



**Investigasi Kualitatif pada Faktor-faktor yang Mendorong Minat
Masyarakat terhadap Penggunaan Bank Syariah di Indonesia**
*A Qualitative Investigation of the Factors Driving Public Interest in the Use of Sharia Bank
in Indonesia*

Rizka Nabilah Al-Wahidah^a, Muhammad Yazid^b

^aUniversitas Islam Negeri Sunan Ampel, Surabaya, Indonesia; Email: alwakhidahrizka@gmail.com

^bUniversitas Islam Negeri Sunan Ampel, Surabaya, Indonesia; Email: muhammadyazid02@gmail.com

ARTICLE INFO

Article history:

Received: 18 November 2024

Revised: 6 December 2024

Accepted: 22 February 2025

Published: 16 May 2025

Keywords:

*Islamic Economics, Sharia
Banking, Usury, Public Interest*

ABSTRACT

Islamic banking is present as a solution to the conventional banking system, by offering products that are in accordance with Islamic principles, Islamic banking has successfully developed in Indonesia. This research aims to identify the factors that drive people's interest in using the products. Using a qualitative approach, this study collected data through interviews with informants who have experience or interest in Islamic banking products. The results show that the factors that influence people's interest in using Islamic bank products and services are driven by the awareness of halal principles and the concept of usury, people are also very satisfied with the administrative costs which are considered lower than the administration of conventional banks. In addition, the variety of Islamic bank products has also succeeded in attracting public attention. This has a positive impact on the national economy. However, the level of public understanding of these products still needs to be improved. Some complex Islamic products are often insufficiently understood by the general public, therefore, more intensive education is needed to maximize the utilization of sharia financial products.

ABSTRAK

Perbankan syariah hadir sebagai solusi bagi sistem perbankan konvensional, dengan menawarkan produk-produk yang sesuai dengan prinsip-prinsip Islam, Perbankan syariah telah sukses berkembang di Indonesia. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang mendorong minat masyarakat dalam menggunakan produknya. Dengan menggunakan pendekatan kualitatif, penelitian ini mengumpulkan data melalui wawancara dengan informan yang memiliki pengalaman atau ketertarikan terhadap produk perbankan syariah. Hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor yang mempengaruhi minat masyarakat terhadap penggunaan produk dan jasa bank syariah didorong oleh adanya kesadaran mengenai prinsip halal dan konsep riba, masyarakat juga sangat puas terhadap biaya administrasi yang dinilai lebih rendah dibandingkan dengan administrasi bank konvensional. Selain itu, ragam produk bank syariah juga berhasil menarik perhatian masyarakat. Hal ini berpengaruh positif pada perekonomian negara. Namun tingkat pemahaman masyarakat terhadap produk-produk tersebut masih perlu ditingkatkan. Beberapa produk syariah yang kompleks seringkali kurang dipahami dengan baik oleh masyarakat umum, sehingga perlu adanya edukasi yang lebih intensif untuk memaksimalkan pemanfaatan produk keuangan syariah.

How to cite:

Rizka Nabilah Al-Wahidah, Muhammad Yazid, "Investigasi Kualitatif pada Faktor-faktor yang Mendorong Minat Masyarakat terhadap Penggunaan Bank Syariah di Indonesia", *AL-KHIYAR: Jurnal Bidang Muamalah dan Ekonomi Islam* Vol. 5, No. 1 (2025): 115-124. doi: 10.36701/al-khiyar.v5i1.1823.

PENDAHULUAN

Pada saat ini, dunia terus mengalami perubahan seiring dengan kemajuan zaman. Negara-negara maju terus menunjukkan perkembangan dan perubahan pesat untuk menjadi negara yang unggul dalam sistem keuangan dan perekonomian. Begitu pula dengan Indonesia, kemajuan terlihat dari berbagai aspek seperti pembangunan, industri, dan teknologi.¹ Misalnya, dalam sektor bisnis, produsen bersaing ketat untuk memenuhi kebutuhan konsumen dan berusaha memberikan layanan serta kepuasan terbaik agar konsumen tertarik dan mempertahankan sikap setia terhadap penggunaan produk atau jasa yang ditawarkan. Hal yang sama berlaku pada lembaga perbankan yang terus menunjukkan perkembangan dan kemajuannya. Indonesia dengan mayoritas masyarakatnya yang memeluk agama Islam, memiliki peluang besar untuk mengembangkan sistem keuangan syariah menjadi lebih baik. Namun, untuk mewujudkan hal tersebut, diperlukan dukungan dan kerjasama dengan masyarakat dalam dunia perbankan.²

