

Pengaruh Persepsi dan Pengetahuan Masyarakat Terhadap Minat Menjadi Nasabah Bank Syariah

Oleh:

Novieati Dwi Lestari

Masruchin

Progam Studi Perbankan Syariah

Universitas Muhammadiyah Sidoarjo

Maret, 2023

Pendahuluan

Potensi perkembangan perbankan syariah di Kabupaten Sidoarjo sangat besar disebabkan terdapat 18 Kecamatan dengan mayoritas penduduk beragama Islam. Salah satunya yaitu Kecamatan Sukodono dengan jumlah penduduk beragama Islam sebanyak 125.572. Akan tetapi, besarnya potensi ini tidak seiring dengan perkembangan aset perbankan, pertumbuhan rekening dan pembiayaan yang diterima oleh perbankan syariah. Hal tersebut disebabkan rendahnya persepsi masyarakat terhadap perbankan syariah. Persepsi masyarakat mengenai perbankan syariah ternyata beranekaragam, bahkan tidak sedikit masyarakat menyamakan sistem operasional bank syariah dengan bank konvensional dan yang membedakan antara kedua bank tersebut hanyalah istilah.

Permasalahan ini disebabkan karena rendahnya tingkat pengetahuan masyarakat mengenai perbankan syariah. Sehingga, dibutuhkan sinergi antara para dai, ulama dan akademisi guna mengedukasi masyarakat mengenai bank syariah.

Dengan adanya sinergi tersebut akan meningkatkan minat masyarakat untuk menjadi nasabah bank syariah.

Pertanyaan Penelitian (Rumusan Masalah)

1. Apakah persepsi masyarakat berpengaruh langsung terhadap minat menjadi nasabah bank syariah?
2. Apakah pengetahuan masyarakat berpengaruh langsung terhadap minat menjadi nasabah bank syariah?
3. Apakah persepsi dan pengetahuan masyarakat berpengaruh secara simultan terhadap minat menjadi nasabah bank syariah?

Metode

Penelitian Kuantitatif dengan mengolah data berupa angka dari sumber data primer yang diolah dengan software SPSS versi 22, serta sumber data sekunder

Populasi penelitian ini masyarakat Kecamatan Sukodono sebanyak 41.087, pengambilan sampel menggunakan teknik *cluster sampling* dengan rumus slovin didapatkan 100 sampel

Hasil dan Pembahasan

Uji Kualitas Instrumen

a) Uji Validitas

		TX1	TX2	TY
TX1	Pearson Correlation	1	.813**	.783**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000
	N	103	103	103
TX2	Pearson Correlation	.813**	1	.797**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000
	N	103	103	103
TY	Pearson Correlation	.783**	.797**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	
	N	103	103	103

Ketentuan :

- Nilai sig. < 0,05 maka dinyatakan valid
- Nilai sig. > 0,05 maka dinyatakan tidak valid

Berdasarkan uji validitas variabel X1, X2 dan Y menunjukkan nilai sig. < 0,05 maka instrumen penelitian dinyatakan **valid** dan dapat digunakan untuk penelitian selanjutnya

b) Uji Reliabilitas

Cronbach's Alpha	N of Items
.969	27

Ketentuan :

Nilai $\alpha > 0,60$ maka dinyatakan reliabel

Berdasarkan uji reliabilitas nilai cronbach's alpha (α) adalah $0,969 > 0,60$ maka instrumen penelitian **reliabel**

Hasil dan Pembahasan

Uji Asumsi Klasik

a) Uji Linearitas

	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
TY Between Groups (Combined)	3326.487	22	151.204	7.658	.000
* TX1 Linearity	3006.381	1	3006.381	152.271	.000
Deviation from Linearity	320.106	21	15.243	.772	.744
Within Groups	1579.493	80	19.744		
Total	4905.981	102			

Ketentuan :

Nilai sig. < 0,05 maka memenuhi syarat linearitas

Uji Linearitas X1 terhadap Y

Pada tabel disamping nilai sig. pada baris linearity < 0,05 (0,00 < 0,05) artinya, uji liniearitas X1 terhadap Y memenuhi syarat

Uji Linearitas X2 terhadap Y

Pada tabel disamping nilai sig. pada baris linearity < 0,05 (0,00 < 0,05) artinya, uji liniearitas X2 terhadap Y memenuhi syarat

	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
TY Between Groups (Combined)	353.096	21	168.100	9.896	.000
* TX2 Linearity	3119.165	1	3119.165	183.629	.000
Deviation from Linearity	410.930	21	20.547	1.210	.269
Within Groups	1375.885	80	16.986		
Total	4905.981	102			

