

## **BAB V**

### **PEMBAHASAN**

#### **A. Pengaruh Persepsi Terhadap Minat Masyarakat Desa Karangsono Menjadi Nasabah Di Bank Syariah.**

Dari hasil pengujian yang telah dilakukan dan yang telah di deskripsikan di bab sebelumnya, hasil hipotesis pertama menyatakan bahwa persepsi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat masyarakat Desa Karangsono dalam menjadi nasabah di bank syariah. Hal ini sesuai dengan fakta yang ada di lapangan, yang mana mayoritas masyarakat Desa karangsono yang beragama islam yang telah memiliki bekal ilmu agama islam sehingga hal ini dapat menghasilkan persepsi atas perbankan syariah. Semakin baik asumsi/persepsi masyarakat Desa Karangsono mengenai bank syariah maka semakin meningkat pula minat masyarakat Desa Karangsono dalam menjadi nasabah di bank syariah. Dan begitu pun sebaliknya, semakin buruk asumsi/persepsi masyarakat Desa Karangsono mengenai bank syariah maka semakin menurun pula minat masyarakat Desa Karangsono dalam menjadi nasabah di bank syariah.

Persepsi yang diberikan oleh masyarakat Desa Karangsono mengenai bank syariah sudah cukup baik. Hal ini dibuktikan dengan respon positif masyarakat Desa Karangsono yang sangat setuju maupun sangat setuju dengan beberapa pernyataan mengenai persepsi seperti “Saya pernah mendengar dan mengetahui mengenai bank syariah”. Adapun indikator yang menghasilkan respon paling tinggi yaitu indikator

“pengetahuan atau pemahaman yang diperoleh dari hasil pikiran individu” dan sedangkan indikator yang menghasilkan respon paling rendah yaitu indikator “emosional yang berhubungan dengan perasaan senang atau perasaan tidak senang”. Sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa masyarakat Desa Karangsono sangat mudah menerima ilmu dengan pemahamannya sendiri namun rendah/sulit menerima ilmu yang berhubungan dengan perasaan senang atau tidak senang.

Hal ini sesuai dengan teori Bimo Walgito yang menyatakan bahwa persepsi merupakan suatu proses yang didahului oleh proses penginderaan, yaitu merupakan proses diterimanya stimulus oleh individu melalui alat indera atau juga disebut proses sensoris.<sup>169</sup> Hal ini terbukti bahwa masyarakat Desa Karangsono yang telah mendapatkan bekal ilmu terkait agama islam, sehingga ilmu-ilmu yang ditangkap dapat diterapkan dalam mempresepsikan sesuatu khususnya mengenai bank syariah.

Hal ini juga didukung dengan penelitian yang dilakukan oleh Sri Wahyuni<sup>170</sup> yang meneliti tentang Pengaruh Perspsi, Kualitas Pelayanan, Dan Bagi Hasil Terhadap Minat Menjadi Nasabah Di Bank Syariah menunjukkan bahwa persepsi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat masyarakat menjadi nasabah di bank syariah. Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang akan dilakukan oleh Sri Wahyuni terletak pada hasil penelitian yang telah mengenai variabel persepsi yang sama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menjadi nasabah dibank

---

<sup>169</sup>Bimo Walgito, *Pengantar Psikologi Umum*, (Yogyakarta: Andi, 2004), hal. 89

<sup>170</sup> Sri Wahyuni, *Pengaruh Persepsi, Kualitas Pelayanan, Dan Bagi Hasil Terhadap Minat Masyarakat Menjadi Nasabah Di Bank Syariah*, Jurnal At-Tawassuth, Vol. 2, No.2, Tahun 2017.

syariah serta metode penelitian yang sama-sama menggunakan penelitian kuantitatif dan juga responden yang digunakan yaitu masyarakat. Sedangkan perbedaannya yaitu terletak pada terdapatnya variabel kualitas pelayanan dan bagi hasil serta lokasi penelitian yang dilakukan pada penelitian tersebut.

Selain itu penelitian ini juga didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Eva Yasika Wijayati<sup>171</sup> yang meneliti tentang Pengaruh Persepsi dan Pengetahuan Terhadap Minat Masyarakat Menabung di Bank Syariah menunjukkan bahwa persepsi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat masyarakat menabung di bank syariah. Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang akan dilakukan oleh Eva Yasika Wijayati terletak pada hasil penelitian yang telah mengenai variabel persepsi yang sama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menjadi nasabah di bank syariah serta metode penelitian yang sama-sama menggunakan penelitian kuantitatif dan juga responden yang digunakan yaitu masyarakat. Sedangkan perbedaannya yaitu terletak pada terdapatnya variabel pengetahuan serta perbedaan lokasi penelitian yang dilakukan pada penelitian tersebut.

