   |   |  |
|----|---|---|--|
|    |   |   | memiliki pengaruh sebesar 51,5% terhadap keputusan nasabah memilih Bank Syariah.   |
| 6. | Claudia Meidisa dan Febsri Susanti (2016) | Pengaruh Preferensi Dan Pengetahuan Produk Terhadap Minat Menabung Masyarakat Pada Bank Nagari Unit Layanan Syariah Cabang Pasar Raya Padang. | Berdasarkan analisis terhadap data penelitian seperti yang telah dipaparkan pada bab sebelumnya. Beberapa kesimpulan dalam penelitian ini antara lain: 1. Terdapat hubungan yang tidak signifikan antara Preferensi (X1) dengan Minat Menabung (Y) Artinya semakin tinggi Preferensi, maka tidak berpengaruh terhadap minat menabung. Persamaan regresinya $Y = 14.910 - 0,170X1$ . 2. Terdapat hubungan yang signifikan antara Pengetahuan Produk (X2) dengan kinerja (Y) Artinya semakin tinggi Pengetahuan Produk, maka Minat Mebanung akan semakin tinggi. Persamaan regresinya $Y=14.910+0,867X2$ |
| 7. | Maskur Rosyid dan Halimatu Saidiah (2016) | Pengetahuan Perbankan Syariah dan Pengaruhnya terhadap Minat Menabung Santri Dan Guru.  | Hasil penelitian menunjukkan bahwa nilai thitung lebih besar dari dari ttabel ( $5,123 > 1,660$ ) maka $H_0$ ditolak dan $H_a$ diterima, yang berarti adanya pengaruh pengetahuan perbankan terhadap minat menabung.   |
| 8. | Mohamad Heykal (2014)                     | Analisis tingkat pemahaman KPR syariah pada bank  | Dari hasil penelitian diperoleh bahwa pemahaman pihak internal bank syariah tentang  |

|     |                            |  |  |
|-----|----------------------------|--|--|
|     |                            | syariah di Indonesia: studi pendahuluan.   | produk bank syariah terutama KPR syariah masih belum merata.   |
| 9.  | Eko Yuliawan (2014)        | Pengaruh Pengetahuan Konsumen Mengenai Perbankan Syariah Terhadap Keputusan Pada Pt. Bank Syariah Cabang Bandung.  | Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pengetahuan konsumen berpengaruh terhadap keputusan konsumen 44.8 %, sedangkan sisanya 55.2 % dipengaruhi oleh faktor yang tidak diteliti.  |
| 10. | Giska Intan Saputri (2012) | Pengaruh Pemahaman Mengenai Bank dan Faktori Pribadi Terhadap Keputusan Menabung pada Bank Syari'ah(Suervey pada Nasabah di Bank Syari'ah Mandiri Cirebon) | Hasil penelitan ini diketahui pengaruh variabel pemahaman mengenai bank terhadap keputusan menabung secara persial sebesar 44,4%. Yang bearti bahwa pemahaman mengenai bank berpengaruh signifikan terhadap keputusan menabung. Pengaruh variabel factor pribadi terhadap keputusan menabung secara persial sebesar 32,7%. Yang bearti bahwa factor pribadi berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan menabung. Diketahui pengaruh variabel pemahaman mengenai bank dan factor pribadi secara simultan sebesar 84,1%. Yang bearti pemahaman mengenai bank dan factor pribadi berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan menabung. Sedangkan besarnya pengaruh variabel-variabel lain terhadap keputusan menabung sebesar 15,9%. |

