

Persepsi Masyarakat Terhadap Perbankan Syariah Di Kota Mataram

Ayu Fitri Andini¹, Rosiady Husaeni Sayuti², Hafizah Awalia³

Program Studi Sosiologi, Universitas Mataram

E-mail : Ayufitriandini87@gmail.com

Abstrak

Perbankan syariah telah mengalami perkembangan dan pertumbuhan beberapa tahun terakhir, tetapi dibalik itu masih ada sebagian masyarakat yang tidak memiliki pengetahuan tentang perbankan syariah hal ini kemudian menyebabkan munculnya berbagai macam persepsi dan pandangan yang berpotensi mempengaruhi minat dan tindakan masyarakat terhadap perbankan syariah. Penelitian ini bertujuan untuk : 1) Untuk mengetahui tingkat pengetahuan masyarakat terhadap perbankan syariah di Kota Mataram. 2) Untuk mengetahui persepsi masyarakat terhadap produk dan pelayanan perbankan syariah di Kota Mataram. 3) Untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi persepsi masyarakat terhadap perbankan syariah di Kota Mataram. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif dengan desain penelitian survey. Teknik pengumpulan data yaitu observasi, kuesioner, wawancara dan dokumentasi. Populasi dalam penelitian ini sebanyak 11.132 dengan teknik pengumpulan sampel yaitu *multistage random sampling* sedangkan teknik analisis data menggunakan teknik analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan : 1) Tingkat pengetahuan responden terhadap perbankan syariah di Kota Mataram tinggi hal ini dilihat dari hasil persentase sebanyak 83% responden yang mengetahui tentang perbankan syariah. 2) Persepsi masyarakat terhadap produk dan pelayanan perbankan syariah positif hal ini dilihat dari hasil persentase responden memiliki pandangan positif terhadap produk dan pelayanan perbankan syariah yakni diatas 80%. 3) Terdapat pengaruh yang positif antara variabel produk, promosi, pelayanan, fasilitas, aksesibilitas dan pengetahuan terhadap persepsi masyarakat terhadap perbankan syariah di Kota Mataram.

Kata Kunci: Persepsi Masyarakat, Perbankan, Syariah

Abstract

Sharia banking has experienced the development and growth of the last few years, but behind it there are still some people who do not have knowledge about sharia banking, this then leads to the emergence of various perceptions and views that have the potential to affect people's interests and actions towards sharia banking. This study aims to : 1) to determine the level of public knowledge of sharia banking in the city of Mataram. 2) to determine the public perception of sharia banking products and services in the city of Mataram. 3) to determine the factors that affect public perception of sharia banking in the city of Mataram. The method used in this study is a quantitative method with survey research design. Data collection techniques are observation, questionnaires, interviews and documentation. The population in this study as many as 11,132 with a sample collection technique that is multistage random sampling while data analysis techniques using multiple linear regression analysis techniques. The results showed : 1) the level of knowledge of respondents on sharia banking in Mataram City is high this is seen from the percentage of 83% of respondents who know about sharia banking. 2) public perception of sharia banking products and services is positive this can be seen from the percentage of respondents who have a positive view of sharia banking products and services, which is above 80%. 3) there is a positive influence between the variables of products, promotions, services, facilities, accessibility and knowledge of the public perception of sharia banking in the city of Mataram.

Keywords: *factors affecting perception, public perception, level of knowledge*

Pendahuluan

Perbankan merupakan suatu lembaga yang sangat krusial dalam kehidupan suatu negara, termasuk bagi negara yang sedang berkembang seperti negara Indonesia. Peran strategis tersebut terutama disebabkan oleh fungsi utama Bank sebagai lembaga yang dapat mengumpulkan dan menyalurkan dana nasabah atau masyarakat secara efektif dan efisien. Dengan berperan sebagai perantara antara pihak yang berkelebihan dana dan yang kekurangan dana, sehingga dana tersebut diharapkan dapat memberikan kemanfaatan yang besar bagi masyarakat (Imran dan Hendrawan, 2017). Terdapat 2 jenis bank yang berfungsi di Indonesia saat ini yaitu bank konvensional dan perbankan syariah. Bank konvensional merupakan bank yang menjalankan aktivitasnya secara konvensional yang mengacu pada kesepakatan nasional maupun internasional, serta berlandaskan hukum formil negara, sedangkan bank syariah adalah bank yang menjalankan aktivitas berdasarkan prinsip syariah, atau prinsip hukum Islam. Perbedaan yang sangat menonjol dapat dilihat dari sistem bunga. Dalam hal ini masyarakat diberikan kebebasan untuk memilih antara Bank Syariah dan Bank Konvensional. Bagi publik terutama yang bergama muslim dan mempunyai kekhawatiran terhadap adanya bunga Bank (riba) maka perbankan syariah bisa menjadi alternatif yang lebih tepat sebagai sarana peminjaman modal ataupun menginvestasikan dana. (Otoritas Jasa Keuangan, 2017).

Pendirian bank syariah, merupakan suatu indikasi akan kemudharatan sistem bunga atau riba. Hal ini ditegaskan dengan

lahirnya fatwa MUI (16-12-2003) tentang haramnya berbagai bunga yang dikukuhkan Januari 2004. Keluarnya beberapa fatwa MUI tentang ekonomi syariah, lebih mengukuhkan eksistensi perbankan syariah di tengah prosesi pertumbuhan kegiatan usaha perbankan syariah di semua nusantara. Eksistensi perbankan sebagai layanan jasa keuangan berbasis pada kepercayaan nasabah (Ariani, 2007).

Bank syariah mulai eksis setelah undang-undang No 10 tahun 1998 tentang perubahan Undang-undang No. 7 tahun 1992 tentang perbankan mengakui keberadaan bank konvensional dan bank syariah secara berdampingan (dual banking sistem). Berdasarkan undang-undang tersebut bank dapat beroperasi berdasarkan prinsip-prinsip syariah yang memungkinkan kegiatan bank syariah menjadi lebih leluasa atau luas. Eksistensi bank syariah bahkan semakin diperkuat dengan adanya undang-undang Nomor 23 tahun 1999 tentang Bank Indonesia yang kemudian di ubah menjadi Undang-undang Nomor 3 tahun 2004 (UU BI). Penetapan Undang-undang ini memungkinkan diterapkannya kebijakan moneter berdasarkan prinsip-prinsip syariah. (Otoritas Jasa Keuangan, 2017).

