

**PENGARUH PERSEPSI MASYARAKAT NTB TENTANG PERBANKAN SYARIAH
TERHADAP MINAT MENJADI NASABAH DI BANK NTB SYARIAH**

(Studi Pada Masyarakat Kabupaten Lombok Timur)

**THE EFFECTS OF NTB COMMUNITY PERCEPTION ON SYARIAH BANKING
TOWARD THEIR INTEREST IN BEING CUSTOMERS OF BANK NTB SYARIAH**

(A Community Case Study in Lombok Timur Province)

Titik Herawati (20140730145) dan Miftakhul Khasanah, S.TP.,M.SI

*Fakultas Agama Islam, Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, Jalan Lingkar Selatan
Tamantirto Kasihan Bantul Yogyakarta 55184*

Titikherawati40@gmail.com

Miftakhulkhasanah@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh persepsi masyarakat NTB tentang perbankan syariah terhadap minat menjadi nasabah di bank NTB Syariah. Sampel yang diambil dalam penelitian ini yaitu masyarakat Kabupaten Lombok Timur. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif. Populasi penelitian adalah masyarakat Kabupaten Lombok Timur. Peneliti menggunakan angket/kuesioner dalam pengumpulan informasi dari responden, sedangkan jumlah sampel pada penelitian ini yaitu 100 responden kemudian untuk tehnik pengambilan sampel menggunakan Random Sampling. Hasil pada penelitian ini menunjukkan bahwa persepsi masyarakat berpengaruh terhadap minat menjuadi nasabah di bank NTB Syariah. Kesimpulan pada peneltiitan ini adalah persepsi masyarakat Kabupaten Lombok Timur berpengaruh terhadap minatt menjaadi naasabah di bank NTB Syariah sebesar 0,146 atau 14,6%.

Kata kunci: Bank Syariah, Persepsi, Minat menjadi Nasabah, Masyarakat NTB

ABSTRACT

This research aims to find out the effects of Nusa Tenggara Barat (NTB) community perception on Syariah banking toward their interest in being the costumers of Bank NTB Syariah. The sample of the research is the community of Lombok Timur province. This is a quantitative research involving the community of Lombok Timur province as the population of the study. Questionnaires were used by the researcher to gather the information from the

respondents. 100 respondents were selected through random sampling technique as the sample of the research. The findings reveal that community perception affects the respondents' interest in being the costumers of Bank NTB Syariah. It is concluded that the perception of Lombok Timur province' s community affects their interest in being the costumers of Bank NTB Syariah that is 0, 146 or 14, 6%.

Key words: *Syariah Bank, Perception, Interest in being costumers, NTB community*

PENDAHULUAN

Saat ini dunia perbankan di Indonesia sudah menjadi global yang ditandai dengan semakin berkembangnya industri perbankan syariah. Perbankan adalah segala sesuatu yang berkaitan dengan bank, yang mencakup kelembagaan, kegiatan usaha, serta cara dan proses dalam kegiatan usahanya. Sedangkan bank adalah badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya kepada masyarakat dalam bentuk kredit atau bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat. (Ismail, 2011: 29)

Dengan tingginya jumlah penduduk di Indonesia yang beragama Islam menjadikan potensi yang kuat bagi bank syariah dalam memenuhi nasabahnya. Ironinya kependudukan yang begitu besar yang dimiliki Indonesia namun masih sedikit dari masyarakat Muslim di Indonesia yang menjadi nasabah bank syariah. Masyarakat Muslim masih banyak yang buta tentang perbankan syariah. Bahkan masyarakat beranggapan bahwa bank syariah sama dengan bank konvensional. Salah satu faktor utama yang menghambat peluang tumbuhnya perbankan syariah di Indonesia adalah pengetahuan dan persepsi masyarakat tentang bank syariah. (Nining Wahyuningsih dan Eva Nur'ana, 2016: V.40)

