

The Influence of Perceptions and Knowledge of The People of Interest in Being Islamic Bank Customers

Pengaruh Persepsi dan Pengetahuan Masyarakat Terhadap Minat Menjadi Nasabah Bank Syariah

Novieati Dwi Lestari¹⁾, Masruchin^{*,2)}

¹⁾Program Studi Perbankan Syariah, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia

²⁾Program Studi Perbankan Syariah, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia

*Email: masruchin@umsida.ac.id

Abstract. *The potential for the development of Islamic banks in Sidoarjo Regency is very large because there are 18 districts with the majority of the population being Muslim, one of which is Sukodono District. However, the magnitude of the potential is not in line with the growth of Islamic banking. This is due to the low perception of Muslims towards Islamic banking, which is due to the lack of knowledge about the Islamic banking system which ultimately has an impact on the low interest in becoming Islamic banking customers. The purpose of this study is to find out and test the influence of public perception and knowledge on the interest in becoming a customer of a Sharia bank. The perception and knowledge possessed by the public is an important factor for Islamic banking institutions. If the public has good knowledge, the public will perceive Islamic banks as not the same as conventional banks, so that it will arouse public interest in becoming customers of Islamic banks. This research used quantitative methods by providing questionnaires to 103 people in Sukodono District. The results of the study were processed using SPSS software version 22 which showed that perception directly affects the interest in becoming a customer of a Sharia bank with a significance value ($0.00 < 0.05$), public knowledge directly affects the interest in becoming a customer of a Sharia bank with a significance value ($0.00 < 0.05$) and public perception and knowledge simultaneously affects the interest in becoming a customer of a Sharia bank with a significance value ($0.00 < 0.05$).*

Keywords - perception, knowledge, interest in becoming a customer of a sharia bank

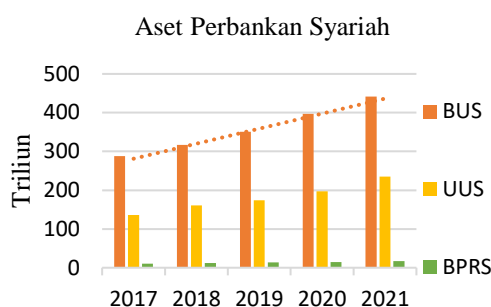
Abstrak. *Potensi perkembangan bank syariah di Kabupaten Sidoarjo sangat besar disebabkan terdapat 18 Kecamatan dengan mayoritas penduduk beragama Islam salah satunya yaitu Kecamatan Sukodono. Akan tetapi, besarnya potensi tidak seiring dengan pertumbuhan perbankan syariah. Hal ini disebabkan karena rendahnya persepsi umat Islam terhadap perbankan syariah, yang disebabkan minimnya pengetahuan mengenai sistem perbankan syariah yang akhirnya berdampak pada rendahnya minat menjadi nasabah perbankan syariah. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui serta menguji pengaruh persepsi dan pengetahuan masyarakat terhadap minat menjadi nasabah bank syariah. Persepsi dan pengetahuan yang dimiliki oleh masyarakat merupakan faktor penting bagi lembaga perbankan syariah. Apabila masyarakat mempunyai pengetahuan yang baik maka masyarakat akan mempersepsikan bank syariah tidak sama dengan bank konvensional, sehingga akan menimbulkan minat masyarakat menjadi nasabah bank syariah. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan memberikan kuesioner kepada 103 masyarakat Kecamatan Sukodono. Hasil penelitian diolah menggunakan software SPSS versi 22 yang menunjukkan bahwa persepsi berpengaruh secara langsung terhadap minat menjadi nasabah bank syariah dengan nilai signifikansi ($0,00 < 0,05$), pengetahuan masyarakat berpengaruh secara langsung terhadap minat menjadi nasabah bank syariah dengan nilai signifikansi ($0,00 < 0,05$) serta persepsi dan pengetahuan masyarakat berpengaruh secara simultan terhadap minat menjadi nasabah bank syariah dengan nilai signifikansi ($0,00 < 0,05$).*

Kata Kunci - persepsi, pengetahuan dan minat menjadi nasabah bank syariah

I. 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. Besarnya potensi perkembangan perbankan syariah ternyata tidak seiring dengan pertumbuhan aset bank syariah.