Hasil dan Pembahasan

b) Uji Normalitas

			TX1	TX2	TY
N			103	103	103
Normal	Mean		34.22	35.68	33.37
<u>Parameters^{a,b}</u>	Std. Deviation		6.321	6.101	6.935
Most Extreme	Absolute		.088	.130	.092
Differences	Positive		.088	.130	.080
	Negative		-.064	-.096	-.092
Test Statistic			.088	.130	.092
<u>Asymp. Sig. (2-tailed)</u>			.046 ^c	.000 ^c	.032 ^c
Monte Carlo	Sig.		.377 ^d	.057 ^d	.330 ^d
Sig. (2-tailed)	99%	Lower Bound	.364	.051	.317
	Confidence Interval	Upper Bound	.389	.063	.342

Ketentuan :

Nilai signifikansi Monte Carlo > 0,05 maka berdistribusi normal

Berdasarkan tabel diatas nilai monte carlo :

- X1 (0,37 > 0,05)
- X2 (0,57 > 0,05)
- Y (0,33 > 0,05)

Artinya, data yang digunakan berdistribusi normal

c) Uji Heteroskedasitas

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	.511	1.520		.336	.737
TX1	-.045	.068	-.111	-.658	.512
TX2	.110	.071	.261	1.548	.125

Ketentuan :

Nilai sig. > 0,05 maka tidak terjadi gejala heteroskedasitas pada model regresi

Berdasarkan tabel uji heteroskedasitas nilai sig. :

- X1 (0,51 > 0,05)
- X2 (0,12 > 0,05)

Sehingga, dalam penelitian ini tidak terjadi gejala heteroskedasitas

Hasil dan Pembahasan

d) Uji Autokorelasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.830 ^a	.689	.683	3.904	1.912

Ketentuan :
Nilai DW > DU maka tidak terjadi autokorelasi

Berdasarkan hasil uji nilai DW > DU (1,912 > 1,718) sehingga pada penelitian ini tidak terjadi gejala autokorelasi

e) Uji Multikolinieritas

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Correlations			Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Zero-order	Partial	Part	Tolerance	VIF
1	(Constant)	-.790	2.335							
	TX1	.436	.105	.397	4.148	.000	.783	.383	.231	.339 2.947
	TX2	.540	.109	.475	4.960	.000	.797	.444	.277	.339 2.947

Ketentuan :
Nilai VIF < 10,00 maka tidak terjadi multikolinieritas

Berdasarkan tabel dibawah nilai VIF :

- X1 (2,947 < 10,00)
- X2 (2,947 < 10,00)

Artinya, tidak terjadi gejala multikolinieritas

Hasil dan Pembahasan

Uji Hipotesis

a) Uji T (parsial)

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	-.790	2.335		-.338	.736
TX1	.436	.105	.397	4.148	.000
TX2	.540	.109	.475	4.960	.000

Ketentuan :

- Nilai sig. < 0,05 maka terdapat pengaruh antara variabel independen dengan variabel dependen
- Nilai sig. > 0,05 maka tidak terdapat pengaruh antara variabel independen dengan variabel dependen

Berdasarkan uji parsial dapat dinyatakan :

- Nilai sig. pada variabel Persepsi (X1) sebesar 0,00 ($0,00 < 0,05$), artinya Persepsi berpengaruh signifikan terhadap Minat Menjadi Nasabah Bank Syariah
- Nilai sig. pada variabel Pengetahuan (X2) sebesar 0,00 ($0,00 < 0,05$), artinya Pengetahuan Masyarakat berpengaruh signifikan terhadap Minat Menjadi Nasabah Bank Syariah

Hasil dan Pembahasan

b) Uji F (simultan)

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	3381.499	2	1690.750	110.907	.000 ^b
Residual	1524.481	100	15.245		
Total	4905.981	102			

Ketentuan :

- Nilai sig. < 0,05 maka terdapat pengaruh secara simultan
- Nilai sig. > 0,05 maka tidak terdapat pengaruh secara simultan

Berdasarkan uji F nilai sig. 0,00 ($0,00 < 0,05$), artinya Persepsi dan Pengetahuan Masyarakat berpengaruh secara simultan terhadap Minat Menjadi Nasabah Bank Syariah

Uji Koefisien Determinasi (R-Square)