Persepsi didefinisikan sebagai makna yang kita peroleh berdasarkan pengalaman masa, stimulus (rangsangan-rangsangan) yang kita terima melalui lima indera. Semakin baik pengetahuan masyarakat mengenai perbankan Syariah mengakibatkan persepsi yang baik pula maka akan memacu minat seseorang untuk menjadi nasabah. (Stanton, 2003: 160)

Pemikiran atau pandangan masyarakat terhadap lembaga keuangan syariah diantaranya dapat terwakili dengan pandangan atau pemikiran masyarakat terhadap perbankan syariah. Kesan umum yang ditangkap oleh masyarakat tentang perbankan

syariah adalah perbankan syariah ideentik deengan bank dengan sisteem baagi haasil dan perbankan syariah adalah bannk Islami. Hal ini sesuai dengan pendapat Susilo dkk (2000:110), yang menjelaskan bahwa bank Syariah yaaitu bank yang daalam aaktivitasnya, baaik penghiimpunan dana maaupun daalam ragka penyaluran dananya meemberikan dan meengenakan iimbalaan aatas dasar priinsip syaariah yaitu juaal beli dan baagi haasil. Dimana faktor peertimbangan agama merupakan motivator sangat peenting unntuk meendorong peenggunaan jaasa bank syariah dan maasyarakat non naasabah yaang diiberi pennjelasan teentang produk/jasa perbankan syariah mempunyai kecendeerungan yang kuat untuuk memilih bank syariah.

Pengetahuan tentang Perbankan Syariah dapat diperoleh melalui jalur pendidikan formal maupun informal. Pendidikan formal pengetahuan tentang Perbankan Syariah dapat diperoleh dalam bentuk mata pelajaran atau mata kuliah tentang perbankan dan lembaga keuangan. Selain itu, pengetahuan tentang Perbankan Syariah juga dapat diperoleh dari pendidikan informal dalam bentuk iinteraksi deengan oraang tua, teman sebaya, masyaraakat, dan media (TV, radio, majalah, koran, atau buku-buku tentang Perbankan Syariah. Adanya pengetahuan yang dimiliki, maka dapat menimbulkan adanya persepsi bagi seseorang.

Bank NTB merupakan bank daerah yang dimiliki pemerintah Provinsi Nusa Tenggara Barat, pada awal terbentuknya berstatus konvensional. Namun Bank NTB saat ini telah dikembangkan dan memiliki Unit Usaha Syariah (UUS) sendiri. Bank NTB memiliki 11 kantor cabang diantaranya yg sudah syariah 2 cabang yaitu KC Mataram dan KC Selong , 21 kantor cabang pembantu yang sudah syariah 8 dan 7 kantor kas. Dengan mayoritasnya masyarakat NTB beragama Muslim namun masih sedikit menjadi nasabah di bank NTB Syariah, hal ini dibuktikan dengan masih sedikitnya cabang Bank NTB Syariah dibandingkan dengan Bank NTB Konvensional. (<https://bankntb.co.id/>, 19 Desember 2017)

Lombok Timur merupakan salah satu kabupaten yang berada di Provinsi Nusa Tenggara barat yang terdiri dari 20 kecamatan yaitu : sambelia, sembalun, wanasaba, aikmel, suela, pringgabaya, labuan haji, selong, suralaga, sukamulia, pringgasela, masbagik, sikur, montong gading, terara, sakra timur, sakra barat, sakra, jerowaru dan keruak. Jumlah penduduk Kabupaten Lombok Timur adalah 1.173.781 orang. Masyarakat Kabupaten Lombok Timur mayoritas Islam namun masih sedikit yang menggunakan produk bank syariah khususnya di bank NTB Syariah. (<http://www.lomboktimurkab.bps.go.id>)

Seperti yang diketahui dengan mayoritasnya masyarakat Kabupaten Lombok Timur beragama Islam namun masih sangat sedikit yang menggunakan produk Bank syariah khususnya di Bank NTB Syariah sehingga peneliti tertarik ingin melakukan penelitian yang berjudul **“PENGARUH PERSEPSI MASYARAKAT NTB TENTANG PERBANKAN SYARIAH TERHADAP MINAT MENJADI NASABAH DI BANK NTB SYARIAH”**

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, maka dapat diketahui masalah pokok dalam penelitian ini adalah : bagaimanakah pengaruh persepsi masyarakat NTB tentang perbankan Syariah terhadap minat menjadi nasabah di Bank NTB Syariah?

Adapun tujuan penelitian untuk mengetahui seberapa jauh pengaruh persepsi masyarakat NTB tentang perbankan Syariah terhadap minat menjadi nasabah di Bank NTB Syariah.

Kemudian adapun manfaat penelitian ini yaitu secara teoritis, dengan adanya penelitian ini bermanfaat bagi penulis sendiri untuk menambah wawasan ilmu pengetahuan serta bisa menganalisis secara langsung mengenai pengaruh persepsi masyarakat NTB tentang perbankan Syariah terhadap minat menjadi nasabah di Bank NTB Syariah dengan berdasarkan teori yang telah dipelajari. Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai referensi bagi penelitian selanjutnya dan secara Praktis, dengan adanya penelitian ini bisa dijadikan gambaran mengenai pengaruh persepsi masyarakat NTB tentang perbankan syariah terhadap minat menjadi nasabah di bank NTB Syariah. Sehingga dapat dijadikan bahan pertimbangan bagi bank NTB dalam mengambil kebijakan.

Penelitian Terdahulu

Literatur yang digunakan dalam penelitian ini sebagai berikut :

1. Nining wahyuningsih dan Eva Nur'ana, I-Ekonomi Vol 2 No 1 Juli 2016. Melakukan penelitian dengan judul *“Pengaruh persepsi masyarakat desa pejagan tentang perbankan syariah terhadap minat menjadi nasabah bank syariah”*. Jenis penelitian ini adalah Deskriptif kuantitatif. Hasil dari penelitian ini menunjukkan Persepsi masyarakat desa pejagan tentang perbankan syariah berpengaruh terhadap minat menjadi nasabah bank syariah dibuktikan dengan hasil yang signifikan sebesar 0,249 terhadap minat menjadi nasabah dan 7,5% pengaruh variabel persepsi masyarakat tentang perbankan syariah terhadap minat menjadi nasabah.

2. Silvia Miftakhur Rakhmah dan Sri Wahyuni, Jurnal Modernisasi Vol 10 No 2 juni 2017. Melakukan penelitian dengan judul "*Pengaruh persepsi mahasiswa tentang bank syariah terhadap minat menabung di perbankan syariah*". Jenis penelitian ini adalah metode kuantitatif. Hasil dari penelitian ini menunjukkan persepsi mahasiswa tentang bank syariah berpengaruh terhadap minat menabung di perbankan syariah sebesar 77,7%.
3. Imran dan Bambang Hendrawan, Jurnal Business Administration Vol 1 No 2 September 2017. Melakukan penelitian dengan judul "*Pengaruh persepsi masyarakat Batam*". Jenis penelitian ini adalah metode kuantitatif. Hasil dari penelitian ini menunjukkan Persepsi bunga bank berpengaruh secara positif dan
4. Rahmah Yulianti, Jurnal Dinamika Akutansi dan Bisnis Vol 2 No 1 Maret 2015. Melakukan penelitian dengan judul "*Pengaruh minat masyarakat Aceh terhadap keputusan memilih produk perbankan syariah di kota Banda Aceh*". Jenis penelitian ini adalah metode kuantitatif. Hasil dari penelitian ini menunjukkan Motif religius berpengaruh secara positif terhadap variabel pertimbangan nasabah dalam memutuskan memilih produk bank syariah.
5. Muhammad Yasir Yusuf dan Jalilah, Jurnal Stainkudus Vol 4, No 2 Desember 2016. Melakukan penelitian dengan judul "*Persepsi Etnis Tionghoa dalam meningkatkan minat terhadap perbankan syariah di Banda Aceh*". Jenis penelitian ini adalah metode kuantitatif. Hasil dari penelitian ini menunjukkan Variabel persepsi, objek dan lingkungan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat etnis tionghoa dalam memilih perbankan syariah.
6. Sri Wahyuni, At-tawassuth Vol II No 2 September 2017. Melakukan penelitian dengan judul "*Pengaruh persepsi kualitas pelayanan dan*". Jenis penelitian ini adalah metode kuantitatif. Hasil dari penelitian ini menunjukkan
7. Dewi Andriani dan Azuar Juliandi, Jurnal Riset Akutansi dan Bisnis Vol 8 No 2 September 2008. Melakukan penelitian dengan judul "*Preferensi masyarakat kota Medan terhadap bank syariah*". Jenis penelitian ini adalah metode kuantitatif. Hasil dari penelitian ini menunjukkan terdapat hubungan positif dan signifikan antara pengetahuan dan sikap terhadap keputusan penerimaan terhadap perbankan syariah.
8. Gede adi wirapradnyana, lulup endah tripalupi dan Anjuman Zukhri, Vol 4 No 1 Oktober 2014. Melakukan penelitian dengan judul "*Faktor- faktor yang*