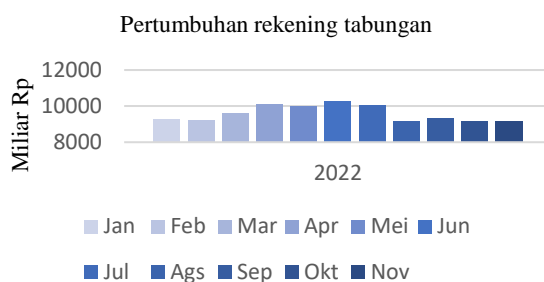
Grafik 1. Perkembangan Aset Perbankan Syariah



Sumber : OJK, data diolah

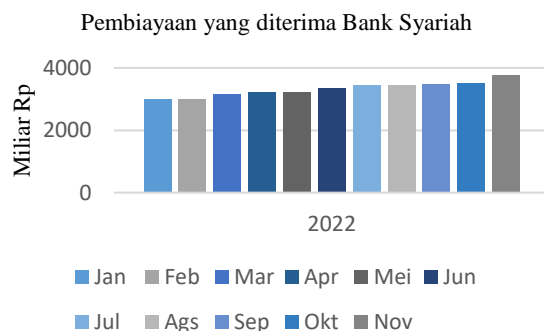
Berdasarkan sumber data Otoritas Jasa Keuangan (OJK) tahun 2021 pertumbuhan aset perbankan syariah menunjukkan peningkatan akan tetapi tidak signifikan yaitu 693,80 Triliun dengan indikator BUS, UUS serta BPRS. Hal tersebut dikarenakan pada tahun 2020 terjadi pandemi covid-19 sehingga, aset perbankan syariah meningkat akan tetapi tidak signifikan. Pada tahun 2022 *market share* perbankan syariah sebesar 6,78% terhadap keuangan nasional dan mengalami sedikit peningkatan dari tahun 2021 sebesar 6,51% [1]. Dapat pula dilihat dari pertumbuhan rekening nasabah perbankan syariah dan jumlah pembiayaan yang diterima oleh perbankan syariah [2].

Grafik 2. Pertumbuhan rekening tabungan bank syariah



Sumber : OJK, data diolah

Grafik 3. Pembiayaan yang diterima bank syariah



Sumber : OJK, data diolah

Berdasarkan data Otoritas Jasa Keuangan (OJK) bahwa pertumbuhan jumlah rekening tabungan perbankan syariah dan jumlah pembiayaan yang diterima oleh perbankan syariah, ternyata perkembangannya itu tumbuh tetapi tidak terlalu signifikan. Dengan hal itu menurut Otoritas Jasa Keuangan (OJK) supaya pertumbuhan perbankan syariah dapat lebih maksimal, maka OJK merumuskan grand strategi meliputi menetapkan visi 2010 agar menjadi industri perbankan syariah terkemuka di tingkat ASEAN, pengenalan dan edukasi terhadap masyarakat luas dengan cara komunikasi secara langsung ataupun tidak langsung, pembentukan gagasan baru yang bersifat inklusif serta universal dan melakukan pemetaan pasar secara akurat www.ojk.go.id

Akan tetapi ditengah perkembangan perbankan syariah saat ini, terdapat berbagai masalah yang sering muncul. Kondisi di lapangan menunjukkan ada beberapa indikator penyebab kurangnya minat yaitu disebabkan antara lain oleh rendahnya persepsi umat Islam. Persepsi yaitu opini bagi setiap individu terhadap sesuatu yang membentuk respon sehingga dapat melakukan sebuah tindakan [3]. Menurut penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Natiqotul menyatakan bahwasanya persepsi masyarakat mengenai bank syariah beranekaragam, oleh karenanya persepsi dapat

mempengaruhi sikap masyarakat dalam menentukan bank untuk menyimpan dana yang dimilikinya ataupun melakukan pembiayaan. Dengan adanya persepsi masyarakat yang beranekaragam dapat memunculkan tanggapan yang bermacam-macam mengenai bank syariah. Bahkan masyarakat mempersepsikan bank syariah tidak ada bedanya dengan bank konvensional [4]. Padahal sebenarnya antara kedua bank tersebut yaitu bank syariah dan bank konvensional mempunyai perbedaan. Bank syariah dalam sistemnya melarang adanya praktek riba dan seluruh kegiatan usaha yang dilaksanakan tidak bersifat spekulatif sementara itu pada bank konvensional mempraktikkan sistem bunga serta menghalalkan riba [5]. Serta pada penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Naem Akhtar mengungkapkan bahwasanya terdapat kriteria persepsi yang signifikan terhadap minat menjadi nasabah bank syariah diantaranya yaitu, kesadaran mengenai keuangan syariah, kesadaran terhadap produk yang ditawarkan dan agama [6].

Terdapat faktor lain mempengaruhi minat untuk menjadi nasabah bank syariah ialah pengetahuan. Permasalahan ini, disebabkan karena rendahnya tingkat pengetahuan umat Islam terhadap sistem perbankan dan secara umum rata-rata masyarakat masih menggunakan bank konvensional dalam melakukan transaksi sehari-hari. Sedangkan menurut penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Riyan menyatakan bahwasanya banyak nasabah yang kurang memahami mengenai bank syariah sehingga mereka beranggapan perbankan syariah hanyalah untuk beribadah atau menghindari ribawi bukan untuk melakukan investasi maupun menabung. Oleh karenanya, tidak heran mereka enggan untuk menjadi nasabah di bank syariah [7]. Hal itu juga disebabkan oleh kurangnya pengetahuan atau pemahaman masyarakat mengenai produk dan jasa yang ditawarkan oleh bank syariah [8].

Disamping itu, adanya perbedaan pendapat tentang bunga bank di antara para ulama' baik dari ormas Muhammadiyah maupun ormas Nahdatul Ulama (NU). Meskipun kedua ormas tersebut bersama-sama mengharamkan riba dengan beberapa landasan seperti Mu'tamar, Al-Qur'an, Hadis dan Ijma. Akan tetapi, yang membedakan yakni dalam fatwa Nahdatul Ulama (NU) masih memperbolehkan bunga ketika hal tersebut tidak dipersyaratkan diawal akad dan apabila dalam keadaan darurat. Lain halnya dengan Muhammadiyah tetap mengharamkan bunga bank dikarenakan belum ada kejelasan atau masih ada keraguan terkait dengan kehalalan bunga bank [9].

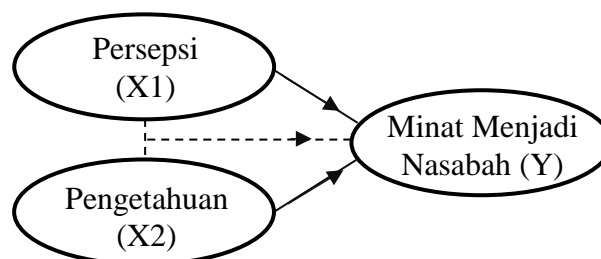
Supaya para Dai dan Ulama' tidak berbeda pendapat ketika berdakwah di masyarakat, maka seharusnya mereka diundang untuk melakukan workshop oleh pihak perbankan syariah bersama dengan para akademisi. Sehingga, secara bersama-sama dapat bersinergi dalam mengedukasi masyarakat mengenai permasalahan riba dan bunga bank di bank konvensional. Dengan adanya sinergi tersebut akan meningkatkan minat masyarakat untuk menjadi nasabah bank syariah.

Beragamnya persepsi, perilaku atau sikap masyarakat mengenai bank syariah diakibatkan rendahnya pengetahuan serta pemahaman masyarakat terhadap bank syariah, terutama disebabkan oleh dominasi bank konvensional. Oleh karena itu, peneliti merumuskan dengan judul penelitian "Pengaruh Persepsi dan Pengetahuan Masyarakat Terhadap Minat Menjadi Nasabah Bank Syariah".

Berdasarkan latar belakang dan permasalahan yang ada, maka rumusan yang diambil dalam penelitian ini yaitu :

- Apakah persepsi masyarakat berpengaruh langsung terhadap minat menjadi nasabah bank syariah?
- Apakah pengetahuan masyarakat berpengaruh langsung terhadap minat menjadi nasabah bank syariah?
- Apakah persepsi dan pengetahuan masyarakat berpengaruh secara simultan terhadap minat menjadi nasabah bank syariah?

Variabel yang digunakan dalam penelitian ini terdiri atas variabel independen yaitu Persepsi (X1) dan Pengetahuan Masyarakat (X2) serta variabel dependen yaitu Minat Menjadi Nasabah Bank Syariah (Y), sehingga gambaran kerangka berfikir pada penelitian ini sebagai berikut :



Hipotesis

Adapun hipotesis yang diajukan penulis pada penelitian ini yaitu :

- H1 : Persepsi berpengaruh secara langsung terhadap minat menjadi nasabah bank syariah
- H2 : Pengetahuan berpengaruh secara langsung terhadap minat menjadi nasabah bank syariah
- H3 : Persepsi dan pengetahuan berpengaruh secara simultan terhadap minat menjadi nasabah bank syariah

Persepsi

Persepsi ialah cara bagi setiap individu guna mengatur serta menerjemahkan kesan-kesan secara sensoris untuk memberikan arti bagi lingkungannya [10]. Sementara itu, persepsi menurut Ivancevich dikutip oleh Bernhard Tewal merupakan proses kognitif bagi setiap individu untuk mengatur, memilih dan memberikan arti terhadap rangsangan lingkungan sekitar [11]. Sedangkan menurut Tri Astuti dan Indah Mustikawi mengartikan persepsi sebagai proses seseorang dalam mengendalikan, memilih dan menginterpretasikan sebuah data untuk membentuk sesuatu yang berarti [12]. Sedangkan menurut Imran dan Bambang Hendrawan mengartikan persepsi sebagai proses yang dimulai dari stimulus setelah itu mengenai indra manusia kemudian terdapat respon atas indra tersebut [13]. Dari beberapa definisi persepsi tersebut diketahui bahwasanya setiap individu dapat memberikan arti tersendiri terhadap lingkungan sekitar sehingga setiap individu yang berbeda dapat mengetahui hal yang sama akan tetapi cara memahaminya berbeda oleh karena itu memiliki persepsi yang berbeda-beda.

Terdapat banyak faktor yang mempengaruhi persepsi setiap individu, sehingga kondisi yang mempengaruhi persepsi yaitu peristiwa dan objek. Menurut Bima Walgito dikutip oleh [14] terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi persepsi yaitu :

- 1) Penyerapan terhadap rangsang atau objek dari luar individu.
Rangsang ataupun objek yang diterima oleh panca indra secara sendiri maupun bersama-sama, maka dari itu penerimaan tersebut akan memperoleh gambaran, tanggapan ataupun kesan di dalam otak. Gambaran tersebut bisa berupa tunggal maupun jamak sesuai dengan objek yang telah diamati.
- 2) Pemahaman atau pengertian
Apabila telah mendapatkan suatu kesan ataupun gambaran pada otak, dengan demikian kesan tersebut akan dikelompokkan, diorganisir, dirumuskan serta dianalogikan sehingga dapat terbentuk sebuah pemahaman atau pengertian bagi setiap individu.
- 3) Penilaian atau evaluasi
Apabila telah terbentuknya pemahaman atau pengertian dalam diri setiap individu maka terjadi evaluasi atau penilaian dari dirinya. Sehingga setiap individu akan membandingkan pemahaman atau pengertian yang telah diperoleh. Dengan hal itu penilaian bagi satu individu dengan individu yang lainnya memiliki perbedaan meskipun dengan objek yang sama, oleh karena itu persepsi bersifat individual.

Pengetahuan

Pengetahuan ialah suatu hal yang berasal dari informasi yang diperoleh dari potensi diri atau pemahaman akan sesuatu, sehingga dengan adanya pengetahuan menjadikan individu mampu untuk mengambil keputusan yang baik atau efektif dibandingkan dengan individu yang tidak memiliki pengetahuan [15]. Sedangkan menurut Prasetyo menyatakan bahwasanya pengetahuan merupakan sebuah informasi yang telah diproses dan dikelompokkan guna mendapatkan pengalaman, pembelajaran dan pemahaman yang berkumpul sehingga, dapat diterapkan dalam melakukan proses bisnis [16].

Berdasarkan kutipan dari [17], menurut Spencer pengetahuan setiap individu terbagi menjadi tiga yaitu :

- 1) Analytical Thinking (AT)
Analytical thinking merupakan kesanggupan guna memahami suatu situasi dengan cara merincinya menjadi bagian - bagian kecil, sehingga memungkinkan bagi individu guna berfikir secara sistematis atau analitis terhadap objek yang kompleks. Dengan demikian, setiap individu memahami bahwasanya bank syariah tidak sama dengan bank konvensional. Hal tersebut dikarenakan dalam operasionalnya bank syariah berdasarkan prinsip Islam [18].
- 2) Conceptual Thinking (CT)
Conceptual thinking ialah kesanggupan bagi diri individu untuk memahami masalah atau situasi dengan memposisikan setiap bagian menjadi satu kesatuan untuk mendapatkan gambaran yang lebih baik. Sifat dari conceptual thinking yaitu induktif, konsepsional serta kreatif.
- 3) Expertise (EXP)
Expertise adalah pengetahuan mengenai pekerja berupa profesional, teknikal, manajerial untuk memanfaatkan, memperluas dan menyalurkan pengetahuan tersebut. Dengan hal itu faktor ini, dapat mengetahui bahwasanya bank syariah adalah lembaga keuangan yang beroperasi sesuai dengan prinsip-prinsip syariah. [19].

Minat Menjadi Nasabah

Minat ialah sumber motivasi untuk mendorong individu dalam melakukan sesuatu yang mereka inginkan. Sehingga apabila individu mengetahui bahwasanya hal yang dilakukan itu menguntungkan maka akan muncul minat. Menguntungkan dalam hal ini terhindari dari ribawi, sistem yang dilakukan perbankan syariah sesuai dengan prinsip Islam dan tujuan dari bank syariah yaitu kemaslahatan umat. Dengan hal ini dapat mendatangkan kepuasan. Sedangkan apabila kepuasan berkurang maka minat akan berkurang. Setiap minat akan memuaskan kebutuhan dalam kehidupan individu. Dengan hal tersebut minat dapat diartikan sebagai proses intrinsik yang mengikat pada perubahan serta pilihan bagi setiap individu [20].

Menurut [21] minat diartikan sebagai sebuah keinginan yang ada dalam diri individu yang memiliki kaitannya langsung dengan masyarakat, sehingga dengan hal itu masyarakat diartikan sebagai konsumen sesuai dengan teori konsumen yang dijelaskan oleh Al-Ghazali yaitu lebih mengacu kepada teori konsumsi yang sesuai dengan konsep kemaslahatan atau kebermanfaatan. Sehingga terdapat hubungan antara teori tersebut yaitu harus mengutamakan kebutuhan bukan keinginan. Misalkan, apabila konsumen memakai ataupun menentukan suatu produk, barang atau jasa di bank syariah harus memiliki dampak kebermanfaatan bagi dirinya atau hal tersebut merupakan sesuatu yang dibutuhkan. Sedangkan apabila hal-hal tersebut tidak memiliki unsur yang dilarang dalam kaidah islam maka hal tersebut sah untuk dilakukan. Sesuai dengan dasar hukum dalam melakukan kegiatan bermuamalah yaitu muamalah dapat dilaksanakan kecuali terdapat dalil-dalil yang melarangnya.

Dikutip dari [22] menurut Crow faktor-faktor yang menimbulkan minat yaitu :

- 1) Dorongan dari dalam diri individu
Timbulnya minat berasal dari diri individu mampu didorong atas dasar kebutuhan berupa kebutuhan jasmani serta kebutuhan kejiwaan.
- 2) Faktor motif sosial
Faktor ini merupakan faktor yang membangkitkan minat untuk melakukan suatu aktivitas. Motif sosial memiliki hubungan erat dengan minat menjadi nasabah bank syariah dikarenakan faktor ini muncul dari lingkungan sekitar.
- 3) Faktor emosional
Dalam faktor ini emosi mempunyai hubungan erat dengan minat. Hal tersebut dikarenakan emosional dijadikan sebagai pengukuran intensitas bagi individu untuk menaruh perhatian terhadap suatu keinginan ataupun atas objek tertentu.

II. METODE

Dalam penelitian ini menerapkan pendekatan metode kuantitatif. Populasi penelitian ini adalah masyarakat Kecamatan Sukodono sebanyak 41.087. Proses pengambilan sampel menggunakan teknik *cluster sampling* dikarenakan penarikan sampel didasarkan atas kelompok wilayah. Jenis data yang digunakan pada penelitian ini ialah data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh dari pengisian kuesioner online yang ditujukan kepada masyarakat Kecamatan Sukodono. Sementara itu, data primer diperoleh dari artikel jurnal terdahulu yang memiliki keterkaitan dengan penelitian ini.

Dalam menentukan sampel penulis menggunakan rumus slovin [23] :

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

Keterangan :

n : Jumlah sampel yang dibutuhkan

N : Jumlah populasi

e : Tingkat kesalahan sampel (10% atau 0,10)

Maka perhitungan sampel yang akan digunakan dalam penelitian yaitu :

$$n = \frac{41.087}{1 + 41.087(0,1)^2}$$

$$n = \frac{41.087}{1 + 41.087(0,01)}$$

$$n = \frac{41.087}{411,87}$$

$$n = 99.75$$

Berdasarkan perhitungan diatas maka jumlah responden disesuaikan oleh penulis menjadi 103 responden karena mengantisipasi apabila terdapat kuesioner yang cacat dalam pengisiannya. Variabel yang digunakan pada penelitian ini terdiri atas variabel independen yaitu Persepsi (X1) dan Pengetahuan (X2) serta variabel dependen yaitu Minat Menjadi Nasabah Bank Syariah (Y). Skala pengukuran yang digunakan yaitu skala likert. Terdapat beberapa kategori penilaian dalam skala ini antara lain Sangat Setuju (skor 5), Setuju (skor 4), Netral (skor 3), Tidak Setuju (2) dan Sangat Tidak Setuju (skor 1) [24].

Metode analisis yang digunakan menggunakan program pengolahan data yaitu SPSS versi 22. Terdapat beberapa metode yang digunakan antara lain Uji Kualitas Instrumen (uji validitas, uji realibilitas), Uji Asumsi Klasik (uji linearitas, uji normalitas, uji heteroskedastisitas, uji autokorelasi, uji multikolineritas), Uji Hipotesis (uji T dan uji F) dan Uji Koefisien Determinasi (R-Square).

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Hasil

Uji Kualitas Instrumen

a) Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengetahui kevalidan dari data agar dapat dijadikan sebagai instrumen dalam penelitian. Sehingga, dalam penelitian ini uji validitas diperlukan guna mengukur validitas data kuesioner. Pada penelitian ini uji validitas menggunakan *pearson correlation* yang berfungsi untuk mengukur kekuatan hubungan linier antara tiga variabel. Dengan ketentuan nilai signifikansi $< 0,05$ maka dinyatakan valid.

Tabel 1. Pengujian Hasil 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

Sumber: Data primer diolah SPSS 22

Dari hasil uji validitas data diatas variabel X1 persepsi, X2 pengetahuan masyarakat dan Y minat menjadi nasabah menunjukkan bahwasanya seluruh instrumen memiliki nilai signifikansi $< 0,05$ yang artinya seluruh instrumen tersebut valid dan dapat digunakan untuk penelitian selanjutnya.

b) Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk memastikan kuesioner penelitian yang digunakan dalam mengumpulkan data variabel penelitian reliabel atau tidak. Sehingga, kuesioner dikatakan reliabel apabila kuesioner dilakukan pengukuran ulang akan mendapatkan hasil yang sama. Dalam penelitian ini pengujian realibilitas menggunakan program SPSS yaitu uji statistik cronbach's alpha (α). Dengan ketentuan nilai $\alpha > 0,60$ maka dinyatakan reliabel.

Tabel 2. Pengujian Hasil Reliabilitas	
Cronbach's Alpha	N of Items
.969	27

Sumber: Data primer diolah SPSS 22

Dari hasil uji reliabilitas diatas menunjukkan bahwa nilai cronbach's alpha 0,969 sehingga dinyatakan reliabel karena $> 0,60$ ($0,969 > 0,60$).

Uji Asumsi Klasik

a) Uji Linearitas

Uji linearitas digunakan untuk mengetahui sifat hubungan yang linear antar variabel dimana setiap adanya perubahan yang terjadi pada satu variabel akan diikuti perubahan dengan besaran yang sejajar pada variabel lainnya. Dalam penelitian uji linearitas dinyatakan pada kolom Sig. dengan nilai $< 0,05$ maka memenuhi syarat linearitas.

Tabel 3. Uji Linearitas X1 terhadap Y

			Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
TY * TX1	Between Groups	(Combined)	3326.487	22	151.204	7.658	.000
		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			

Sumber: Data primer diolah SPSS 22

Dari tabel 3. uji linearitas variabel persepsi terhadap minat menjadi nasabah pada kolom sig. baris linearity nilainya $< 0,05$ ($0,00 < 0,05$) maka dinyatakan memenuhi syarat linearitas.

Tabel 4. Uji linearitas X2 terhadap Y

			Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
TY * TX2	Between Groups	(Combined)	353.096	21	168.100	9.896	.000
		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			

Sumber: Data primer diolah SPSS 22

Begitu pula pada tabel 4. variabel pengetahuan terhadap minat menjadi nasabah memiliki nilai $< 0,05$ ($0,00 < 0,05$) maka dinyatakan memenuhi syarat linearitas.

b) Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan mengetahui model regresi pada variabel pengganggu berdistribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik yaitu data tersebut terdistribusi normal atau mendekati normal. Uji normalitas dalam penelitian ini menggunakan *kolmogorov-smirnov* dengan melihat nilai signifikansi monte carlo. Dengan ketentuan nilai signifikansi $> 0,05$ maka dinyatakan berdistribusi normal.

Tabel 5. Hasil Uji Normalitas Data

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

Sumber: Data primer diolah SPSS 22

Pada tabel diatas nilai Monte Carlo Sig (2-tailed) menunjukkan total nilai X1 0.377, total X2 0.57 dan total Y 0.330. Sehingga dapat dinyatakan nilai monte carlo $>$ dari 0,05 (X1) $0,377 > 0,05$ (X2) $0,57 > 0,05$ maka data yang digunakan dalam penelitian ini berdistribusi normal.

c) Uji Heteroskedasitas

Uji Heteroskedasitas digunakan untuk mengetahui adanya ketidaksamaan variabel residual pada model regresi yang dipakai dalam pengamatan. Dengan ketentuan nilai sig. antara variabel independen dengan absolut residual $> 0,05$ maka tidak terjadi gejala heteroskedasitas pada model regresi.

Tabel 6. Hasil Pengujian Heteroskedasitas

Model	Unstandardized Coefficients	Standardized Coefficients	Sig.
		T	

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

Sumber: Data primer diolah SPSS 22

Pada tabel hasil pengujian pada variabel independen memiliki nilai signifikansi $> 0,05$ sehingga dapat diartikan bahwasanya tidak terjadi gejala heteroskedastisitas.

d) Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi digunakan untuk mengetahui adanya korelasi variabel dalam model prediksi dipengaruhi oleh perubahan waktu sehingga apabila asumsi autokorelasi terjadi pada model prediksi maka nilai disturbance berpasangan secara bebas. Dengan ketentuan nilai $DW > DU$.

Tabel 7. Hasil 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

Sumber: Data primer diolah SPSS 22

Pada tabel diatas nilai DW 1,912 sedangkan nilai DU 1,718, dapat diartikan nilai DW lebih besar dibandingkan nilai DU oleh karena itu tidak terdapat masalah autokorelasi.

e) Uji Multikolineritas

Uji multikolineritas berguna untuk menunjukkan adanya korelasi atau hubungan kuat antara dua variabel independen pada model regresi berganda. Untuk menguji multikolineritas dilihat dari uji *variance inflating factor* (VIF). Dengan ketentuan nilai $VIF < 10,00$ maka tidak terjadi multikolineritas.

Tabel 8. Hasil Uji Multikolineritas

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		-.338	.736					
	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

Sumber: Data primer diolah SPSS 22

Pada tabel hasil uji multikolineritas menyatakan bahwasanya masing-masing nilai VIF dalam variabel independen memiliki nilai $< 10,00$, sehingga dapat diartikan tidak terjadi gejala korelasi antara variabel independen pada model regresi.

Uji Hipotesis

a) Uji T

Uji T berguna untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen secara parsial. Oleh karena itu, uji T sangat penting untuk menguji kebenaran atau kepalsuan dari hipotesis yang ada. Dengan ketentuan nilai $\text{sig.} < 0,05$ maka terdapat pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen secara parsial.

Tabel 9. Hasil Uji T

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

Sumber: Data primer diolah SPSS 22

Dari tabel hasil uji T dapat diketahui :

- 1) Nilai sig. pada variabel Persepsi (X1) yaitu 0,000. Sehingga, dapat disimpulkan nilai sig. lebih kecil dibandingkan dengan nilai alpha 0,05 ($0,00 < 0,05$). Maka menunjukkan bahwasanya variabel persepsi memiliki pengaruh secara signifikan terhadap minat menjadi nasabah bank syariah.

- 2) Nilai sig. pada variabel Pengetahuan Masyarakat (X2) yaitu 0,000. Dikarenakan nilai sig. lebih kecil dibandingkna dengan nilai alpha 0,05 ($0,00 < 0,05$). Sehingga, dapat disimpulkan bahwasanya variabel pengetahuan masyarakat memiliki pengaruh secara signifikan terhadap minat menjadi nasabah bank syariah.

b) Uji F

Uji F digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen secara simultan mempengaruhi variabel dependen. Dengan ketentuan nilai sig $< 0,05$ maka terdapat pengaruh secara simultan antara variabel independen terhadap variabel dependen.

Tabel 10. Hasil Uji F

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			

Sumber: Data primer diolah SPSS 22

Berdasarkan tabel hasil uji F menyatakan nilai F hitung sebesar 110,907 dengan tingkat signifikansi atau p value sebesar 0,000. Sehingga, dapat diartikan bahwasanya variabel persepsi dan pengetahuan masyarakat memiliki pengaruh secara simultan terhadap minat menjadi nasabah bank syariah.

Uji Koefisien Determinasi (R-square)

Tabel 11. Uji Koefisien Determinasi (R-Square)

Model	R	R Square
1	.830 ^a	.689

Sumber: Data primer diolah SPSS 22

Berdasarkan tabel uji koefisien determinasi didapatkan besarnya nilai korelasi atau hubungan (R) yaitu sebesar 0,830. Nilai R didapatkan dari pengukuran seberapa besar hubungan antara variabel independen terhadap variabel dependen sebesar 0,830. Sehingga, diperoleh koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,689 yang dapat diartikan bahwasanya pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen yaitu 68,9% sedangkan sisanya 31,1% dipengaruhi oleh variabel lain.

B. Pembahasan

a. Pengaruh Persepsi Terhadap Minat Menjadi Nasabah Bank Syariah

Berdasarkan hasil analisis yang dilakukan oleh penulis menyatakan bahwasanya faktor persepsi berpengaruh secara signifikan terhadap minat menjadi nasabah bank syariah. Hal ini ditunjukkan dengan nilai sig. lebih kecil dibandingkan dengan nilai alpha ($0,00 < 0,05$) dengan hal itu, hipotesis pertama pada variabel ini dinyatakan diterima atau berpengaruh terhadap minat menjadi nasabah bank syariah. Hasil penelitian ini didukung oleh Fitri Komariyah dan Ali Farhan menyatakan bahwa persepsi merupakan salah satu variabel yang mempengaruhi minat masyarakat menjadi nasabah bank syariah [25].

b. Pengaruh Pengetahuan Masyarakat Terhadap Minat Menjadi Nasabah Bank Syariah

Berdasarkan hasil analisis yang dilakukan oleh penulis menyatakan bahwasanya faktor pengetahuan masyarakat berpengaruh secara signifikan terhadap minat menjadi nasabah bank syariah. Hal ini ditunjukkan dengan nilai sig. lebih kecil apabila dibandingkan dengan nilai alpha ($0,00 < 0,05$) sehingga, hipotesis kedua pada variabel ini dinyatakan diterima atau berpengaruh terhadap minat menjadi nasabah bank syariah. Hasil penelitian ini didukung oleh Erma Yuliani menyatakan bahwa pengetahuan masyarakat yang baik mengenai bank syariah dan paham mengenai keharaman bank konvensional akan lebih memilih menggunakan atau menjadi nasabah bank syariah dibandingkan dengan bank konvensional [26].

c. Pengaruh Persepsi dan Pengetahuan Masyarakat Terhadap Minat Menjadi Nasabah Bank Syariah

Berdasarkan hasil analisis uji F yang telah dilakukan oleh penulis menunjukkan bahwasanya secara simultan persepsi dan pengetahuan masyarakat memiliki pengaruh positif terhadap minat menjadi nasabah bank syariah. Hal ini ditunjukkan dengan nilai F hitung sebesar 110,907 dan tingkat signifikansi atau p value sebesar 0,00 ($0,00 < 0,05$) dengan hal itu menunjukkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima sehingga dapat diartikan variabel persepsi dan pengetahuan masyarakat memiliki pengaruh secara simultan terhadap minat menjadi nasabah bank syariah. Hasil ini sejalan dengan penelitian Syahriyal menyatakan bahwa terdapat pengaruh antara variabel persepsi dan pengetahuan masyarakat terhadap minat menjadi nasabah bank syariah [27].

IV. SIMPULAN

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.

UCAPAN TERIMA KASIH

Terimakasih kepada masyarakat Kecamatan Sukodono yang telah menyempatkan waktunya untuk mengisi kuesioner. Terimakasih juga kepada Prodi Perbankan Syariah, Fakultas Agama Islam, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo atas pengalaman dan banyak ilmu yang diberikan. Dan terimakasih juga kepada dosen pembimbing yang telah meluangkan waktu untuk memberikan arahan, bimbingan dan motivasi sehingga artikel ini dapat terselesaikan, serta terimakasih kepada pihak editor Jurnal EKSISBANK yang telah mereview dan menelaah penulisan artikel ini.

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 Hiraa, "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.
- [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.

- [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,” *Iqitishodia 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.

Conflict of Interest Statement:

The author declares that the research was conducted in the absence of any commercial or financial relationships that could be construed as a potential conflict of interest.