Menurut Muhammad (2005) Bank syariah adalah bank yang beroperasi dengan tidak mengandalkan pada bunga. Bank Islam atau biasa disebut dengan bank tanpa bunga, adalah lembaga keuangan atau perbankan yang operasional dan produknya dikembangkan berlandaskan pada Al Qur'an dan Hadis Nabi Muhammad SAW. Dengan kata lain bank Syari'ah adalah lembaga keuangan yang usaha pokoknya memberikan

pembiayaan atau kredit dan jasa-jasa lainnya dalam lalu lintas pembayaran serta peredaran uang yang pengoperasiannya disesuaikan dengan prinsip syariat Islam. Bank syariah memiliki produk atau jasa yang tidak ditemukan dalam operasi bank konvensional. Prinsip-prinsip seperti musyarakah, mudharabah, murabahah, ijarah, istishna dan sebagainya tidak memuat adanya prinsip-prinsip bunga seperti yang dikembangkan oleh bank konvensional.

Pertumbuhan perbankan syariah di Indonesia ditandai dengan semakin berkembangnya jaringan kantor perbankan syariah di Indonesia, baik Bank Umum Syariah (BUS), Unit Usaha Syariah (UUS) dari Bank Konvensional maupun Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS). Berdasarkan Statistik Perbankan Syariah (SPS) jumlah kantor Perbankan Syariah per Januari 2018, Bank Umum Syariah (BUS) dengan jumlah 13 bank dan jumlah kantor 1825 yang terdiri dari Kantor Cabang, Kantor Cabang Pembantu dan Kantor Kas, untuk Unit Usaha Syariah dengan jumlah Bank Umum Konvensional yang memiliki UUS 21 unit dan jumlah kantor 346 yang terdiri dari Kantor Cabang, Kantor cabang embantu dan Kantor Kas dan untuk Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) dengan jumlah bank 167 dan jumlah kantor 446 yang terdiri dari Kantor Cabang, Kantor Cabang Pembantu dan Kantor Kas (Statistik Perbankan Syariah) (website: Otoritas Jasa Keuangan (OJK)).

Otoritas Jasa Keuangan (OJK) juga mengungkapkan bahwa kinerja perbankan syariah masih sangat baik sampai saat ini. Hal ini bisa dibuktikan berdasarkan data Otoritas Jasa Keuangan (OJK), pembiayaan bank

syariah naik 8,08% menjadi Rp394,6 triliun per akhir tahun 2020, sedangkan dana pihak ketigamencapai Rp475,5 triliun, naik 11,80% secara tahunan. Di samping itu, kualitas pembiayaan juga semakin baik dengan rasio pembiayaan bermasalah turun 3 basis poin secara tahunan menjadi 3,08%. Rasio kecukupan permodalan berada pada level 21,59% dengan financing to deposits ratio berada pada 82,4% yang menunjukkan kemampuan ekspansi pada tahun inisemakin besar. (Otoritas Jasa Keuangan, 2022). Selain itu, *market share* perbankan syariah konsisten mengalami peningkatan dari tahun ke tahun. Jumlah rekening dana pihak ketiga (DPK) mengalami peningkatan 3,15 juta rekening sejak Desember 2019. Pertumbuhan positif juga terjadi pada sisi aset maupun pembiayaan yang disalurkan oleh perbankan syariah. Dibandingkan dengan bank konvensional Bank Syariah mengalami pertumbuhan yang relatif lebih cepat yaitu sebesar 10%. (Komite Nasional Ekonomi dan Keuangan Syariah, 2022).



Sumber: Laporan Perkembangan Keuangan Syariah Indonesia Otoritas Jasa Keuangan 2022

Pertumbuhan perbankan syariah di Kota Mataram juga mengalami kemajuan yang

dapat dilihat dari tahun 2019 sampai akhir 2022 dengan bertambahnya kantor cabang utama bank syariah di Kota Mataram. Jumlah perbankan syariah di Kota Mataram tahun 2022 sebanyak 29 kantor mulai dari kantor pusat, kantor cabang, cabang pembantu, kantor fungsional, kantor kas dan kantor unit usaha syariah. (Kota Mataram dalam angka, 2022). Perkembangan perbankan syariah di Kota Mataram juga dapat dilihat dari Bank Pembangunan Daerah (BPD) Nusa Tenggara Barat (NTB) yang memiliki peran penting dalam perekonomian daerah melakukan konversi ke bank syariah. Bank ini telah berkontribusi dalam menggerakkan aktivitas ekonomi dan memberikan alternatif bagi masyarakat dalam mengakses layanan perbankan sehingga hal ini membuat perbankan syariah mengalami perkembangan di NTB khususnya di Kota Mataram. (Khoir, 2019).

Kota Mataram merupakan salah satu Kota yang masyarakatnya dikenal dengan budaya religious karena mayoritas masyarakatnya yang beragama Islam. Masyarakat Kota Mataram juga dikenal luas sebagai individu yang sangat mengedepankan nilai-nilai keagamaan dalam kehidupan sehari-hari dan masyarakat senantiasa memperkuat ikatan sosial melalui praktik keagamaan yang kental. (Kompas, 2021). Budaya religious yang kuat tercermin dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk ekonomi. Di tengah keberagaman aktivitas ekonomi, perbankan syariah telah berkembang pesat sebagai alternatif yang sesuai dengan prinsip-prinsip Islam. Namun, masih terlihat bahwa minat masyarakat menggunakan perbankan syariah tidak

sebanyak dengan minat masyarakat yang menggunakan bank konvensional. Semakin berkembangnya perbankan syariah dan didorong oleh individu yang dikenal religious, seharusnya semakin banyak minat masyarakat untuk menggunakan bank syariah.