Terdapat dua jenis bank di Indonesia yang memiliki peran penting dalam sistem perekonomian, yaitu bank konvensional dan bank syariah. Bank konvensional berkegiatan dalam melakukan perputaran uang yang dalam kesepakatannya sesuai dengan kesepakatan nasional dan internasional, bank ini mengikuti hukum formal suatu negara. Keuntungan diperoleh dari penetapan bunga sebagai harga, untuk produk seperti giro, tabungan dan deposito. Sedangkan, Bank syariah beroperasi dengan menjalankan prinsip-prinsip agama Islam sebagai landasannya. Keuntungan diperoleh dari pembiayaan berdasarkan bagi hasil, penyertaan modal, jual beli barang ataupun dengan sewa.³

Perbankan syari'ah di Indonesia berkembang pesat dalam beberapa tahun terakhir, seiring dengan meningkatnya kesadaran masyarakat Muslim terhadap pentingnya sistem keuangan yang sesuai dengan ajaran agama Islam.⁴ Berdasarkan data OJK posisi Juni 2023, pertumbuhan aset keuangan syariah Indonesia telah mencapai lebih dari 2 triliun rupiah atau sekitar USD163,09 miliar posisi per Juni 2023. Angka tersebut menunjukkan bahwa terjadi pertumbuhan sebesar 13,37% (yoy) dengan *market share* sebesar 10,94% terhadap total keuangan nasional.⁵

Dengan adanya hal tersebut, mayoritas masyarakat Muslim semakin terdorong untuk menggunakan produk perbankan yang mengintegrasikan prinsip-prinsip syariah dalam operasionalnya, seperti larangan riba serta penerapan sistem bagi hasil. Meskipun demikian, masih terdapat sejumlah tantangan yang perlu diatasi dalam upaya memperluas pangsa pasar perbankan syariah, terutama di daerah yang lebih konservatif dan kurangnya

¹ Margaretha Pramesti, Afdal Fadlan, and Muhammad Yasin, "Konsep Industrialisasi Pada Pengembangan Teknologi Di Indonesia," *Populer: Jurnal Penelitian Mahasiswa* 2, no. 2 (2023): 148–54, <https://doi.org/10.58192/populer.v2i2.865>.

² Syamsuriza et al., "ANALISIS MINAT MASYARAKAT TERHADAP PERBANKAN SYARIAH," *Jurnal Hikmah* 19, no. 2 (2022): 39–88.

³ Nurul Ichsan Hasan, *Pengantar Perbankan*, 2014, <http://repository.uinjkt.ac.id/dspace/handle/123456789/44856>.

⁴ Devina Lutfia Dianti et al., "Perkembangan Minat Masyarakat Indonesia Terhadap Perbankan Syariah," *Rumpun Manajemen Dan Ekonomi* 1, no. 3 (2024): 112–16.

⁵ Otoritas Jasa Keuangan, "Strategi Mengakselerasi Pangsa Pasar Keuangan Syariah," OJK Institute, 2024, <https://www.ojk.go.id/ojk-institute/id/capacitybuilding/upcoming/4065/strategi-mengakselerasi-pangsa-pasar-keuangan-syariah#:~:text=Berdasarkan data OJK posisi Juni,persen terhadap total keuangan nasional.>

pemahaman mengenai produk dan layanan perbankan itu sendiri.⁶ Beberapa tantangan yang menjadi penghambat berkembangnya bank syariah adalah kurangnya pemahaman masyarakat Muslim terhadap konsep ekonomi Islam serta minimnya penerapan prinsip-prinsip syariah dalam transaksi bisnis dan keuangan sehari-hari. Selain itu, masih terdapat kekhawatiran di kalangan masyarakat mengenai potensi risiko finansial seperti rasa takut mengalami penurunan kesejahteraan ekonomi.⁷

Beberapa penelitian menunjukkan bahwa minat masyarakat terhadap bank syariah dipengaruhi oleh kombinasi faktor religiusitas, kepercayaan terhadap sistem syariah, persepsi tentang keadilan ekonomi, dan kepuasan layanan. Penelitian tersebut turut membahas berbagai tantangan yang dihadapi oleh bank syariah seperti, kurangnya edukasi publik, citra layanan yang kurang kompetitif, serta kesenjangan dalam aksesibilitas masih menjadi kendala dalam meningkatkan partisipasi masyarakat terhadap bank syariah.

Urgensi penelitian ini terletak pada pentingnya memahami dinamika minat masyarakat terhadap bank syariah di tengah persaingan yang semakin ketat antara perbankan syariah dan konvensional. Bank syariah di Indonesia memiliki peran strategis dalam mendukung visi pemerintah untuk memperkuat perekonomian berbasis syariah sebagai salah satu pilar utama pembangunan ekonomi nasional. Namun, meskipun jumlah lembaga keuangan syariah terus bertambah, pangsa pasar perbankan syariah di Indonesia masih berada di angka yang relatif kecil, yaitu sekitar 6-7% dari total industri perbankan. Angka ini juga dipengaruhi oleh berbagai faktor seperti, rendahnya literasi dan inklusi keuangan syariah di masyarakat, belum adanya model bisnis yang signifikan, serta kebutuhan peningkatan efisiensi dan digitalisasi dalam layanan syariah.⁸