mempengaruhi keputusan konsumen menjadi nasabah PT Bank Syariah Mandiri kantor cabang pembantu buleleng". Jenis penelitian ini adalah metode kuantitatif. Hasil dari penelitian ini menunjukkan Faktor bukti fisik, empati, keandalan, ketanggapan dan faktor jaminan mempengaruhi keputusan konsumen menjadi nasabah PT Bank Syariah Mandiri kantor cabang pembantu buleleng.

9. Edy Purwanto dan Syamsuddin, *Jurnal Ekonoomi Manajeemen Sumber Daya* Vol 11 No 1 Juni 2010. Melakukan penelitian dengan judul "*Aspek-aspek yang mempengaruhi masyarakat menjadi nasabah di bank BRI Syariah cabang solo*". Jenis penelitian ini adalah metode kuantitatif. Hasil dari penelitian ini menunjukkan Aspek syariah, ekonomi dan pelayanan terhadap keputusan menjadi nasabah di bank BRI Syariah cabang solo.
10. Junaidi, *Jurnal Fokus Bisnis* Vol 14 No 2 Desember 2015. Melakukan penelitian dengan judul "*Persepsi masyarakat untuk memilih dan tidak memilih bank syariah*". Jenis penelitian ini adalah metode kuantitatif. Hasil dari penelitian ini menunjukkan

Landasan Teori

Penelitian ini dapat diselsaikan dengan adanya landasan teori yang menguatkannya. Berikut merupakan beberapa teori yang peneliti gunakan dalam acuan penelitian ini.

Bank konvensional

Merupakan badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan meyalurkannya kepada masyarakat dalam bentuk kredit ataupun bentuk-bentuk lainnya untuk meningkatkan kesejahteraan. Bank memiliki dua fungsi pokok yaitu penghimpun dana masyarakat dan penyaluran dana kepada masyarakat, oleh karena itu disebut *Financial Intermediary*. (Ismail, 2011: 30)

Bank Syariah

Bank syariah merupakan bank yang kegiatan operasionalnya berlandaskan sesuai dengan prinsip syariat-syariat islam yang yang didalam kegiatannya tidak menerapkan bunga. Prinsip syariah adalah prinsip hukum islam dalam kegiatan perbankan berdasarkan fatwa yang dikeluarkan lembaga yang memiliki kewenangan dalam menetapkan fatwa dibidang syariah dalam hal ini lembaga tersebut yaitu Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia (DSN-MUI).