Meskipun sebagian masyarakat sudah menggunakan jasa perbankan syariah tetapi masih ada sebagian masyarakat juga yang masih ragu-ragu untuk menggunakan bank syariah, karena pada umumnya mereka masih minim untuk mengenal bank syariah dan sebagian masyarakat hanya mengenal bank syariah dari luarnya saja dan berpandangan bahwa bank syariah sama saja dengan bank konvensional. Sebagian masyarakat berpandangan bahwa bank syariah sama saja dengan bank konvensional, karena masih kurangnya pengetahuan dan pemahaman masyarakat tentang bank syariah terutama pada produk dan jasa yang ditawarkan oleh bank syariah. Hal ini menurut sebagian masyarakat dikarenakan kurangnya informasi, sosialisasi dan edukasi dari pihak bank syariah di Kota Mataram. Dengan demikian sebagian masyarakat pada umumnya masih ada yang menganggap bahwa bank syariah sama dengan bank konvensional dan bahkan menurut mereka yang membedakan hanya dari segi bahasa. (Anitasari, 2023).

Dari kurangnya pengetahuan dan pemahaman masyarakat tentang perbankan syariah sangat berpotensi mempengaruhi tindakan dan minat masyarakat untuk menggunakan produk bank syariah sehingga tingkat pengetahuan, persepsi dan faktor-faktor yang mempengaruhi persepsi terhadap perbankan syariah menjadi area yang penting dan perlu dipelajari lebih lanjut.

Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Agus Sulis Riyana(2021) menyatakan bahwa masih terdapat beberapa masyarakat yang belum mengetahui bank syariah di sekitar Bandara Juanda daerah Sedati Juanda Kabupaten Sidoarjo hal ini disebabkan oleh kurangnya pengetahuan masyarakat tentang bank syariah dan kurangnya informasi, sosialisasi dan edukasi dari pihak bank syariah di Daerah Sedati Juanda Kabupaten Sidoarjo.

Melalui penggunaan metode kuantitatif, penelitian ini akan mengukur pengetahuan masyarakat tentang perbankan syariah, menganalisis persepsi mereka terhadap pelayanan dan produk perbankan syariah, serta mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi pembentukan persepsi mereka terhadap perbankan syariah. Hasil penelitian ini akan memberikan informasi yang lebih komprehensif dan berdasarkan data tentang bagaimana masyarakat Kota Mataram memahami dan menilai perbankan syariah umumnya. Informasi ini dapat menjadi dasar bagi perbankan syariah dalam mengambil keputusan strategis, serta bagi industri perbankan syariah secara keseluruhan untuk meningkatkan layanan dan komunikasi dengan masyarakat. Dengan demikian, penelitian ini memiliki tujuan yang penting dalam memberikan wawasan yang lebih objektif tentang persepsi masyarakat terkait perbankan syariah di Kota Mataram. Melalui pendekatan kuantitatif, penelitian ini akan memberikan sumbangan yang berharga dalam memahami persepsi dan pandangan masyarakat terhadap perbankan syariah dan kontribusinya dalam konteks ekonomi Indonesia.

Pertanyaan Penelitian

1. Seberapa besar tingkat pengetahuan masyarakat tentang perbankan syariah di Kota Mataram?
2. Bagaimana persepsi masyarakat terhadap produk dan pelayanan perbankan syariah di Kota Mataram?
3. Apa saja faktor-faktor yang mempengaruhi persepsi masyarakat terhadap perbankan syariah di Kota Mataram?

Konsep dan Teori

Teori Fakta Sosial Emile Durkheim

Durkheim mengembangkan konsep masalah pokok sosiologi melalui studi empiris. Dalam *The Rule of Sociological Method*, Durkheim menekankan bahwa tugas sosiologi adalah mempelajari apa yang disebut sebagai fakta-fakta sosial. Ia membayangkan fakta sosial sebagai kekuatan (*force*) dan struktur yang bersifat eksternal dan memaksa individu. (Ritzer, 2012).

Fakta sosial tersebut didefinisikan sebagai cara-cara bertindak, berpikir dan merasa, yang berada di luar individu dan dilengkapi atau dimuati dengan sebuah kekuatan memaksa yang dapat mengontrol individu. Fakta sosial itulah yang akan mempengaruhi setiap tindakan, pikiran dan rasa dari individu. Durkheim menyatakan apa yang dipikirkan adalah kebiasaan- kebiasaan, adat istiadat dan cara hidup umum manusia sebagai sesuatu yang terkandung dalam institusi, hukum, moral dan ideologi-ideologi politis. (Damsar, 2011).

Fakta sosial juga merupakan setiap cara berperilaku, baik yang tetap maupun yang tidak tetap, yang mampu memberikan tekanan eksternal pada individu atau setiap cara bertingkah laku yang umum dalam suatu masyarakat, yang pada waktu bersamaan tidak tergantung pada manifestasi individualnya. Durkheim berargumen bahwa fakta-fakta sosial tidak dapat direduksi menjadi individu-individu, tetapi harus dipelajari sebagai realitasnya sendiri. (Soekanto, 2012).

Durkheim berargumen bahwa fakta-fakta sosial tidak dapat direduksi menjadi individu-individu, tetapi harus dipelajari sebagai realitasnya sendiri. Durkheim mengacu kepada fakta-fakta sosial dengan istilah latin *sui generis*, yang berarti “unik”. Dia menggunakan istilah itu untuk mengklaim bahwa fakta-fakta sosial mempunyai karakter unik tersendiri yang tidak dapat di reduksi menjadi kesadaran individual.

Menurut Durkheim, bagaimanapun sadarnya individu harus tetap melaksanakan kewajiban-kewajiban menurut bahasa, adat istiadat, kebiasaan dan hukum masyarakatnya, dimana kesemuanya itu merupakan "fakta-fakta sosial" yang tidak direkayasa atau tidak diciptakannya melainkan ia terpaksa menjalankan dan menyesuaikan diri dengan “fakta sosial” tersebut. Individu akan menerima konsekuensi-konsekuensi penolakan sosial dan menerima hukuman. Maka dari sini ada sebuah unsur idealisme sosiologis yang jelas dalam teori Durkheim. (Ritzer, 2012).