Penelitian yang mengkaji perbankan syariah telah banyak dilakukan oleh para pengamat ekonomi. Namun, penelitian mengenai faktor-faktor yang mendorong minat masyarakat untuk menggunakan bank syariah di Indonesia masih terbatas. Data dari beberapa penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa kepercayaan agama merupakan faktor utama yang mendorong keputusan seseorang untuk memilih menggunakan produk bank syariah, hal ini dikarenakan sebagian besar masyarakat Muslim di Indonesia merasa lebih nyaman dengan produk yang sesuai dengan prinsip syariah.⁹ Selain itu, aspek pengetahuan dan pemahaman tentang prinsip syariah juga memegang peranan penting, dimana nasabah yang memahami cara kerja bank syariah cenderung memilihnya dibandingkan dengan bank konvensional.¹⁰ Penelitian yang dilakukan oleh Kotler dan Keller juga menyebutkan bahwa pengaruh sosial, seperti rekomendasi dari keluarga dan teman, berperan dalam keputusan masyarakat untuk memilih bank syariah.

Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang mendorong minat masyarakat terhadap bank syariah di Indonesia melalui pendekatan investigasi kualitatif. Sebagian besar studi sebelumnya lebih banyak menggunakan metode kuantitatif yang berfokus pada pengukuran statistik terhadap faktor-faktor seperti religiusitas, kualitas layanan, atau persepsi ekonomi. Sementara itu, pendekatan kualitatif

⁶ Roni Andespa, "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Dalam Menabung Di Bank syariah," *Al Masraf: Jurnal Lembaga Keuangan Dan Perbankan* 2, no. 1 (2017): 43–57.

⁷ Hayati Neneng, "Permasalahan Perbankan Syariah Di Indonesia," *Al-Fitri* 4, no. 1 (2016): 1–23.

⁸ Otoritas Jasa Keuangan, "Strategi Mengakselerasi Pangsa Pasar Keuangan Syariah."

⁹ Andespa, "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Dalam Menabung Di Bank syariah."

¹⁰ Philip Kotler and Kevin Lane Keller, *Marketing Management (15th Ed.)* (Pearson Education., 2016).

yang mendalam untuk menggali pengalaman, motivasi, dan persepsi individu masih relatif terbatas dalam kajian terkait bank syariah.

Dengan menggunakan pendekatan kualitatif dan jenis penelitian studi kasus. Pengumpulan data dilakukan melalui observasi dan wawancara bersama lima informan sebagai nasabah Bank syariah Indonesia untuk menggali pandangan mereka tentang faktor yang mendorong mereka dalam memilih bank syariah sebagai solusi keuangan. Data yang terkumpul akan dianalisis menggunakan analisis tematik untuk mengidentifikasi tema-tema yang muncul dari wawancara.

PEMBAHASAN

Secara pengertian, minat merupakan sebuah kecenderungan hati, kemauan dan keinginan dari seseorang yang tinggi akan suatu hal. Minat merupakan hal yang paling penting dalam perilaku seorang konsumen atau dalam hal ini adalah seorang nasabah, yang berkaitan dengan kecenderungan atau ketertarikan seseorang terhadap suatu produk atau layanan. Minat adalah suatu pemusatan perhatian yang mengandung unsur-unsur perasaan, kesenangan, kecenderungan hati, keinginan yang tidak disengaja yang sifatnya aktif untuk menerima sesuatu dari luar lingkungan.¹¹ Dalam konteks ekonomi syaria'ah, minat masyarakat/konsumen terdapat beberapa faktor seperti pemahaman mengenai prinsip syaria'ah, persepsi terhadap manfaat produk syaria'ah, serta kepercayaan terhadap lembaga keuangan syaria'ah.

Saat ini terjadi persaingan ketat antar lembaga-lembaga perbankan dalam menarik minat masyarakat agar menabung di bank, perbankan melakukan berbagai strategi untuk digunakan agar masyarakat yang telah menabung memiliki sikap loyal serta sebagian masyarakat lain agar menarik depositonya dan beralih menabung di bank syariah. Dari berbagai strategi yang ada, pemasaran merupakan salah satunya. Pihak bank akan melakukan sebuah promosi melalui media cetak maupun elektronik. Media akan memuat informasi-informasi tentang bank tersebut, terutama keunggulan dan beberapa hal yang membedakannya dengan lembaga bank lain. Dengan begitu, masyarakat akan mengetahui tentang perbankan dan apa saja kelebihan dan kekurangan bank syariah ini dibandingkan dengan bank-bank yang lainnya.¹²