Dengan demikian dapat dikatakan bahwa tujuan dari persepsi yang baik yaitu meningkatkan tingkat minat masyarakat Desa Karangsono dalam menjadi nasabah di bank syariah, sehingga banyak masyarakat yang memanfaatkan produk yang ada di bank syariah. Jadi dapat disimpulkan

---

<sup>171</sup> Eva Yasika wijaya, *Pengaruh Persepsi dan Pengetahuan Terhadap Minat Menabung di Bank Syariah Pada Masyarakat Dukuh Krajan Pulosari Jambon Ponorogo*, (Ponorogo: Skripsi Tidak Diterbitkan, 2019)

bahwa persepsi yang baik merupakan kunci utama dalam menarik minat masyarakat dalam menjadi nasabah di bank syariah.

#### **B. Pengaruh Pengetahuan Produk Terhadap Minat Masyarakat Desa Karangsono Menjadi Nasabah Di Bank Syariah.**

Berdasarkan hasil pengujian yang telah dilakukan dan yang telah dideskripsikan di bab sebelumnya, menyatakan bahwa pengetahuan produk tidak berpengaruh dan signifikan terhadap minat masyarakat Desa Karangsono dalam menjadi nasabah di bank syariah. Hasil penelitian ini mengenai tidak adanya pengaruh antara pengetahuan produk dengan minat menjadi nasabah dalam penelitian ini, mengindikasikan bahwa kurangnya pengetahuan responden terhadap produk bank syariah, karena semakin kurang pengetahuan responden terhadap produk bank syariah, maka akan semakin kurang pula minat seseorang menjadi nasabah di bank syariah.

Hal diatas tersebut terbukti, pada jawaban responden mengenai pertanyaan no. 1 tentang pengetahuan produk pinjaman di bank syariah yang menggunakan akad qard (tanpa imbalan) dengan syarat peminjam mengembalikan pinjaman dalam jangka waktu yang telah disepakati didominasi oleh jawaban ragu-ragu dan diikuti oleh jawaban tidak setuju pada pertanyaan variabel pengetahuan produk dengan presentase 35 persen dan 31 persen. Selain itu pada pertanyaan no. 6 tentang pengetahuan produk di bank syariah terdapat produk jasa gadai yang dinamakan ar-rahn juga didominasi oleh jawaban ragu-ragu dan diikuti oleh jawaban tidak setuju dengan persentase 43 persen dan 34 persen. Adapun jawaban mengetahui

(setuju) tersebut didominasi oleh pertanyaan no 2, 3, 4 dan 5, akan tetapi pada setiap jawaban no 2, 3, 4 dan 5 di ikuti pula jawaban ragu-ragu.

Dan hal tersebut juga sesuai dengan fakta yang ada dilapangan bahwasanya masyarakat Desa Karangsono yang berminat menjadi nasabah di bank syariah didominasi oleh masyarakat yang memiliki usaha dan yang sudah mengetahui manfaat produk dalam hal ini kebutuhan ekonominya akan terpenuhi apabila menggunakan produk bank syariah. Sedangkan apabila dianalisis lebih lanjut terkait kecenderungan seseorang kurang berminat menjadi nasabah dibank syariah, juga dapat disebabkan oleh factor demografis yang memilih jawaban ragu-ragu bahkan tidak setuju, dimana responden yang memilih jawaban ragu-ragu bahkan tidak setuju didominasi oleh seseorang yang berprofesi sebagai ibu rumah tangga, dimana ibu rumah tangga yang hanya memiliki pendapatan yang hanya cukup untuk digunakan seharai-hari, sehingga kurang tertarik untuk membuat suatu perencanaan keuangan jangka panjang, sehingga mengakibatkan kurangnya pengetahuan mengenai manfaat yang akan diperoleh melalui produk bank syariah. Dari pernyataan tersebut, dapat disimpulkan bahwa seseorang yang memiliki pengetahuan yang lebih banyak mengenai produk bank syariah akan lebih cenderung berminat menjadi nasabah di bank syariah, dan sebaliknya.

Hal ini sesuai dengan teori Ujang Sumarwan yang menyatakan bahwa pengetahuan produk merupakan sekumpulan berbagai macam informasi yang diperoleh konsumen mengenai karakteristik suatu produk. Sehingga konsumen dapat mengetahui fungsi dan manfaat yang diperoleh

saat konsumen menggunakan produk tersebut.<sup>172</sup> Dari pernyataan teori tersebut dapat dikatakan bahwa pengetahuan masyarakat mengenai produk bank syariah akan dapat menarik minat masyarakat untuk menjadi nasabah di bank syariah. Sehingga dapat disimpulkan bahwa semakin banyak pengetahuan masyarakat Desa Karangsono mengenai produk bank syariah dan manfaat yang akan diperoleh, maka akan semakin banyak pula kemungkinan minat untuk menjadi nasabah di bank syariah. Dan sebaliknya apabila sedikit pengetahuan masyarakat Desa Karangsono mengenai produk bank syariah dan manfaat yang akan diperoleh, maka akan sedikit pula kemungkinan seseorang tersebut akan menjadi nasabah di bank syariah.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Ivani Rachmawati<sup>173</sup> yang meneliti tentang Pengaruh Promosi, Pengetahuan Produk, Dan Pengetahuan Agama Terhadap Keputusan Nasabah Memilih Menabung Di Bank BRI Syariah yang menunjukkan bahwa pengetahuan produk juga tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung di bank syariah. Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang akan dilakukan oleh Ivani Rachmawati terletak pada hasil penelitian yang telah mengenai variabel pengetahuan produk yang sama-sama tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menjadi nasabah di bank syariah serta metode penelitian yang sama-sama menggunakan penelitian kuantitatif. Sedangkan perbedaannya yaitu

---

<sup>172</sup> Ujang Sumarwan, *Perilaku Konsumen: Teori dan Penerapannya Dalam Pemasaran*, (Ciawi: Ghalia Indonesia, 2002), hal. 120

<sup>173</sup> Ivani Rachmawati, *Analisis Pengaruh Promosi, Harga, Pengetahuan Produk Dan Pengetahuan Agama Terhadap Keputusan Nasabah Memilih Menabung Di Bank BRI Syariah Di Surabaya*, (Surabaya: Skripsi Tidak Diterbitkan, 2017)

terletak pada terdapatnya variabel promosi, harga, dan pengetahuan agama serta perbedaan lokasi penelitian yang dilakukan pada penelitian tersebut.

Selain itu penelitian ini juga didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Ani Nur Faidah dan Samsul Anam<sup>174</sup> yang meneliti tentang Pengaruh Pengetahuan Produk Terhadap Perilaku Memilih Lembaga Keuangan Syariah. Akan tetapi dalam hasil penelitian yang dilakukan Ani Nur Faidah dan Samsul Anam menunjukkan bahwa pengetahuan produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat masyarakat memilih lembaga keuangan syariah. Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang akan dilakukan oleh Ani Nur Faidah dan Samsul Anam terletak pada pendekatan penelitian yaitu sama-sama menggunakan pendekatan kuantitatif dan variable independen yaitu pengetahuan produk serta objek dan responden yang digunakan yaitu masyarakat. Sedangkan perbedaannya yaitu terletak pada hasil penelitian Ani Nur Faidah dan Samsul Anam yang menyebutkan pengetahuan produk berpengaruh positif dan signifikan sedangkan hasil penelitian ini menunjukkan pengetahuan produk tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat masyarakat memilih lembaga keuangan syariah dan perbedaan lainnya yaitu terletak pada lokasi penelitian yang dilakukan pada penelitian tersebut.

Dengan demikian dapat dikatakan bahwa tujuan dari pengetahuan produk adalah untuk menarik minat masyarakat Desa Karangsono untuk

---

<sup>174</sup> Ani dan Anam, *Pengaruh Pengetahuan Produk Terhadap Perilaku Memilih Lembaga Keuangan Syariah Dengan Sikap Terhadap Produk Sebagai Variabel Intervening*, Jurnal El-Qist, Vol. 8, No. 1, April 2018.

menjadi nasabah di bank syariah dengan paparan macam-macam produk yang tersedia.

### **C. Pengaruh Aksesibilitas Terhadap Minat Masyarakat Desa Karangsono Menjadi Nasabah Di Bank Syariah.**

Berdasarkan dari hasil pengujian yang telah dilakukan dan yang telah di deskripsikan di bab sebelumnya, hasil hipotesis pertama menyatakan bahwa aksesibilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat masyarakat Desa Karangsono dalam menjadi nasabah di bank syariah. Hal ini sesuai dengan fakta yang terjadi di lapangan, bahwasanya masyarakat Desa karangsono berpendapat bahwa persebaran kantor dan fasilitas bank syariah lainnya yang ada di Kabupaten Tulungagung hanya berada disejumlah titik dipusat Kabupaten Tulungagung. Dan yang kedua kebanyakan masyarakat Desa Karangsono berpendapat dengan keberadaan kantor dan fasilitas bank syariah lainnya yang persebarannya hanya di sejumlah titik di Kabupaten Tulungagung mengakibatkan masyarakat kurang berminat dikarenakan membutuhkan waktu serta biaya yang lebih untuk mencapai bank syariah mengingat padatnya kegiatan ekonomi masyarakat sehingga tidak memiliki banyak waktu longgar yang dipergunakan untuk mencapai keberadaan bank syariah yang ada di Kabupaten Tulungagung yang lebih banyak memakan waktu untuk menjangkaunya, sehingga kebanyakan masyarakat lebih berminat dengan bank konvensional yang keberadaannya lebih mudah dan cepat untuk dijangkau dibandingkan untuk menjangkau bank syariah. Dan tidak menutup kemungkinan apabila semakin banyak dan luas persebaran

kantor dan fasilitas bank syariah lainnya hal tersebut juga akan perlahan-lahan akan menambah serta meningkatkan minat masyarakat khususnya masyarakat Desa Karangsono untuk menjadi nasabah di bank syariah.

Hal diatas tersebut terbukti, pada jawaban responden terkait aksesibilitas untuk mencapai bank syariah kurang cukup baik. Hal ini dibuktikan dengan respon yang kurang baik dari masyarakat Desa Karangsono yang didominasi oleh jawaban tidak setuju dari awal pertanyaan mengenai aksesibilitas yaitu “Dari tempat anda tinggal. jarak persebaran bank syariah dan fasilitas bank syariah lainnya relative cukup dekat”, hingga akhir pertanyaan mengenai aksesibilitas yaitu “Apakah anda setuju bahwasanya untuk mencapai fasilitas ATM atau fasilitas bank syariah lainnya memakan biaya transportasi yang relative sedikit dari tempat anda tinggal”. Dari pernyataan tersebut, dapat disimpulkan bahwa apabila aksesibilitas untuk mencapai suatu bank syariah itu lebih mudah maka tidak menutup kemungkinan akan dapat lebih mudah pula untuk menarik minat masyarakat untuk menjadi nasabah di bank syariah, dan sebaliknya.

Hal ini sesuai dengan teori Tamin yang menyebutkan bahwa sebagai ukuran kemudahan untuk mencapai suatu lokasi yaitu meliputi waktu, biaya dan usaha yang dipergunakan untuk mencapai lokasi tersebut.<sup>175</sup> sehingga aksesibilitas yang mudah untuk mencapai bank syariah maka akan sangat membantu seseorang untuk berinteraksi di bank syariah tersebut.

---

<sup>175</sup> Tamin, *Perencanaan dan Pemodalan Transportasi*, (Bandung: ITB Press, 1997), hal 32.

Hasil penelitian ini didukung dengan penelitian yang dilakukan oleh Sardita Hidayati<sup>176</sup> yang meneliti tentang Factor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Dalam Menggunakan Jasa Perbankan Syariah yang menunjukkan bahwa aksesibilitas berpengaruh positif dan signifikan dalam mempengaruhi minat masyarakat dalam menggunakan jasa perbankan syariah. Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang akan dilakukan oleh Sardita Hidayati terletak pada hasil penelitian yang telah mengenai variabel aksesibilitas yang sama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menjadi nasabah dibank syariah serta metode penelitian yang sama-sama menggunakan penelitian kuantitatif. Sedangkan perbedaannya yaitu terletak pada terdapatnya variabel religusitas, pengetahuan, pelayanan, pendapatan, dan bagi hasil serta perbedaan lokasi penelitian yang dilakukan pada penelitian tersebut.

Selain itu penelitian ini juga didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Sri Yuliani<sup>177</sup> yang meneliti tentang Pengaruh Pemahaman Dan Aksesibilitas Penggunaan Cast Deposit Machine Terhadap Peningkatan Kepuasan Nasabah Di Bank Syariah yang menunjukkan bahwa aksesibilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah bank syariah. Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang akan dilakukan oleh Sri Yuliani terletak pada hasil penelitian yang telah mengenai variabel aksesibilitas yang sama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menjadi nasabah dibank syariah serta metode

---

<sup>176</sup> Sardita Hidayati, *Idengtifikasi Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Menabung Di Perbankan Syariah*, (Malang: Jurnal Ilmiah Tidak Diterbitkan, 2018).

<sup>177</sup> Sri Yuliani, *Pengaruh Pemahaman dan Aksesibilitas Penggunaan Cash Deposit Machine Terhadap Peningkatan Kepuasan Nasabah (Studi Pada PT. BNI Syariah Cabang Banda Aceh)*, (Aceh: Skripsi Tidak Diterbitkan, 2019)

penelitian yang sama-sama menggunakan penelitian kuantitatif. Sedangkan perbedaannya terletak pada Perbedaannya yaitu terletak pada terdapatnya variabel pemahaman serta perbedaan lokasi penelitian yang dilakukan pada penelitian tersebut.

#### **D. Pengaruh Persepsi, Pengetahuan Produk dan Aksesibilitas Terhadap Minat Masyarakat Desa Karangsono Menjadi Nasabah Di Bank Syariah.**

Berdasarkan dari hasil pengujian yang telah dilakukan dan yang telah di deskripsikan di bab sebelumnya, menyatakan bahwa persepsi, pengetahuan produk dan aksesibilitas secara bersama-sama (simultan) berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat masyarakat Desa Karangsono dalam menjadi nasabah di bank syariah. Fakta yang terjadi dilapangan menyebutkan bahwa dengan bermacam-macam latar belakang pendidikan yang berbeda-beda serta bekal ilmu agama islam yang dimiliki masyarakat Desa Karangsono dapat membentuk persepsi mengenai perbankan syariah, dengan bermacam-macamnya persepsi masyarakat dapat diperkuat melalui pengetahuan mengenai produk bank syariah untuk berinteraksi di perbankan syariah serta aksesibilitas yang mudah, aman serta nyaman untuk mencapai bank syariah juga dapat menarik minat masyarakat Desa Karangsono dalam menjadi nasabah di bank syariah.

Hal ini sesuai dengan teori Kotler, yang menyatakan bahwa sesuatu minat timbul setelah diterimanya suatu rangsangan produk yang dilihatnya, dan kemudian timbul ketertarikan untuk mencoba produk tersebut dan kemudian timbul suatu keinginan untuk mendapatkan dan

memiliki produk tersebut.<sup>178</sup> hal ini terbukti dengan persepsi yang dimiliki masyarakat Desa Karangsono serta didukung dengan pengetahuan mengenai produk yang ditawarkan perbankan syariah dan juga aksesibilitas yang ada untuk mencapai bank syariah, sehingga dapat menimbulkan ketertarikan dan keinginan untuk menjadi nasabah di bank syariah.

Hasil penelitian ini didukung dengan penelitian yang dilakukan oleh Eva Yasika Wijayati<sup>179</sup>, Ani Nur Faidah dan Samsul Anam<sup>180</sup>, serta Sardita Hidayati<sup>181</sup> menunjukkan bahwa persepsi, pengetahuan produk, dan aksesibilitas secara bersama-sama (simultan) mempengaruhi minat menjadi nasabah di bank syariah.

Berdasarkan pembahasan mengenai semua hasil pengujian hipotesis diatas, maka dapat diambil kesimpulan bahwa secara simultan yang terdiri dari persepsi, pengetahuan produk serta aksesibilitas memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat masyarakat Desa Karangsono dalam menjadi nasabah di bank syariah.

---

<sup>178</sup> Arifyanto dan Kholidah, *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi...* hal. 8

<sup>179</sup> Eva Yasika wijaya, *Pengaruh Persepsi dan Pengetahuan Terhadap Minat Menabung di Bank Syariah Pada Masyarakat Dukuh Krajan Pulosari Jambon Ponorogo*, (Ponorogo: Skripsi Tidak Diterbitkan, 2019)

<sup>180</sup> Ani dan Anam, *Pengaruh Pengetahuan Produk Terhadap Perilaku Memilih Lembaga Keuangan Syariah Dengan Sikap Terhadap Produk Sebagai Variabel Intervening*, *Jurnal El-Qist*, Vol. 8, No. 1, April 2018.

<sup>181</sup> Sardita Hidayati, *Idengtifikasi Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Menabung Di Perbankan Syariah*, (Malang: Jurnal Ilmiah Tidak Diterbitkan, 2018).