Tujuan Bank syariah telah dijelaskan dalam Pasal 3 Undang-Undang Nomor 21 Tahun 2008 tentang perbankan Syariah, yaitu “Bank syariah bertujuan menunjang pelaksanaan pembangunan nasional dalam rangka meningkatkan keadilan, kebersamaan dan pemerataan kesejahteraan rakyat”. (Muhamad Sadi Is, 2015: 43)

Fungsi utama bank syariah adalah menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk tabungan dan investasi, menyalurkan dana kepada masyarakat yang membutuhkan dana dari bank, dan juga memberikan pelayanan dalam bentuk jasa perbankan syariah. (Ismail, 2011: 39)

Persepsi

Menurut Gibson, (2004) persepsi sebagai suatu *proses cognitive* yang digunakan oleh seorang untuk menerjemahkan dan memahami dunia sekelilingnya. Individu mengorganisasikan dan menterjemahkan kesn-kesaan mereka dalam memaknai objek ataupun lingkungan yang dilihatnya (Robbins, 2001). Lingkungan yang dipersepsikan adalah lingkungan yang penting dari segi perilaku, dalam hal ini adalah perbankan syariah (Bank NTB Syariah). Seorang individu akan memandang bank NTB Syariah dan menyoal untuk menafsirkan apa yang dilihatnya. Sehingga penafsiran itu sendiri akan sangat dipengaruhi oleh karakteristik pribadi, sehingga beberapa individu memandang suatu objek yang sama namun menghasilkan persepsi yang berbeda. Oleh sebab itu persepsi mempunyai sifat yang subjektif. Diantara karakteristik pribadi yang dapat mempengaruhi persepsi seseorang adalah sikap, motif, kepentingan, pengalaman masa lalu dan penghargaan (Robbins, 2001). Jika hasil persepsi seseorang terhadap perbankan syariah itu baik maka akan meningkatkan kepercayaan terhadap bank itu sendiri, dan sebaliknya jika persepsi seseorang terhadap perbankan syariah itu tidak baik maka akan mengurangi kepercayaan terhadap bank syariah tersebut. (Ch. Asta Nugraha dkk, 2017: V.32). Faktor – faktor yang dapat mempengaruhi proses persepsi pada dasarnya dibagi menjadi 2 yaitu Faktor Internal dan Faktor Eksternal. Faktor Internal merupakan faktor-faktor yang berasal dalam diri individu itu sendiri. Faktor internal yang mempengaruhi persepsi mencakup beberapa hal diantaranya : fisiologis, perhatian, kebutuhan yang searah, suasana hati, pengalaman dan ingatan. Faktor eksternal yang dapat mempengaruhi persepsi merupakan karakteristik dari lingkungan dan objek-objek yang terlibat didalamnya. faktor eksternal yang mempengaruhi persepsi antara lain : Ukuran dan penempatan dari objek atau stimulus, Warna dari objek-objek, Keunikan dan kontras stimulus, Intensitas dan kekuatan dari stimulus, dan *Motion* atau gerak.

Minat

Dalam kamus bahasa Indonesia, minat adalah sebuah kesukaan (kecenderungan hati) kepada suatu perhatian atau keinginan. Minat adalah kecenderungan untuk memberikan perhatian dan bertindak terhadap orang, aktifitas, atau situasi yang menjadi obyek tersebut dengan disertai perasaan senang. Sedangkan menurut Djali dalam bukunya *Psikologi Pendidikan* mengungkapkan bahwa minat merupakan rasa lebih suka dan rasa ketertarikan pada suatu hal atau aktifitas. Minat pada dasarnya merupakan penerimaan akan suatu hubungan antara diri sendiri dengan sesuatu diluar diri. Semakin kuat atau dekat hubungan tersebut, maka akan semakin besar minatnya. Sedangkan minat menurut Percy dan Rossiter (1992) minat membeli konsumen merupakan arahan diri dari konsumen untuk melaksanakan pembelian satu produk atau jasa, perencanaan, kemudian mengikuti suatu tindakan yang cukup relevan seperti mengusulkan, merekomendasikan (influencer), memilih, dan pada akhirnya dapat mengambil keputusan untuk melakukan pembelian uang (Andespa, 2017). Faktor yang melatarbelakangi timbulnya minat yakni : *Attention* (perhatian), *Interest* (ketertarikan) dan *Desire* (keinginan).