Durkheim juga mempunyai pandangan bahwa fakta sosial jauh lebih fundamental dibandingkan dengan fakta

individu. Menurut Durkheim adalah sia-sia belaka apabila menganggap mampu memahami apa sebenarnya individu itu hanya dengan mempertimbangkan faktor biologis, psikologis atau kepentingan pribadinya. Seharusnya individu dijelaskan melalui masyarakat dan Masyarakat dijelaskan dalam konteks sosialnya. (Ritzer, 2012).

Di dalam *The Rule of Sociological Method*, Durkheim menjelaskan bahwa pada dasarnya ada dua tipe fakta sosial yang akan berpengaruh di dalam masyarakat, yaitu fakta sosial material dan fakta sosial non material. Meskipun ia membahas kedua tipe fakta sosial ini dalam karyanya, namun perhatian utamanya lebih tertuju pada fakta sosial non material (misalnya kultur, institusi sosial) ketimbang fakta sosial material (birokrasi, hukum dan agama). (Durkheim, 1895).

Tipe fakta sosial material lebih mudah dipahami karena bisa diamati. Durkheim sendiri memberi

beberapa contoh mengenai fakta sosial material. Pertama, sistem hukum merupakan bentuk fakta sosial yang dilembagakan. Meskipun sistem hukum dibuat dan ditegakkan oleh individu, namun mampu mengendalikan dan mewakili seluruh masyarakat. Sistem hukum bersifat mengikat dan memaksakan sehingga dalam hal ini perilaku masyarakat dapat di dorong oleh faktor eksternal diri mereka. Kedua, agama merupakan bentuk fakta sosial material karena agama dapat mengendalikan individu-individu dan diakui oleh seluruh penganutnya. Contoh fakta sosial lainnya yaitu peraturan negara, mata uang dan arsitektur karena bersifat dari eksternal

individu dan bersifat memaksa kepada individu. Sedangkan tipe fakta sosial non material yaitu fenomena yang dianggap nyata, bisa dirasakan, dan bisa dialami namun tidak terlihat langsung.

Fenomena non metrial berkaitan dengan etika tak tertulis yang bersifat intersubjektif. Menurut Durkheim terdapat beberapa contoh fakta sosial non material yaitu moralitas, Liberalisme, konservatisme, kebudayaan dan norma. Dalam penelitian ini ingin melihat bagaimana perilaku penggunaan jasa perbankan syariah oleh masyarakat Kota Mataram yang akan dijelaskan dengan sudut pandang teori Fakta Sosial Material Emile Durkheim yang menjelaskan bahwa cara berpikir, perilaku atau tindakan individu semata-mata tidak berasal dari dalam diri individu tetapi didorong oleh faktor eksternal individu. Hal ini yang kemudian terjadi pada masyarakat Kota Mataram yang menggunakan jasa perbankan syariah karena didorong oleh faktor agama, memiliki aturan yang diakui dan diikuti oleh pengikutnya. Tindakan tersebut termasuk dalam Tindakan sosial Material Emile Durkheim karena individu berperilaku karena faktor eksternal dari diri mereka.

Fakta sosial material sering kali mengekspresikan kekuatan moral yang lebih besar dan kuat yang sama-sama berada di luar individu dan memaksa mereka. Kekuatan moral inilah yang disebut dengan fakta sosial non material. Durkheim mengakui bahwa fakta sosial non material memiliki batasan tertentu karena ada dalam pikiran individu. Durkheim yakin bahwa ketika orang memulai interaksi secara sempurna, maka interaksi itu akan

mematuhi hukumnya sendiri. Oleh karena itu dalam karya yang sama Durkheim menulis bahwa hal-hal yang bersifat sosial hanya bisa teraktualisasi melalui manusia, mereka adalah produk aktivitas manusia. (Ritzer, 2012).

Metode Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Kota Mataram, pemilihan lokasi ini didasari oleh keadaan perbankan syariah yang sudah mulai berkembang di Kota Mataram dan sudah terdapat banyak lembaga keuangan dan perbankan syariah, termasuk cabang-cabang bank syariah, beberapa diantaranya yaitu Bank NTB Syariah dan Bank Syariah Indonesia. Selain itu, keanekaragaman masyarakat dari berbagai latar belakang etnis dan agama sehingga keanekaragaman ini dapat mencerminkan variasi persepsi masyarakat tentang perbankan syariah. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif dengan desain penelitian survey. Teknik pengumpulan data yaitu observasi, kuesioner, wawancara dan dokumentasi. Populasi dalam penelitian ini sebanyak 11.132 dan sampel sebanyak 100 dengan teknik pengumpulan sampel yaitu *multistage random sampling* sedangkan analisis data menggunakan teknik analisis regresi linier berganda.

Hasil dan Pembahasan

1. Karakteristik Responden Jenis Kelamin

Jumlah responden perempuan lebih banyak dibandingkan dengan responden laki-laki, responden perempuan sebanyak 64 orang dengan

persentase 64% dan jumlah responden laki-laki sebanyak 36 orang dengan persentase 36%

Usia Jumlah responden yang terbanyak dari sisi usia adalah responden yang berusia 17-25 tahun dengan jumlah responden sebanyak 56 orang dengan persentase 56% dari total responden. Kemudian, diikuti dengan responden berusia 36-50 tahun sejumlah 18 orang (18%), responden yang berusia 26-35 dan berusia 51-65 memiliki jumlah yang sama yaitu sebanyak 13 orang (13%).

Pendidikan

Jumlah responden dari sisi tangk Pendidikan yang banyak berasal dari responden dengan tingkat Pendidikan SMA sejumlah 73 orang atau 73% dari total responden. Diikuti berturut-turut responden dengan tingkat Pendidikan sarjana sebanyak 24 orang (24%), responden berpendidikan D3 sebanyak 2 orang (2%) dan SD sebanyak 1 orang (1%) dari jumlah responden.

Pekerjaan

Dari sisi pekerjaan, jumlah responden paling banyak adalah yang bekerja sebagai mahasiswa sebanyak 52 orang (52 %) dari total responden. Diikuti kemudian oleh responden yang bekerja sebagai Pegawai Negeri Sipil (PNS) sebanyak 15 orang (15%), wiraswasta sebanyak 13 orang (13%), pegawai swasta sebanyak 10 orang (10%), dan lainnya sebanyak 10 orang (10%).