Sebuah penelitian yang dilakukan oleh Dela Novita Sari menunjukkan bahwa strategi pemasaran digital yang dilakukan oleh bank syariah di Indonesia telah sukses meningkatkan jumlah nasabah. Penggunaan konten kreatif di berbagai platform media sosial menunjukkan efektifitasnya dalam menarik perhatian generasi muda yang merupakan target pasar potensial. Konten yang menarik dan informatif memegang peranan penting dalam membangun kepercayaan. Meskipun demikian, tantangan dalam penerapan strategi pemasran ini tetap ada. Bank syariah harus memastikan bahwa pengalaman pengguna di platform digital mereka berlangsung dengan efisien, mudah diakses, dan aman.¹³

Strategi selanjutnya adalah cara lembaga mensosialisasikan produknya dengan promosi. Promosi sebagai media komunikasi yang memberi penjelasan dan meyakinkan calon konsumen mengenai barang dan jasa dengan tujuan untuk mendapatkan perhatian

¹¹ Andi P.Achru, "Pengembangan Minat Belajar Dalam Pembelajaran," *Idaarah: Jurnal Manajemen Pendidikan* 3, no. 2 (2019): 205, <https://doi.org/10.24252/idaarah.v3i2.10012>.

¹² Syamsuriza et al., "ANALISIS MINAT MASYARAKAT TERHADAP PERBANKAN SYARIAH."

¹³ Gita Putri Oktaviani and Muhammad Iqbal Fasa, "Efektivitas Pemasaran Digital Pada Bank Syariah Di Indonesia," *Jurnal Intelek Dan Cendekiawan Nusantara* 1, no. November (2024): 7247–58.

dan meyakinkan calon konsumen.¹⁴ Adapun menurut Martowinangun, Lestari, & Karyadi yang mengemukakan bahwa strategi promosi adalah suatu kegiatan yang direncanakan dengan menggunakan berbagai variabel-variabel promosi sebagai alat dengan maksud untuk memberitahu, membujuk, dan mengingatkan konsumen agar tertarik dan berujung pada pembelian terhadap suatu produk atau dalam konteks ini adalah menggunakan produk bank syariah.¹⁵

Setelah masyarakat mengetahui lebih banyak tentang perbankan syariah, beberapa hal yang akan terjadi adalah; peningkatan minat dan partisipasi, dimana masyarakat akan lebih tertarik untuk menggunakan produk keuangan syariah karena mereka memahami nilai tambahnya, seperti adanya prinsip bagi hasil, bebas riba, serta transparansi yang lebih tinggi. Kepercayaan masyarakat terhadap bank syariah juga dapat meningkat. Pada saat masyarakat telah memahami kelebihan dari produk syariah seperti prinsip keadilan dan kemitraan, mereka cenderung lebih nyaman menempatkan dananya pada bank syariah.

Hal selanjutnya yang akan terjadi setelah masyarakat menjadi seorang nasabah adalah mengetahui kepuasan dari layanan bank syariah tersebut. Manfaat ini tidak hanya manfaat positif tetapi juga manfaat negatif. Manfaat negatif ini lah yang disebut dengan resiko. Seringkali nasabah merasakan manfaat negatif karena kurangnya persepsi mengenai manfaat suatu produk.¹⁶

Minat Informan terhadap Penggunaan Produk dan Jasa Perbankan Syariah

Pada bagian ini, akan dibahas mengenai minat informan terhadap penggunaan produk dan jasa perbankan syariah. minat ini mencakup berbagai faktor yang memengaruhi keputusan mereka untuk memilih bank syariah dibandingkan dengan bank konvensional. Secara umum, minat informan terhadap perbankan syariah dapat dilihat dari sejauh mana mereka memahami dan memercayai prinsip-prinsip syariah dalam sistem perbankan, serta bagaimana mereka menilai manfaat yang ditawarkan oleh produk dan jasa perbankan syariah dalam kehidupan sehari-hari. Beberapa faktor utama yang memengaruhi minat ini antara lain adalah:

1. Kesadaran prinsip halal sebagai dasar utama

Dalam operasionalnya, memang perbankan syariah tidak menerapkan praktek riba dan jauh akan hal ini. Ini lah yang membedakan perbankan syariah dan perbankan konvensional. Informan menyadari bahwa riba merupakan hal yang terlarang, dengan menjauhinya mereka akan menjaga diri dari praktik yang dianggap tidak sesuai dengan prinsip-prinsip syariah. Kesadaran ini muncul dari pemahaman bahwa riba mengandung unsur ketidakadilan dan eksploitasi, dimana keuntungan diperoleh tanpa mempertimbangkan kondisi pihak yang terlibat. Dengan menjauhi riba, informan merasa dapat menjalankan aktivitas ekonomi yang lebih berkah dan sesuai dengan nilai-nilai agama yang diyakini. Kesadaran ini juga diperkuat oleh pemahaman terhadap bahaya riba yang diungkapkan dalam ajaran agama, sehingga mereka berkomitmen untuk memilih

¹⁴ Buchari Alma, *Manajemen Pemasaran Dan Pemasaran Jasa* (Bandung: CV. Alfabeta, 2006).