METODE PENELITIAN

Dalam penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan metode *survey* atau kuesioner dengan menggunakan skala likert (sangat setuju, setuju, tidak setuju dan sangat tidak setuju). Penelitian ini menguji pengaruh persepsi masyarakat NTB tentang perbankan syariah terhadap minat menjadi nasabah di bank NTB Syariah. Metode pengumpulan data dengan metode *survey*, pengambilan sampel dilakukan dengan menggunakan metode *probability sampling* dengan teknik *random sampling* artinya semua masyarakat Kabupaten Lombok Timur mempunyai kesempatan yang sama untuk menjadi responden penelitian. Jumlah sampel ditetapkan sebanyak 100 responden dengan rumus Solvin. Sumber data pada penelitian ini adalah data primer dan sekunder. Data primer diperoleh langsung di lapangan menggunakan metode *survey* atau kuesioner dan metode observasi, sedangkan data sekunder diperoleh dari biro badan statistik kabupaten Lombok Timur.

Hipotesis

H_a : Ada pengaruh persepsi masyarakat NTB tentang perbankan syariah terhadap minat menjadi nasabah di Bank NTB Syariah.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kuesioner yang disebarakan pada masyarakat Kabupaten Lombok Timur sebanyak 100 kuesioer. Selanjutnya 100 kuisisioner dengan berjenias kelamian laki –laki 38 dan perempuan 62 akun dianalisis valuditas dan reliabilitas.

Langkah selanjutnya, dengan jumlah kuesioner 100 dan empat puluh dua (42) item pertanyaan yang terdiri dari 4 konstruk yaitu persepsi dan minat masyarakat akan diuji validitas dan reliabilitas. Dengan menggunakan analisis, kedua konstruk dieuji validitasnya.

Tabel 1. Koefisien Reliabilitas *cronbach's alpha*

Konstruk	Jumlah Pertanyaan Dalam Konstruk	<i>cronbach's alpha</i>
Persepsi	22	0,681
Minat	20	0,649

Pada tabel 1 terlihat semua konstruk memiliki nilai *cronbach's alpha* lebih dari 0,60 maka dapat disimpulkan semua indikator dikatakan reliabel.

Tabel 2. Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted Square	R	Std. Error of the Estimate
1	,227 ^a	,052	,042		3,407

a. Predictors: (Constant), persepsi

Dari penelitian diatas maka dapat disimpulkan bahwa variabe persepsi (X) terhadap minat masyarakat (Y) hanya mampu memprediksi sebesar 5,2% dan sebanyak 94,8% ditentukan oleh variabel yang tidak diteliti oleh peneliti.

Tabel 3. Hasil Analisis Regresi Linier Sederhana

Coefficientsa

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	62,067	3,622		17,137	,000

persepsi	,146	,063	,227	2,309	,023
----------	------	------	------	-------	------

a. Dependent Variable: minat

Dari tabel 3 diatas hasil analisis regresi linier sederhana diketahui persamaan regresi sebagai berikut :

$$Y = 62,067 + 0,146X$$

Dimana :

Y = Minat menjadi nasabah

X = Persepsi masyarakat

Dari persamaan regresi linier sederhana diatas dapat diketahui : apabila nilai persepsi masyarakat sama dengan konstan, maka minat dalam menjadi nasabah pada Bank NTB Syariah akan naik menjadi 62,067. Besarnya koefisiensi dari variabel independen diketahui sebagai berikut: Persepsi masyarakat memiliki koefisiensi sebesar 0,146, ini berarti hasil analisis dari variabel persepsi masyarakat menunjukkan nilai positif sehingga dalam pengaruhnya terhadap minat menjadi nasabah bergerak kearah positif berarti arahnya searah sehingga dapat disimpulkan bahwa apabila variabel persepsi masyarakat naik satu satuan maka variabel minat menjadi nasabah juga naik satu satuan, namun apabila variabel persepsi masyarakat turun satu satuan maka variabel minat menjadi nasabah turun satu satuan. Persepsi masyarakat memiliki nilai koefisien sebesar 0,146 apabila persepsi masyarakat konstan, maka setiap satu kali kenaikan persepsi masyarakat maka akan menaikkan minat menjadi nasabah sebesar 0,146 atau 14,6%.

Tabel 4. Hasil Uji Parsial t

Coefficientsa

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	62,067	3,622		17,137	,000
	persepsi	,146	,063	,227	2,309	,023

a. Dependent Variable: minat

Berdasarkan tabel 4 terlihat bahwa t_{hitung} koefisiens persepsi masyarakat adalah 2,309 sedangkan t_{tabel} dihiitung paada tabel t-test , dengan $\alpha = 0,05$ atau 5% dan $df = n-k-1$ atau

$df = 100 - 1 - 1 = 98$ dimana (n adalah jumlah sampel dan k adalah jumlah variabel independen). Hasil yang diperoleh t_{tabel} dari $df=98$ adalah sebesar 1,98447. Variabel persepsi masyarakat memiliki $p\text{-value}$ $0,023 < 0,05$ artinya signifikansi, sedangkan t_{hitung} (2,309) $> t_{tabel}$ (1,98447), maka H_a diterima. Sehingga dapat disimpulkan bahwa koefisien persepsi masyarakat secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menjadi nasabah di bank NTB Syariah. Artinya semakin tinggi persepsi masyarakat NTB tentang perbankan syariah maka semakin tinggi minat menjadi nasabah di bank NTB Syariah, sebaliknya semakin rendah persepsi masyarakat tentang perbankan syariah maka semakin rendah minat menjadi nasabah bank NTB Syariah. Hal ini diperkuat oleh hasil tabulasi data yang mayoritas berpendapat setuju dengan persentase 40% - 60%. Dari hasil uji yang peneliti lakukan mendukung dan memperkuat penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Nining Wahyuningsih dan Eva Nur'ana (2016) yang membuktikan bahwa persepsi masyarakat berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menjadi nasabah. Adapun hasil wawancara langsung yang dilakukan peneliti terhadap beberapa responden untuk memperkuat keakuratan kuesioner sebagai berikut :

- 1) Penuturan beberapa responden yang mengatakan bahwa secara keseluruhan responden merasakan sesuai dengan pernyataan yang tertera di kuesioner.
- 2) Responden setuju bahwa Bank NTB Syariah adalah bank yang sudah menjalankan operasionalnya sesuai dengan prinsip syariah berdasarkan hukum Al-Qur'an, As-sunnah, dan pemerintahan.
- 3) Responden menuturkan bahwa fasilitas yang diberikan oleh Bank NTB Syariah seperti kualitas IT yang bagus, pelayanan cepat, berperilaku islami serta lokasi yang strategis merupakan salah satu alasan yang menarik minat mereka untuk menjadi nasabah di Bank NTB Syariah.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan penelitian dan pembahasan yang dilakukan mengenai pengaruh persepsi masyarakat NTB tentang perbankan syariah terhadap minat menjadi nasabah di bank NTB Syariah dengan cara menyebar kuesioner kepada masyarakat Kabupaten Lombok Timur maka dapat disimpulkan bahwa persepsi masyarakat NTB tentang perbankan syariah berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menjadi nasabah di bank NTB syariah, yakni berdasarkan nilai koefisien determinasi (*coefficient of determination*) yang dinotasikan

R Square adalah 0,052 atau 5,2%. Hal ini berarti variabel independen (persepsi) mempengaruhi variabel dependen (minat) sebesar 5,2%. Sedangkan sisanya (100% - 5,2% = 94,8%) dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Selain itu dari analisis menggunakan uji t, diperoleh nilai t_{hitung} (2,309) > t_{tabel} (1,984) maka H1 diterima, yang artinya bahwa ada pengaruh secara signifikan antara persepsi masyarakat NTB tentang perbankan syariah terhadap minat menjadi nasabah di bank NTB Syariah. Artinya semakin tinggi persepsi masyarakat NTB tentang perbankan syariah maka semakin tinggi minat menjadi nasabah di bank NTB Syariah, sebaliknya semakin rendah persepsi masyarakat NTB tentang perbankan syariah maka semakin rendah minat menjadi nasabah di bank NTB Syariah.