Penghasilan

Jumlah responden terbanyak dari sisi besaran penghasilan adalah

responden yang berpenghasilan Rp <Rp. 1.000.000 yaitu sebanyak 41 orang (41%) dari total responden, diikuti secara berturut-turut oleh responden yang berpenghasilan Rp. 1.000.000-Rp. 4.000.000 sebanyak 38 orang (38%) dan Rp. 5.000.000-Rp. 7.000.000 sebanyak 2 orang (2%).

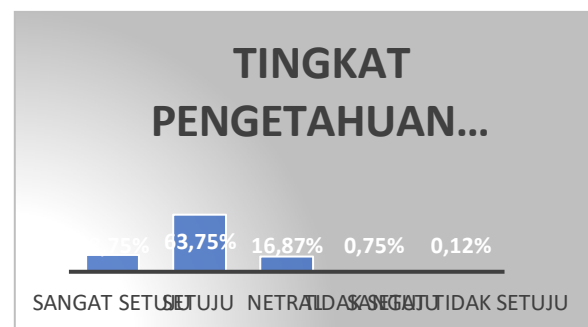
Pengguna jasa perbankan syariah

Jumlah responden yang menggunakan jasa perbankan syariah sebanyak 67 orang (67%) dan yang tidak menggunakan jasa perbankan syariah sebanyak 33 orang (33%).

Jenis bank yang digunakan

Jumlah responden yang menggunakan Bank NTB Syariah yaitu sejumlah 47 orang (47%), Bank Syariah Indonesia sebanyak 20 orang (20%) dan yang menggunakan bank lainnya sebanyak 33 orang (33%) dari total jumlah responden.

2. Tingkat Pengetahuan Masyarakat Terhadap Perbankan Syariah di Kota Mataram



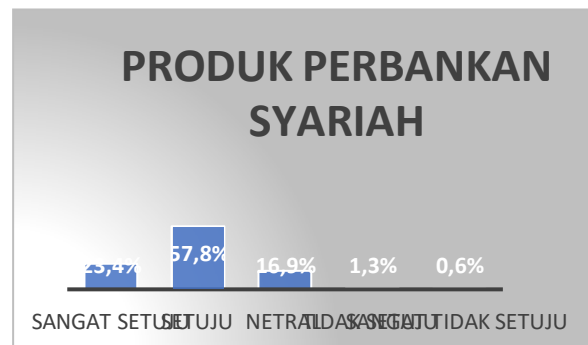
Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan menunjukkan bahwa responden memiliki tingkat pengetahuan yang tinggi tentang perbankan syariah. Hal ini dilihat dari

hasil rata-rata persentase secara keseluruhan yaitu sebanyak 83% responden (yaitu 19% yang sangat setuju dan 64% yang setuju) dengan item pernyataan pengetahuan secara umum tentang perbankan syariah. Hal ini didukung oleh hasil penelitian yang menunjukkan bahwa hasil persentase dari delapan item pernyataan, mayoritas responden memberikan jawaban setuju di atas 50%, sehingga jika dihitung nilai rata-rata persentase dari delapan item pernyataan responden yang menyatakan sangat setuju dan setuju yaitu sebanyak 83% (19% menyatakan sangat setuju dan 64% menyatakan setuju). Hal ini juga didukung oleh latar belakang pendidikan dari responden, beberapa responden memiliki latar belakang Pendidikan yang tinggi yaitu sebanyak 24% (24 orang) S1 dan mayoritas responden memiliki latar belakang Pendidikan terakhir SMA/sedang berada di bangku perkuliahan yaitu sebanyak 74% (74 orang). Dengan memiliki pendidikan tinggi maka seseorang akan cenderung untuk mendapatkan informasi baik dari orang lain maupun dari media massa. Semakin banyak informasi yang masuk semakin banyak pula pengetahuan yang didapat. Sedangkan sebaliknya semakin rendah pendidikan seseorang semakin kurang daya tangkap untuk mendapatkan suatu informasi. Pengetahuan responden juga didukung dari latar belakang pekerjaan mereka, beberapa responden memiliki pekerjaan sebagai Pegawai Negeri Sipil (PNS) yaitu sebanyak 15% (15 orang) yang mengharuskan responden untuk menggunakan jasa Bank NTB syariah sebagai tempat untuk pengambilan gaji bagi Pegawai Negeri Sipil

(PNS). Sehingga responden yang bekerja sebagai Pegawai Negeri Sipil (PNS) cenderung memiliki pengetahuan tentang perbankan syariah khususnya Bank NTB Syariah karena mereka sudah menggunakan dan menjadi nasabah bank NTB Syariah. Selain itu, mayoritas responden dalam penelitian ini merupakan pengguna jasa bank syariah atau nasabah bank syariah yaitu sebanyak 67% (67 orang) sehingga responden yang menjadi nasabah bank syariah memiliki pengetahuan tentang perbankan syariah karena mereka cenderung akan mencari tahu tentang apa mereka.

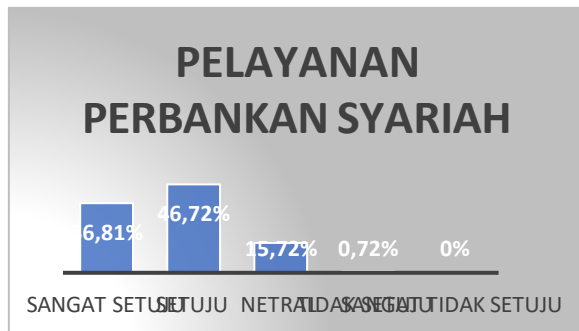
1. Persepsi Masyarakat Terhadap Produk dan Pelayanan Perbankan Syariah di Kota Mataram

a. Produk



Dari keseluruhan data yang didapatkan menunjukkan bahwa responden memiliki persepsi yang positif terhadap produk perbankan syariah hal ini didukung oleh hasil penelitian yang menunjukkan bahwa mayoritas responden memberikan jawaban setuju di atas 50% terhadap beberapa item pernyataan tersebut. Sehingga dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden memiliki persepsi yang positif terhadap bank syariah karena pertama, masyarakat menilai bahwa produk yang disediakan oleh bank

syariah mulai dari tabungan, pembiayaan, investasi, pembayaran rumah, tabungan haji dan lain sebagainya memberikan manfaat kepada kebutuhan masyarakat. Kedua, produk yang disediakan oleh bank syariah mudah dipahami oleh nasabah karena banyak dari produk bank syariah diatur untuk menjadilebih transparan dan mudah dipahami oleh masyarakat. Ketiga, bank syariah menyediakan berbagai macam variasi produk yang sesuai dengan kebutuhan masyarakat dan keempat, masyarakat menilai bahwa produk yang ditawarkan oleh bank syariah tidak kalah saing dengan produk yang ditawarkan oleh bank konvensional. Pelayanan