¹⁵ Kasino Martowinangun, Devita Juniati Sri Lestari, and Karyadi Karyadi, "Pengaruh Strategi Promosi Terhadap Peningkatan Penjualan Di Cv. Jaya Perkasa Motor Rancaekek Kabupaten Bandung," *Jurnal Co Management* 2, no. 1 (2019): 139–52, <https://doi.org/10.32670/comanagement.v2i1.162>.

¹⁶ Syamsuriza et al., "ANALISIS MINAT MASYARAKAT TERHADAP PERBANKAN SYARIAH."

instrumen keuangan yang bersifat halal. Sebagaimana tercantum dalam surah Ar-Rum ayat 39 yang berbunyi;

وَمَا آتَيْتُمْ مِنْ رَبًّا لِيَرْبُوًا فِي أَمْوَالِ النَّاسِ فَلَا يَرْبُوًا عِنْدَ اللَّهِ وَمَا آتَيْتُمْ مِنْ زَكَاةٍ تُرِيدُونَ وَجْهَ اللَّهِ فَأُولَئِكَ هُمُ
الْمُضْعِفُونَ ٣٩

Artinya:

Dan sesuatu riba (tambahan) yang kamu berikan agar harta manusia bertambah, maka tidak bertambah dalam pandangan Allah. Dan apa yang kamu berikan berupa zakat yang kamu maksudkan untuk memperoleh keridhaan Allah, maka itulah orang-orang yang melipatgandakan (pahalanya) (QS. Ar-Rum:39).

Menurut sebagian besar Ulama', tidak ada pelarangan riba dalam ayat ini. Tetapi ada isyarat kemurkaan Allah terhadap riba, ditafsiran bahwa riba tidak ada pahalanya di sisi Allah, dengan demikian ayat ini hanya memberikan peringatan bahwa riba itu dilarang dan Allah membencinya.¹⁷

Selanjutnya pelarangan riba juga termaktub dalam surah Ali Imran (130) yang menyatakan bahwa riba berdampak pada kegagalan, kejatuhan, keruntuhan, kesedihan, dan kesusahan. Allah SWT berfirman,

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا الرِّبَا أَضْعَافًا مُضَاعَفَةً وَاتَّقُوا اللَّهَ لَعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ

Artinya:

Wahai orang-orang yang beriman, janganlah kamu memakan riba dengan berlipatganda dan bertakwalah kamu kepada Allah supaya kamu mendapat keberuntungan (QS. Ali-Imran:130).

As-Sa'di menanggapi ayat ini adalah sebagai bentuk perintah dari Allah agar manusia meninggalkan apa yang seharusnya ditinggal yaitu riba yang berlipat-lipat ganda, dengan begitu Allah akan membalasnya dengan keberuntungan dan keruntungan manusia adalah surga Allah SWT. Sementara itu, kekafiran dan kemaksiatan mempunyai derajat yang berbeda-beda, dosa besar salah satunya adalah riba yang dapat menyebabkan kekafiran. Sehingga Allah akan membalasnya dengan neraka.¹⁸

Sejalan dengan pemahaman mengenai riba diatas, hasil wawancara dengan informan 1 dan 2 yang mengungkapkan tentang keengganannya dalam menggunakan bank konvensional dikarenakan adanya sistem bunga. Sebagai alternatif, mereka lebih memilih bank syariah yang sesuai dengan prinsip syariah. Berikut hasil wawancaranya:

Informan 1: "Menurut saya, riba itu jelas terlarang dalam ajaran Islam karena mengandung unsur ketidakadilan dan eksploitasi. Saya meyakini bahwa uang yang diperoleh dari riba tidak membawa keberkahan dalam kehidupan. Karena itu, saya memilih untuk tidak menabung di bank konvensional yang umumnya menerapkan sistem bunga".

Informan 2: "Saya meyakini bahwa riba itu haram karena memberikan keuntungan tanpa ada usaha atau risiko yang jelas dan bertentangan dengan prinsip

¹⁷ Rachmad Risqy Kurniawan, "Dampak Riba Menurut Al-Quran Dan Hadist," *Ulumul Qur'an: Jurnal Ilmu Al-Qur'an Dan Tafsir Volume x* (2021): 1–12, <http://dx.doi.org/10.31219/osf.io/dtcnj>.

¹⁸ As-Sa'di, Nashir, and Syaikh Abdurrahman bin, *Taisirul Karimirrahman Fi Tafsiri Kamil Mannan*, Cet.1 (Baerut: Dar Ibn Hazm, 2003).

keadilan dalam Islam. Saya memilih bank syariah yang menjalankan prinsip bagi hasil yang lebih adil dan sesuai dengan ajaran Islam.”