Saran

Berdasarkan pembahasan sekaligus kesimpulan diatas maka penulis memberikan saran sebagai berikut:

1. Kurangnya variabel penelitian yang dimasukkan dalam model, sehingga memiliki kontribusi penelitian yang kurang luas. Bagi peneliti lain, untuk ikut mempertimbangkan sumbangan pengaruh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.
2. Menentukan kriteria responden yang akan di diteliti.
3. Bank NTB Syariah supaya untuk selalu menjaga stabilitas citra perusahaan supaya persepsi masyarakat NTB tetap terjaga dan bisa bertahan pada persaingan perbankan.

DAFTAR PUSTAKA

- Anita rahmawaty. “*Pengaruh persepsi tentang bank syariah terhadap minat menggunakan produk di bni syariah semarang*”. Addin Volume 8, No. 1, Februari 2014.
- Arifatul Aini. 2014. “*Pengaruh pengetahuan masyarakat terhadap minat menjadi nasabah Bank Muamalat Cabang Kendal (Studi pada Masyarakat kecamatan kota kendal, Kabupaten Kendal)*”
- Dewi Andriani dan Azuar Juliandi. “*preferensi masyarakat kota medan terhadap bank syariah*”. Jurnal Riset Akutansi Dan Bisnis Volume 8, No.2, September 2008.
- Edi purwanto dan Syamsuddin. “*Aspek-aspek yang mempengaruhi masyarakat menjadi nasabah di Bank Bri Syariah Cabang Solo*”I. Jurnal Ekonomi Manajemen Sumber Daya Volume 11, No. 1, Juni 2010.
- Ghozali, M.” *Aplikasi Analisis Multivariat dengan Program SPSS*. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Imran dan Bambang Hendrawan. “*pengaruh persepsi masyarakat Batam tentang bank Syariah terhadap minat menggunakan produk Bank syariah*”. Jurnal Business Administration Volume 1, No. 2, September 2017.
- Junaidi. “*Persepsi masyarakat untuk memilih dan tidak memilih Bank Syariah (studi kota palopo)*”. Jurnal Fokus Bisnis volume 14, No 02, Desember 2015.
- Kasmir. 1998. *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Muhammad Yasir Yusuf dan Jalilah. “*persepsi Etnis Tionghoa dalam meningkatkan minat terhadap perbankan syariah di Banda Aceh*”. Jurnal Stainkudus.ac.id volume 4, No.2, 2016 : 195-210.
- Nining Wahyuningsih dan Eva Nur’ana. “*Pengaruh presepsi masyarakat desa pejagan tentang perbankan syariah terhadap minat menjadi nasabah bank syariah*”.
- Nurjannah. 2014. “*Pengaruh pengetahuan mahasiswa tentang Bank Syariah terhadap minat menjadi nasabah (studi kasus pada mahasiswa jurusan ekonomi islam fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Walisongo)*”.
- Nur Rifai. 2017. “*Persepsi masyarakat non muslim terhadap minat menjadi nasabah bank syariah di surakarta*”.
- Rahmah Yulianti. “*pengaruh minat masyarakat Aceh terhadap keputusan memilih produk perbankan syariah*”. Jurnal Dinamika Akutansi Dan Bisnis Volume 2, No. 1, Maret 2015

Sadi Is, Muhammad. (2015). *Perbankan Syariah*. Malang: Wisma Kalimetro

Silvia Miftakhur Rakhmah dan Sri Wahyuni. “*pengaruh persepsi mahasiswa tentang bank syariah terhadap minat menabung di perbankan syariah*”.

Sri Wahyuni. “*Pengaruh persepsi kualitas pelayanan dan bagi hasil terhadap minat masyarakat menjadi nasabah bank syariah*”. *At-tawassuth* Volume II, No. 2, 2017: 437-459

Sudarsono, Heri. (2007). *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah Deskripsi dan Ilustrasi*. Yogyakarta: Ekonisa

Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Akses 22/02/2018

<http://www.banknkb.co.id>

Akses 27/04/2018

<http://www.lomboktimurkab.bps.go.id>

Akses 9/06/2018

<https://www.ojk.go.id/id>