Dari keseluruhan data yang didapatkan menunjukkan bahwa responden memiliki persepsi yang positif terhadap pelayanan yang diberikan oleh bank syariah. Hal ini didukung dari hasil penelitian yang menunjukkan bahwa mayoritas responden memberikan jawaban setuju di atas persentase 50% terhadap beberapa item pernyataan tersebut. Sehingga, dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden memiliki persepsi positif terhadap bank syariah karena pertama, karyawan bank syariah cepat dalam memberikan respon atau cepat memberikan tanggapan kepada

pertanyaan dan permintaan dari nasabah bank syariah. Kedua, karyawan bank syariah selalu memberikan informasi secara rinci dan jelas kepada nasabah. Ketiga, karyawan bank syariah tidak membedakan sikap dan pelayanan kepada semua nasabah. Keempat karyawan bank syariah memiliki sikap yang ramah kepada nasabah. Kelima, karyawan bank syariah paham dengan apa yang diinginkan dan dibutuhkan oleh nasabah bank syariah dan ketika melayani nasabah yang datang ke bank syariah, karyawan memiliki cara komunikasi yang baik dalam hal melayani nasabah.

1. Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Dari hasil yang telah dilakukan, maka didapatkan hasil nilai regresi linier berganda dan nilai Uji t. Uji t digunakan untuk mengetahui apakah secara parsial produk, promosi, pelayanan, fasilitas, aksesibilitas dan pengetahuan berpengaruh atau tidak berpengaruh terhadap persepsi masyarakat tentang perbankan syariah di Kota Mataram. berikut ini hasil perhitungannya:

Hasil analisis regresi linier berganda

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error			
(Constant)	.018	.376		.048	.962
PRODUK	.136	.014	.199	9.621	.000
PROMOSI	.200	.019	.230	10.572	.000
PELAYANAN	.138	.013	.234	10.667	.000
AKSESIBILITAS	.124	.019	.113	6.649	.000
FASILITAS	.167	.023	.120	7.096	.000
PENGETAHUAN	.235	.019	.236	12.426	.000

Sumber: Data hasil SPSS 16.0

$$Y=0,018+0,136x_1+0,200x_2+0,138x_3+0,124x_4+0,167x_5+0,235x_6+e$$

Berdasarkan tabel diatas dapat disimpulkan bahwa :

1. Uji Hipotesis 1

Hipotesis Ha menyatakan terdapat pengaruh yang positif antara variabel produk terhadap persepsi masyarakat tentang perbankan syariah. Hasil uji statistik diperoleh nilai t untuk variabel produk adalah (X1) *thitung* 9,621 lebih besar daripada nilai *ttabel* sebesar 1,985 maka H0 ditolak dan H1 diterima, artinya produk bank syariah berpengaruh positif terhadap persepsi masyarakat. Sehingga hal ini dapat disimpulkan bahwa semakin bervariasi produk yang disediakan oleh bank syariah maka akan semakin positif persepsi masyarakat terhadap bank syariah.

2. Hipotesis 2

Hipotesis Ha menyatakan terdapat pengaruh yang positif antara variabel promosi terhadap persepsi masyarakat tentang perbankan syariah. Hasil uji statistik diperoleh nilai t untuk variabel promosi adalah (X1) nilai *thitung* sebesar 10,572 lebih besar daripada nilai *ttabel* sebesar 1,985, maka H0 ditolak dan H1 diterima, artinya promosi berpengaruh positif terhadap persepsi masyarakat. Sehingga dapat disimpulkan bahwa semakin bagus strategi promosi yang dilakukan oleh bank syariah maka akan semakin positif

persepsi masyarakat terhadap bank syariah.

3. Hipotesis 3

Hipotesis Ha menyatakan terdapat pengaruh yang positif antara variabel pelayanan terhadap persepsi masyarakat tentang perbankan syariah. Hasil uji statistik diperoleh nilai t untuk variabel pelayanan adalah (X1) *thitung* sebesar 10,667 lebih besar daripada nilai *ttabel* sebesar 1,985, maka H0 ditolak dan H1 diterima, artinya pelayanan berpengaruh positif terhadap persepsi masyarakat. Sehingga hal ini dapat disimpulkan bahwa semakin baik pelayanan yang diberikan oleh karyawan bank syariah maka akan semakin positif persepsi masyarakat terhadap bank syariah.

4. Hipotesis 4

Hipotesis Ha menyatakan terdapat pengaruh yang positif antara variabel aksesibilitas terhadap persepsi masyarakat tentang perbankan syariah. Hasil uji statistik diperoleh nilai t untuk variabel aksesibilitas adalah (X1) *thitung* sebesar 6,649 lebih besar daripada nilai *ttabel* sebesar 1,985, maka H0 ditolak dan H1 diterima, artinya aksesibilitas berpengaruh positif terhadap persepsi masyarakat. Sehingga hal ini dapat disimpulkan bahwa semakin mudah akses menuju bank syariah maka akan semakin positif persepsi masyarakat terhadap bank syariah.

5. Hipotesis 5

Hipotesis Ha menyatakan terdapat

pengaruh yang positif antara variabel fasilitas terhadap persepsi masyarakat tentang perbankan syariah. Hasil uji statistik diperoleh nilai t untuk variabel fasilitas adalah (X_1) *thitung* sebesar 7,069 lebih besar daripada nilai *ttabel* sebesar 1,985, maka H_0 ditolak dan H_1 diterima, artinya fasilitas berpengaruh positif terhadap persepsi masyarakat. Sehingga hal ini dapat disimpulkan bahwa semakin bagus fasilitas yang disediakan oleh bank syariah maka akan semakin positif persepsi masyarakat terhadap bank syariah.