Model	R	R Square
1	.830 ^a	.689

Berdasarkan hasil uji diatas diperoleh R-Square sebesar 0,689, artinya pengaruh variabel independen (Persepsi dan Pengetahuan Masyarakat) terhadap variabel dependen (Minat Menjadi Nasabah Bank Syariah) yaitu 68,9% sedangkan sisanya 31,1% dipengaruhi oleh variabel lain

Temuan Penting Penelitian

- Pada pengujian parsial (Uji T) Persepsi berpengaruh signifikan terhadap Minat Menjadi Nasabah Bank Syariah dengan nilai signifikansi $0,00 < 0,05$. artinya hipotesis pertama **diterima** bahwa persepsi berpengaruh terhadap minat menjadi nasabah bank syariah
- Pada pengujian parsial (Uji T) Pengetahuan masyarakat berpengaruh signifikan terhadap Minat Menjadi Nasabah Bank Syariah dengan nilai signifikansi $0,00 < 0,05$ artinya hipotesis kedua **diterima** bahwa pengetahuan masyarakat berpengaruh terhadap minat menjadi nasabah bank syariah
- Pada pengujian simultan (Uji F) persepsi dan pengetahuan masyarakat secara simultan berpengaruh terhadap minat menjadi nasabah bank syariah dengan nilai signifikansi $0,00 < 0,05$. Artinya hipotesis ketiga **diterima** bahwa persepsi dan pengetahuan masyarakat secara bersama-sama berpengaruh terhadap minat menjadi nasabah bank syariah karena dengan adanya persepsi dan pengetahuan yang baik mengenai bank syariah akan meningkatkan *market share* pada perbankan syariah

Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian ini diharapkan dapat mengetahui seberapa pengaruhnya persepsi dan pengetahuan masyarakat terhadap minat menjadi nasabah bank syariah dengan menggunakan pengolahan data berupa angka hasil pengisian kuesioner, yang mana untuk mengukur seberapa masyarakat minat menjadi nasabah bank syariah

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah diuraikan penulis maka dapat disimpulkan bahwasanya variabel persepsi berpengaruh secara signifikan terhadap minat menjadi nasabah bank syariah. Begitu pula pada variabel pengetahuan masyarakat memiliki pengaruh secara signifikan terhadap minat menjadi nasabah bank syariah. Sehingga, persepsi dan pengetahuan masyarakat yang baik mengenai bank syariah harus dipertahankan karena merupakan hal dasar agar *market share* bank syariah meningkat

Referensi

- [1] L. P. K. Syariah, “Laporan Perkembangan Keuangan Syariah,” 2021.
- [2] P. Syariah, “Statistika Perbankan Syariah,” 2022.
- [3] Y. M. Faha, M. Masruchin, and F. N. Latifah, “The Influence of Religiosity and Customer Perception on Interest in Savings,” *Indones. Interdiscip. J. Sharia Econ.*, vol. 5, no. 1, pp. 153–166, 2022, doi: 10.31538/ijse.v5i1.1803.
- [4] N. Khusna and V. Y. Pratama, “Persepsi Masyarakat Mengenai Kesyariahan Perbankan Syariah Terhadap Preferensi Menjadi Nasabah Bank Syariah,” *J. Valuasi J. Imliah Ilmu Manaj. dan Kewirausahaan*, vol. 1, no. 2, pp. 310–322, 2021.
- [5] W. O. Lubis and Susianto, “Analisis Persepsi Masyarakat Mengenai Kesyariahan Bank Syariah (Studi Kasus Masyarakat Kelurahan Belawan II),” *J. FEB*, vol. 1, no. 1, pp. 603–614, 2020.
- [6] N. Akhtar, Lois, and Hira, “Factors Influencing the Perception of Costumers in Islamic Banking: A Case Study in Pakistan,” *Int. Rev. Manag. Bus. Res.*, vol. 5, no. 3, pp. 67–80, 2016.
- [7] R. Pradesyah, “Pengaruh Promosi Dan Pengetahuan Terhadap Minat Masyarakat Melakukan Transaksi di Bank Syariah (Studi Kasus di Desa Rahuning),” *Al-Sharf J. Ekon. Islam*, vol. 1, no. 2, pp. 113–122, 2020.
- [8] E. V. Maretha, F. N. Latifah, and Masruchin, “Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kurangnya Minat Mahasiswa,” *J. Ilm. Ekon. Islam*, vol. 8, no. 01, pp. 205–211, 2022.
- [9] N. Hidayah, “Perbandingan Fatwa Muhammadiyah dan Nahdlatul Ulama (NU) tentang Bunga Bank,” 2021.
- [10] S. P. Robbins and T. A. Judge, *Organizational Behavior*. Person Education Limited, 2013.
- [11] B. Tewal, Adolfina, M. Pandowo, and H. Tawas, *Perilaku Organisasi*. Manado: CV. Patra Media Grafindo, 2017.