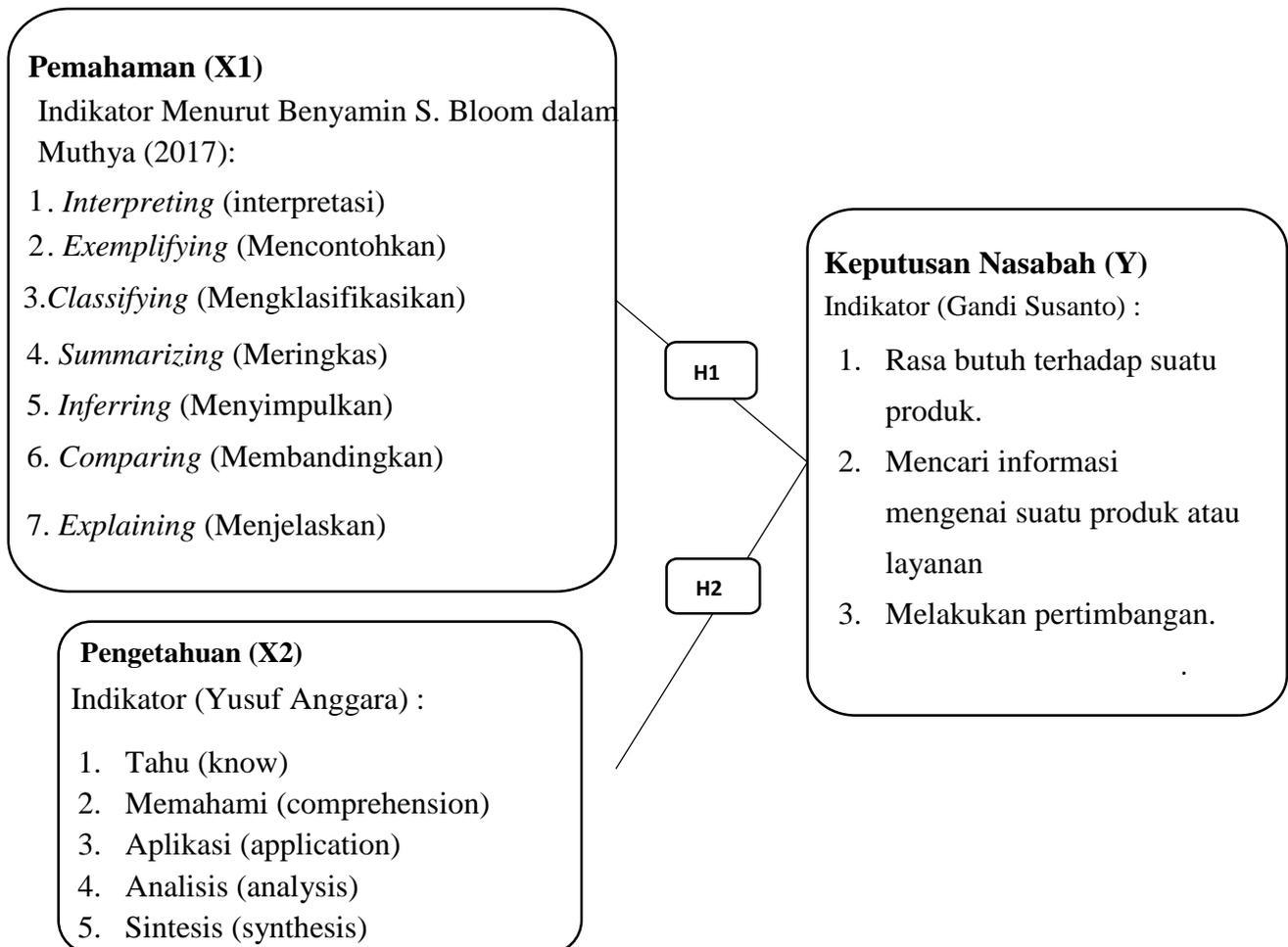
## **F. Kerangka Konseptual**

Kerangka berfikir dapat diartikan gambaran sistematis dari kinerja teori dalam memberikan solusi atau alternatif solusi dari serangkaian masalah yang ditetapkan. Kerangka pemikiran dapat disajikan dalam bentuk bagan, deskripsi kualitatif, dan atau gabungan keduanya dinyatakan oleh Hamid.

Kerangka berpikir juga merupakan suatu dasar pemikiran yang mencakup penggabungan antara teori, fakta, observasi, serta kajian pustaka, yang nantinya dijadikan landasan dalam melakukan menulis karya tulis ilmiah. Karena menjadi dasar, kerangka berpikir ini dibuat ketika akan memaparkan konsep-konsep dari penelitian.

Kerangka berpikir juga bisa dibilang sebagai visualisasi dalam bentuk bagan yang saling terhubung. Dengan bagan itu dapat dikatakan bahwa kerangka berpikir adalah suatu alur logika yang berjalan di dalam suatu penelitian. Namun, kerangka berpikir ilmiah juga bisa dibuat dalam bentuk poin-poin yang sesuai dengan variabel. Adapun variabel terbagi menjadi dua yaitu variabel terikat (dependen) dan variabel bebas (independent). Jadi secara umum contoh kerangka berpikir adalah alur dari suatu permasalahan yang ingin dipaparkan di dalam karya tulis ilmiah. Mulai dari awal hingga akhir. Alur Kerangka berfikir pada penelitian ini dapat dilihat dari bagan dibawah ini:

**Gambar 2. 1**  
**Kerangka Berpikir**



### **G. Hipotesis**

Menurut Sugiyono, hipotesis merupakan suatu jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, dimana rumusan masalah penelitian telah dinyatakan dalam bentuk kalimat pernyataan.

Hal yang sama disampaikan oleh Siyoto dan Sodik yang menyatakan bahwa hipotesis penelitian adalah dugaan sementara yang telah diputuskan sejak awal penelitian yang berasal dari teori yang relevan yang telah dipilih.

Dengan demikian pada dasarnya hipotesis merupakan dugaan sementara yang masih harus diuji kebenarannya. Hipotesis dalam penelitian ini adalah:

H<sub>1</sub> : Pemahaman nasabah berpengaruh Positif dan Signifikan Terhadap Keputusan Menggunakan Produk Tabungan Rofiqoh Bank Sumsel Babel Syariah.

H<sub>2</sub> : Pengetahuan nasabah berpengaruh Positif dan Signifikan Terhadap Keputusan Menggunakan Produk Tabungan Rofiqoh Bank Sumsel Babel Syariah.

H<sub>3</sub> : Pemahaman dan Pengetahuan nasabah berpengaruh Positif dan Signifikan Terhadap Keputusan Menggunakan Produk Tabungan Rofiqoh Bank Sumsel Babel Syariah.