6. Hipotesis 6

Hipotesis H_a menyatakan terdapat pengaruh yang positif antara variabel pengetahuan terhadap persepsi masyarakat tentang perbankan syariah. Hasil ujistatistik diperoleh nilai t untuk variabel pengetahuan adalah (X_1) *thitung* sebesar 12, 246 lebih besar daripada nilai *ttabel* sebesar 1,985, maka H_0 ditolak dan H_1 diterima, artinya pengetahuan berpengaruh positif terhadap persepsi masyarakat. Sehingga hal ini dapat disimpulkan bahwa semakin tinggi tingkat pengetahuan masyarakat terhadap perbankan syariah maka akan semakin positif persepsi masyarakat terhadap bank syariah.

5. Analisis Teori

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan teori fakta sosial Emile Durkheim yang menjelaskan bahwa fakta sosial merupakan pola-pola atau sistem yang memengaruhi manusia dari caranya

bertindak, berpikir, dan merasa. Fakta sosial ini bersifat memaksa dan mampu mengendalikan suatu individu karena diterima, diakui, dan disepakati oleh banyak orang. Dalam hal ini Durkheim ingin menjelaskan bahwa ketika memahami dunia sosial atau perilaku manusia maka Durkheim menganggap bahwa perilaku tersebut tidak datang atau tidak dilakukan dari inisiatif individu tetapi dari dorongan yang bersifat eksternal. (Ritzer, 2012)

Dalam konteks perilaku penggunaan jasa perbankan syariah, masyarakat memilih menggunakan jasa perbankan syariah karena ada alasan agama khususnya bagi masyarakat yang menganut agama Islam. Didalam agama islam terdapat anjuran untuk menghindari riba dan menghindari produk yang bersifat haram oleh karena itu, dalam tindakan penggunaan jasa perbankan syariah masyarakat didorong oleh prinsip-prinsip keuangan Islam yang melarang riba (bunga) dan menganjurkan penggunaan produk keuangan yang halal. Islam juga memandang riba sebagai praktik yang tidak etis dan merugikan masyarakat karena dapat menghasilkan ketidakadilan ekonomi.

Pertama-tama, larangan riba dalam Islam berasal dari prinsip-prinsip agama yang dianggap sebagai ajaran yang harus diikuti oleh seluruh umat Islam. Ayat-ayat Al-Qur'an dan hadis menegaskan larangan riba dan mendorong penggunaan sistem keuangan yang adil dan sesuai dengan prinsip-prinsip Islam. Oleh karena itu,

bagi masyarakat umat Islam, menggunakan jasa perbankan syariah adalah salah satu bentuk tindakan untuk mematuhi perintah dari agama yang mereka anut.

Kedua, perbankan syariah menawarkan produk-produk keuangan yang sesuai dengan prinsip-prinsip Islam, seperti akad-akad yang tidak mengandung riba, seperti murabahah (jual beli dengan

keuntungan yang jelas), mudharabah (bagi hasil), dan musharakah (kerjasama). Hal ini membuat masyarakat yang peduli dengan aspek kehalalan keuangan merasa lebih nyaman menggunakan layanan perbankan yang sesuai dengan keyakinan agama mereka. Sehingga, ketika menggunakan jasa perbankan syariah mereka merasa lebih nyaman dan aman karena merasa telah mengikuti perintah ataupun aturan dalam keyakinan atau kepercayaan yang mereka anut.

Menurut penjelasan teori fakta sosial Emile Durkheim bahwa perilaku individu datang bukan semata-mata karena berasal dari internal diri individu tetapi berasal dan didorong oleh faktor eksternal individu. Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, perilaku atau tindakan masyarakat yang menggunakan jasa perbankan syariah untuk mengikuti aturan dalam agama yang mereka anut merupakan suatu fakta sosial karena masyarakat menggunakan jasa perbankan syariah karena adanya

dorongan dari eksternal individu yaitu agama sehingga menyebabkan dan mengharuskan masyarakat untuk menggunakan jasa perbankan syariah karena adanya anjuran dalam agama Islam untuk menghindari riba ataupun produk yang bersifat tidak halal lainnya.

Pemilihan menggunakan bank syariah mencerminkan kepatuhan individu terhadap prinsip-prinsip keuangan Islam, seperti larangan riba (bunga), keadilan, dan partisipasi dalam kegiatan ekonomi yang sesuai dengan nilai-nilai agama Islam.

Berdasarkan penjelasan teori fakta sosial Emile Durkheim perilaku atau Tindakan sosial tersebut termasuk ke dalam fakta sosial material. Menurut Yesmil Anwar dan Adang dalam Pengantar Sosiologi Hukum (2008), fakta sosial material adalah fenomena yang bisa disimak ditangkap dan diobservasi.

Fakta sosial material berkaitan dengan norma dan hukum tertulis yang dilembagakan suatu masyarakat. Salah satu contoh bentuk fakta sosial material menurut Emile Durkheim adalah agama. Agama merupakan bentuk fakta sosial yang dilembagakan. Meskipun aturan agama dibuat individu, namun mereka bisa mengendalikan individu lainnya dan diakui oleh seluruh penganutnya.

Fakta sosial dapat diterapkan dengan cara yang sangat relevan. Perbankan syariah didasarkan pada prinsip-prinsip Islam yang mengatur

praktik keuangan, nilai-nilai, dan norma-norma yang mengatur perilaku keuangan yaitu larangan riba atau bunga dalam Islam adalah salah satu prinsip utama dalam perbankan syariah. Larangan ini mempengaruhi cara individu memilih produk keuangan dan menjalankan transaksi keuangan mereka.

Fakta sosial beroperasi dalam konteks perbankan syariah yaitu fakta sosial, seperti larangan riba dalam Islam, ada di luar individu. Artinya, mereka ada

sebelum individu dan tidak sepenuhnya bergantung pada pilihan individu. Larangan riba telah menjadi bagian dari ajaran Islam sejak lama, dan perbankan syariah mempertahankan prinsip ini sebagai landasan utama operasinya. Dari adanya larangan riba tersebut kemudian mempengaruhi bagaimana individu menggunakan layanan perbankan syariah. Individu yang taat pada ajaran Islam akan menghindari produk-produk keuangan yang melibatkan riba. Mereka akan mencari alternatif yang sesuai dengan prinsip-prinsip syariah, seperti tabungan, investasi, atau pembiayaan yang tidak melibatkan bunga.