Referensi

- [12] T. Astuti and R. I. Mustikawati, “Pengaruh Persepsi Nasabah Tentang Tingkat Suku Bunga, Promosi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Menabung Nasabah,” *J. Nominal*, vol. II, no. I, pp. 182–198, 2013.
- [13] Imran and B. Hendrawan, “Pengaruh Persepsi Masyarakat Batam Tentang Bank Syariah Terhadap Minat Menggunakan Produk Bank Syariah,” *J. Bus. Adm.*, vol. 1, no. 2, pp. 209–218, 2017.
- [14] A. Taqwiem and A. R. Zakaria, “Wisata Halal untuk Mencapai Pembangunan Ekonomi Masyarakat Desa dan Tujuan Maqashid Syariah (Studi Kasus pada Desa Wisata Pujon Malang Jawa Timur),” *El-Aswaq*, vol. 1, no. 1, pp. 1–7, 2020.
- [15] A. D. Saputra and A. Ghani, “Analisis Pengaruh Pendidikan Dan Faktor Sosial Terhadap Pengetahuan Masyarakat Tentang Bank Syariah (Studi Kasus Di Dusun Pandean Pundung Wukirsari Imogiri Bantul),” *J. Ekon. Syariah Indones.*, vol. 20, no. 1, pp. 12–22, 2016.
- [16] E. D. Prasetyo and M. K. Siwi, “Pengaruh Pengetahuan Perbankan Syariah dan Lingkungan Keluarga terhadap Minat Menabung Mahasiswa di Bank Syariah,” vol. 5, no. 1, pp. 91–101, 2022.
- [17] A. F. Cahyani, Saryadi, and S. Nurseto, “Pengaruh Persepsi Bunga Bank dan Kualitas pelayanan Terhadap Minat Menabung pada Bank BNI Syariah di Kota Semarang,” *Diponegoro J. Soc. Polit.*, vol. 2, no. 4, pp. 1–9, 2013.
- [18] T. Wi. Mukti and N. Suprayogi, “Apakah Bank Syariah Berbeda Dengan Bank Konvensional? (Kajian Fenomenologi),” *J. Ekon. Syariah dan Terap.*, vol. 6, no. 6, pp. 1137–1152, 2019.
- [19] M. R. Maika, *Buku Ajar Ekonomi Islam*. Sidoarjo: UMSIDA Press, 2017.
- [20] H. Rusdianto, “Pengaruh Produk Bank Syariah Terhadap Minat Menabung Dengan Persepsi Masyarakat Sebagai Variabel Moderating di Pati,” *Equilib. J. Ekon. Syariah*, vol. 4, no. 1, pp. 43–61, 2016

Referensi

- [21] A. Khusnah, “Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Menjadi Nasabah Bank Syariah,” 2022.
- [22] T. O. Fauzy, A. Purwadi, and R. Hakim, “Analisis Pengetahuan tentang Perbankan Syariah Santri Pondok Pesantren Al-Ittihad Mojokerto dan Pengaruhnya terhadap Minat Menabung di Bank Syariah,” *Iqtishodia J. Ekon. Syariah*, vol. 4, no. 2, pp. 181–806, 2019, doi: 10.35897/iqtishodia.v4i2.230.
- [23] Sugiyono and Susanto, *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Alfabeta, 2012.
- [24] S. Priadana and D. Sunarsih, *Metode Penelitian Kuantitatif*. Tangerang: Pascal Books, 2021.
- [25] F. Komariyah and A. Farhan, “Pengaruh Persepsi Masyarakat Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Bank Syariah Studi Kasus Pada Masyarakat Kota Sidoarjo Dan Surabaya,” *Media Mahard.*, vol. 18, no. 3, pp. 341–344, 2020.
- [26] E. Yuliani, T. Pradiani, and A. R. Alamsyah, “Pengaruh Pengetahuan Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Bank Syariah Melalui Pemediasi Minat dan Kesadaran (Studi pada Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Kuta Bali),” *JUBIS*, vol. 2, no. 2, pp. 1–12, 2021.
- [27] Syahriyal, “Pengaruh Persepsi Nilai dan Pengetahuan Masyarakat terhadap Minat Menabung Serta Dampaknya Kepada Keputusan Menabung Pada Perbankan Syariah di Banda Aceh,” *J. Perspekt. Ekon. Darussalam*, vol. 4, no. 1, pp. 139–156, 2018.