Berdasarkan tafsir-tafsir diatas dan pendapat dari informan, telah didapatkan kesimpulan bahwa riba adalah dosa besar yang sangat dimurkai Allah. Riba dapat menyebabkan kegagalan dan keterpurukan bagi seseorang, baik itu hartanya maupun jiwanya. Dari pemahaman inilah informan tersadar akan prinsip halal dan konsep riba. Sehingga mereka memilih perbankan syariah sebagai solusi keuangan mereka yang berdasar pada prinsip-prinsip agama Islam.

2. Biaya Administrasi sebagai Faktor Penentu Kepraktisan

Rendahnya biaya administrasi menjadi salah satu faktor yang mendasari pilihan informan dalam menggunakan produk dan jasa perbankan syariah. Hal ini juga menjadi alternatif bagi sebagian besar masyarakat karena administrasi pada bank konvensional tentu menjadi kesulitan bagi masyarakat yang berpenghasilan rendah. Dalam sistemnya, bank syariah juga menawarkan biaya administrasi, tetapi biaya tersebut tidaklah terlalu besar atau bahkan tidak ada pungutan sama sekali dalam administrasinya. Prinsip ini menjadi ciri khas dari perbankan syariah yang tidak boleh merugikan nasabah dan menguntungkan pihak bank.

Dalam hal ini, penulis juga melihat bahwa para informan pun menyepakati bahwa rendahnya biaya administrasi sangat mempengaruhi sikap masyarakat dalam memilih bank syariah sebagai alternatif keuangannya. Berikut penuturan lengkapnya.

Informan 3: *“Biaya administrasi yang rendah itu penting bagi saya. Jadi saya bisa lebih fokus pada tujuan tanpa harus memikirkan biaya-biaya tambahan”*

Perbankan syariah menghargai nasabahnya, sistem yang diterapkan memang berfokus pada prinsip keadilan, dimana keuntungan diperoleh melalui skema bagi hasil dan kerja sama antara bank dan nasabah. Dengan begitu, pihak yang terlibat akan merasakan manfaat secara proporsional dan transparan, sehingga terjalin hubungan dengan kepercayaan dan saling menguntungkan. Dengan menekankan etika dalam setiap transaksi, perbankan syariah berkomitmen untuk menjaga kepercayaan dan membangun relasi yang harmonis berdasarkan prinsip-prinsip syariah yang sangat mengutamakan nilai keadilan dan transparansi.

Tetapi, dalam penelitian yang dilakukan oleh Sulistyawati dkk pada tahun 2019 menunjukkan bahwa biaya administrasi yang rendah tidak berpengaruh terhadap minat menabung di bank syariah, yang berarti bahwa biaya yang dibebankan bank syariah terhadap nasabah dianggap sebagai materil agama.¹⁹ Meskipun demikian, perbedaan ini memberikan perspektif baru dalam memahami faktor-faktor yang mempengaruhi minat nasabah. Perbedaan ini dapat terjadi karena adanya variabel lain yang mungkin lebih mempengaruhi keputusan nasabah, seperti kualitas layanan, kemudahan akses, atau kepercayaan terhadap bank tersebut.

3. Keuntungan Didapat dari Sistem Bagi Hasil

Faktor ini berhubungan dengan faktor pemahaman mengenai konsep riba dan dampaknya yang dipahami oleh masyarakat. Adapun yang membedakan perbankan syariah dengan perbankan konvensional dalam hal keuntungan yang didapatkan nasabah terletak pada sistem bagi hasil oleh perbankan syariah, sedangkan bank konvensional

¹⁹ Ardiani Ika Sulistyawati et al., “DETEKSI MINAT MENABUNG DI BANK SYARIAH : SUATU KAJIAN EMPIRIS,” *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam* 8, no. 3 (2022): 3741, <https://doi.org/10.29040/jiei.v8i3.6837>.

mengambil keuntungan dari bunga, dimana bunga termasuk riba dan agama mengharamkannya.

Menurut informan, sistem bagi hasil dianggap lebih adil dan sesuai dengan prinsip syariah untuk menghindari unsur riba yang dilarang agama. Informan merasa puas karena keuntungan yang didapatkan dianggap halal. Selain itu, tiga dari lima diantara mereka menilai sistem bagi hasil ini lebih transparan dan adil karena didasarkan pada hasil usaha yang diperoleh bank, sehingga keuntungan didapatkan oleh dua pihak dan bukan pihak bank saja. Berikut pernyataannya:

“Saya merasa lebih nyaman secara spiritual karena sistem ini bebas dari unsur riba yang dilarang dalam agama. Hal ini membuat saya yakin bahwa keuntungan yang saya peroleh adalah halal dan sesuai dengan prinsip syariah.”

Selain mengutamakan kehalalan, aspek transparansi dan keadilan dalam sistem bagi hasil juga menjadi perhatian utama. Hal ini diungkapkan oleh informan kedua yang menyampaikan pandangannya berikut ini.

“Menurut saya, sistem ini lebih adil baik bagi nasabah maupun pihak bank. Jika usaha yang dibiayai memperoleh keuntungan, nasabah juga mendapatkan bagi hasil. Sebaliknya, apabila terjadi risiko, kedua belah pihak turut menanggungnya. Hal ini menurut saya mencerminkan prinsip keadilan dan transparansi yang lebih baik.”

Sistem bagi hasil juga dianggap lebih fleksibel karena nasabah ikut merasakan fluktuasi keuntungan dan kerugian usaha. Sebagian masyarakat ada yang merasa nyaman dengan risiko yang lebih tinggi ini karena adanya potensi keuntungan yang lebih besar, sedangkan yang lain mungkin merasa kurang nyaman karena menginginkan kepastian dalam investasi mereka. Sistem bagi hasil memperkuat kepercayaan nasabah terhadap transparansi dan keadilan dalam transaksi keuangan yang sejalan dengan prinsip halal. Nasabah juga cenderung lebih tertarik jika biaya administrasi yang rendah dikombinasikan dengan sistem bagi hasil yang kompetitif, karena ini akan meningkatkan nilai akhir yang mereka terima.

4. Inovasi produk dalam perbankan syariah

Penelitian ini menemukan bahwa produk-produk bank syariah memiliki peran yang signifikan dalam memengaruhi minat masyarakat terhadap keuangan syariah. Produk-produk seperti tabungan syariah, pembiayaan murabahah, dan deposito mudharabah adalah beberapa produk yang paling banyak diminati. Berdasarkan hasil studi literatur, tabungan syariah cenderung menarik perhatian masyarakat karena transparansi akad serta minimnya biaya administrasi dibandingkan dengan bank konvensional.²⁰ Berbagai macam produk yang ditawarkan oleh bank syariah sebagai inovasinya juga telah berhasil menarik perhatian masyarakat. Seperti tabungan haji, umroh, kurban, wakaf dan lainnya telah tersedia di bank syariah, sehingga masyarakat tidak hanya bermuamalah saja tetapi juga dapat beribadah, dan bank syariah memfasilitasi hal tersebut.

Informan mengungkapkan bahwa dengan adanya tabungan tersebut, masyarakat merasa terbantu untuk mengangsur sedikit demi sedikit untuk mencapai tujuan ibadah mereka, seperti menunaikan haji atau umroh. Hal ini dianggap memudahkan masyarakat

²⁰ Pusat Ekonomi dan Bisnis Syariah FEB UI Tim Penulis Bidang Riset, Pengkajian, dan Publikasi Ikatan Bankir Indonesia, “Bank Syariah Di Indonesia: Apa Yang Membuat Masyarakat Ingin Memakainya?,” *Ikatanbankir.Id* 36 (2022): 1–27, <https://ikatanbankir.id/wp-content/uploads/2022/05/Bankers-Update-Vol.-36-Special-Edition.pdf>.

karena mereka dapat merencanakan dan mengatur keuangan dengan lebih baik tanpa harus mengeluarkan biaya besar sekaligus. Berikut ini adalah pernyataannya;

“Adanya tabungan di bank syariah sangat membantu masyarakat, terutama dalam merencanakan ibadah seperti haji atau umroh. Dengan sistem ini, kami bisa mengangsur sedikit demi sedikit sesuai kemampuan, sehingga tidak perlu mengeluarkan biaya besar sekaligus.”

Produk lainnya seperti tabungan kurban dan wakaf juga menjadi daya tarik tersendiri, dimana masyarakat yang memiliki keinginan berkorban atau berwakaf dapat melakukannya secara bertahap. Bank syari'ah memberikan beberapa opsi terkait angsuran jangka waktu.

KESIMPULAN

Berdasarkan uraian yang telah dipaparkan, meningkatnya minat masyarakat dalam penggunaan produk dan jasa bank syariah dipengaruhi beberapa faktor. Hal ini tidak terlepas dari kesadaran masyarakat akan pentingnya sistem perbankan yang sesuai dengan prinsip-prinsip syariah yang menghindari unsur riba. Kesadaran ini mendorong masyarakat untuk memilih layanan keuangan yang lebih selaras dengan keyakinan mereka. Serta memberikan rasa aman dan kepercayaan dalam bertransaksi.

Selain itu, perbankan syariah menawarkan produk dan layanan yang bervariasi dan inovatif, seperti tabungan haji, umroh, kurban, dan wakaf yang memungkinkan masyarakat untuk beribadah melalui perencanaan finansial yang baik. Layanan ini dirancang untuk memberikan kemudahan dalam mencapai tujuan spiritual masyarakat, dengan skema angsuran yang terjangkau dan fleksibel. Hal ini menjadikan perbankan syariah tidak hanya sebagai institusi keuangan, tetapi juga sebagai mitra dalam perencanaan ibadah yang relevan dengan kebutuhan masyarakat modern.

Faktor-faktor seperti prinsip halal, sistem bagi hasil, dan biaya administrasi tidak berdiri sendiri, melainkan saling berinteraksi dalam membentuk keputusan nasabah. Bank syariah yang mampu mengoptimalkan interaksi ini melalui edukasi, transparansi, dan inovasi produk akan lebih berpeluang meningkatkan minat dan loyalitas nasabah.

DAFTAR PUSTAKA

- Alma, Buchari. *Manajemen Pemasaran Dan Pemasaran Jasa*. Bandung: CV. Alfabeta, 2006.
- Andespa, Roni. “Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Dalam Menabung Di Bank Syariah.” *Al Masraf: Jurnal Lembaga Keuangan Dan Perbankan* 2, no. 1 (2017): 43–57.
- As-Sa'di, Nashir, and Syaikh Abdurrahman bin. *Taisirul Karimirrahman Fi Tafsiri Kalamil Mannan*. Cet.1. Baerut: Dar Ibn Hazm, 2003.
- Dianti, Devina Lutfi, Prinsip Dasar, Sistem Bunga, Bank Syariah, Hukum Islam, and Bank Konvensional. “Perkembangan Minat Masyarakat Indonesia Terhadap Perbankan Syariah.” *Rumpun Manajemen Dan Ekonomi* 1, no. 3 (2024): 112–16.
- Hasan, Nurul Ichsan. *Pengantar Perbankan*, 2014. <http://repository.uinjkt.ac.id/dspace/handle/123456789/44856>.
- Ika Sulistyawati, Ardiani, Yuntika L.E. Dini, Dian Triyani, Rr. Lulus Prapti NSS, and Aprih Santoso. “DETEKSI MINAT MENABUNG DI BANK SYARIAH : SUATU KAJIAN EMPIRIS.” *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam* 8, no. 3 (2022): 3741. <https://doi.org/10.29040/jiei.v8i3.6837>.
- Kotler, Philip, and Kevin Lane Keller. *Marketing Management (15th Ed.)*. Pearson

- Education., 2016.
- Kurniawan, Rachmad Risqy. “Dampak Riba Menurut Al-Quran Dan Hadist.” *Ulumul Qur'an: Jurnal Ilmu Al-Qur'an Dan Tafsir Volume x* (2021): 1–12. <http://dx.doi.org/10.31219/osf.io/dtcnj>.
- Margaretha Pramesti, Afdal Fadlan, and Muhammad Yasin. “Konsep Industrialisasi Pada Pengembangan Teknologi Di Indonesia.” *Populer: Jurnal Penelitian Mahasiswa 2*, no. 2 (2023): 148–54. <https://doi.org/10.58192/populer.v2i2.865>.
- Martowinangun, Kasino, Devita Juniati Sri Lestari, and Karyadi Karyadi. “Pengaruh Strategi Promosi Terhadap Peningkatan Penjualan Di Cv. Jaya Perkasa Motor Rancaekek Kabupaten Bandung.” *Jurnal Co Management 2*, no. 1 (2019): 139–52. <https://doi.org/10.32670/comanagement.v2i1.162>.
- Neneng, Hayati. “Permasalahan Perbankan Syariah Di Indonesia.” *Al-Fitri 4*, no. 1 (2016): 1–23.
- Oktaviani, Gita Putri, and Muhammad Iqbal Fasa. “Efektivitas Pemasaran Digital Pada Bank Syariah Di Indonesia.” *Jurnal Intelek Dan Cendekiawan Nusantara 1*, no. November (2024): 7247–58.
- Otoritas Jasa Keuangan. “Strategi Mengakselerasi Pangsa Pasar Keuangan Syariah.” OJK Institute, 2024. <https://www.ojk.go.id/ojk-institute/id/capacitybuilding/upcoming/4065/strategi-mengakselerasi-pangsa-pasar-keuangan-syariah#:~:text=Berdasarkan data OJK posisi Juni,persen terhadap total keuangan nasional>.
- P.Achru, Andi. “Pengembangan Minat Belajar Dalam Pembelajaran.” *Idaarah: Jurnal Manajemen Pendidikan 3*, no. 2 (2019): 205. <https://doi.org/10.24252/idaarah.v3i2.10012>.
- Syamsuriza, Sherlya Putri, Mega Adyana Movitaria, and Novi Yanti. “ANALISIS MINAT MASYARAKAT TERHADAP PERBANKAN SYARIAH.” *Jurnal Hikmah 19*, no. 2 (2022): 39–88.
- Tim Penulis Bidang Riset, Pengkajian, dan Publikasi Ikatan Bankir Indonesia, Pusat Ekonomi dan Bisnis Syariah FEB UI. “Bank Syariah Di Indonesia: Apa Yang Membuat Masyarakat Ingin Memakainya?” *Ikatanbankir.Id 36* (2022): 1–27. <https://ikatanbankir.id/wp-content/uploads/2022/05/Bankers-Update-Vol.-36-Special-Edition.pdf>.