Fakta sosial dalam perbankan syariah juga mencakup norma-norma dan nilai-nilai yang mengatur perilaku masyarakat. Misalnya, nilai-nilai keadilan, kejujuran, dan berbagi risiko adalah nilai-nilai yang sangat dijunjung tinggi dalam perbankan syariah. Hal ini mempengaruhi

tidak hanya keputusan individu tetapi juga budaya organisasi dan tata kelola perbankansyariah.

Fakta sosial dalam perbankan syariah juga mencakup praktik-praktik keuangan yang sesuai dengan prinsip-prinsip Islam. Ini termasuk *profit sharing*, pembiayaan berbasis aset, dan mekanisme lain yang diatur oleh hukum Islam. Praktik-praktik ini mencerminkan nilai-nilai dan norma-norma yang dianut dalam masyarakat Islam dan mempengaruhi cara individu dan lembaga keuangan berinteraksi dalam konteks perbankan syariah.

Dengan demikian, fakta sosial dalam perbankan syariah menggambarkan bagaimana norma-norma, nilai-nilai, dan praktik-praktik keuangan Islam mempengaruhi perilaku masyarakat yang menggunakan layanan perbankan syariah. Hal ini juga menyoroti pentingnya memahami konteks budaya, agama, dan sosial dalam memahami bagaimana sistem keuangan beroperasi dan bagaimana keputusan keuangan dibuat oleh individu dan lembaga.

Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Masyarakat Kota Mataram yang terpilih menjadi responden dalam penelitian ini memiliki pengetahuan yang tinggi tentang perbankan syariah dengan nilai persentase sebesar 83%.
2. Persepsi masyarakat terhadap produk

dan pelayanan bank syariah

a. Produk

Masyarakat yang terpilih menjadi responden dalam penelitian ini memiliki persepsi yang positif terhadap produk bank syariah dengan nilai persentase persepsi pada produk sebanyak 87%.

b. Pelayanan

Masyarakat yang terpilih menjadi responden dalam penelitian ini memiliki persepsi yang positif terhadap pelayanan bank syariah dengan nilai persentase 85%.

3. Terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi persepsi masyarakat Kota Mataram terhadap perbankan syariah antara lain sebagai berikut:

- a) Produk memiliki pengaruh yang positif terhadap persepsi masyarakat Kota Mataram dengan hasil uji t yaitu *t hitung* (9,621) lebih besar dari nilai *ttabel* (1,985).
- b) Promosi memiliki pengaruh yang positif terhadap persepsi masyarakat Kota Mataram dengan hasil uji t yaitu *thitung* (10,572) lebih besar dari nilai *ttabel* (1,985).
- c) Pelayanan memiliki pengaruh yang positif terhadap persepsi masyarakat Kota Mataram. Hal ini dilihat dari hasil nilai uji t yaitu *thitung* (10,667) lebih besar dari nilai *ttabel* (1,985).

- d) Aksesibilitas memiliki pengaruh yang positif terhadap persepsi masyarakat Kota Mataram. Hal ini dilihat dari hasil nilai uji t yaitu *thitung* (6,649) > nilai *ttabel* yaitu (1,985).
- e) Fasilitas memiliki pengaruh yang positif terhadap persepsi masyarakat Kota Mataram. Hal ini dilihat dari hasil nilai uji t yaitu *thitung* (7,09) > nilai *ttabel* yaitu (1,985).
- f) Pengetahuan memiliki pengaruh yang positif terhadap persepsi masyarakat Kota Mataram. Hal ini dilihat dari hasil nilai uji t yaitu *thitung* (12,246) > nilai *ttabel* yaitu (1,985).

Daftar Pustaka

- Anitasari. 2023. *Persepsi Ulama NU(Nabdhatul Ulama) Kota Padangsidempuan Terhadap Perbankan Syariah*. Etheses Universitas Islam Negeri SyekhAli Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan.<https://etd.uinsyahada.ac.id/9327/>
- Damsar. 2011. *Pengantar Sosiologi Pendidikan*. Jakarta: PT Kencana Media.
- Dian Ariani. 2007. *Persepsi Masyarakat Umum Terhadap Bank Syariah di Medan*. Universitas Sumatera Utara: Medan. https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/36639957/thesis_1-libre.pdf?1424109982=&response-content

- Dukheim, Emile. 1895. *The Rule of Sociological Method*. New York: Free Press.
- Imran dan Bambang Hendrawan. 2017. *Pengaruh Persepsi Masyarakat Batam Tentang Bank Syariah Terhadap Minat Menggunakan Produk Bank Syariah*. Journal of Applied Business Administration. Vol1. No.2.
<https://jurnal.polibatam.ac.id/index.php/JABA/article/view/621>
- Komite Nasional Ekonomi Keuangan Syariah. 2020. *Perkembangan Perbankan Syariah*.
- Muhammad. 2005. *Manajemen Pembiayaan Bank Syariah*. Yogyakarta: UPP AMP YKPN.
- Otoritas Jasa Keuangan. 2017. *Tentang Syariah*.
- Ritzer, George. Douglas J. Goodman. *Teori Sosiologi Dari Teori Sosiologi Klasik Sampai Perkembangan Muktabir Teori Sosial Postmodern*. Bantul:
- Riyana, Agus Sulis. 2021. *Pemahaman Masyarakat Tentang Perbankan Syariah Melalui Keberadaan Lembaga Keuangan Syariah di Era Industri 4.0*. Saujana: Jurnal Perbankan Syariah dan Ekonomi. Vol.3. No.1.
https://www.researchgate.net/publication/353211607_Pemahaman_Masyarakat_Tentang_Perbankan_Syariah_Melalui_Keberadaan_Lembaga_Keuangan_Syariah_Di_Era_Industri_40
- Soerjono, Soekanto. 2012. *Mengenal Tujuh Tokoh*
- Sosiologi. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada