



DAYA TARIK BANK SYARIAH : ANALISIS KEPUTUSAN MASYARAKAT DALAM MEMILIH LAYANAN KEUANGAN ISLAM

Khetty Hanna Putri¹, & Wiyan Mailindra²

^{1&2}*Program Studi Perbankan Syariah, Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Kerinci*

Email : khettyhanna@gmail.com, wiyanmailindra180@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis minat masyarakat terhadap layanan perbankan syariah, dengan fokus pada faktor-faktor yang memengaruhi keputusan masyarakat dalam menggunakan jasa keuangan syariah. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan fenomenologi, dan dilaksanakan pada masyarakat di Kabupaten Kerinci. Informan dalam penelitian ini merupakan individu yang telah menggunakan layanan perbankan syariah. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui observasi, wawancara mendalam, dan studi dokumentasi. Analisis data mengikuti tahapan reduksi data, penyajian data, dan penarikan simpulan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa minat masyarakat terhadap bank syariah didorong oleh beberapa faktor utama, yaitu: (1) tidak adanya biaya administrasi bulanan seperti pada bank konvensional, (2) keyakinan untuk menghindari praktik *riba* karena sistem bank syariah berbasis bagi hasil, (3) biaya transaksi yang relatif rendah, (4) adanya keuntungan dari sistem bagi hasil, dan (5) ketertarikan terhadap produk-produk khusus perbankan syariah seperti tabungan haji, umrah, kurban, dan *wakaf*. Selain itu, ditemukan pula adanya keberlanjutan penggunaan layanan keuangan syariah di kalangan masyarakat sebagai bentuk komitmen terhadap prinsip-prinsip ekonomi Islam. Penelitian ini merekomendasikan keberlanjutan Masyarakat di dalam menggunakan layanan keuangan.

Kata Kunci : Ekonomi Islam, Orientasi Perekonomian, Perbankan Syariah.

ABSTRACT

This study aims to analyze public interest in Islamic banking services, focusing on the factors that influence people's decisions in using Islamic financial services. This study uses a qualitative method with a phenomenological approach, and is carried out in the community in Kerinci Regency. Informants in this study are individuals who have used Islamic banking services. Data collection techniques are carried out through observation, in-depth interviews, and documentation studies. Data analysis follows the stages of data reduction, data presentation, and drawing conclusions. The results of the study indicate that public interest in Islamic banks is driven by several main factors, namely: (1) the absence of monthly administration fees like in conventional banks, (2) the belief to avoid usury practices because the Islamic banking system is based on profit sharing, (3) relatively low transaction costs, (4) the benefits of the profit sharing system, and (5) interest in special Islamic banking products such as savings for the Hajj, Umrah, Qurban, and Waqf. In addition, it was also found that there was a continuation of the use of Islamic financial services among the community as a form of commitment to the principles of Islamic economics. This study recommends the sustainability of the Community in using financial services.

Keywords : Islamic Economics, Economic Orientation, Islamic Banking.

PENDAHULUAN

Bank merupakan lembaga keuangan yang bertugas menghimpun dana dari masyarakat dan menyalurkan dana tersebut kembali kepada masyarakat dalam bentuk pinjaman dan tabungan. Perbankan berperan penting dalam perekonomian nasional dan menyediakan layanan keuangan. Perbankan Syariah saat ini menjadi salah satu bank yang melaksanakan ekonomi yang menerapkan aturan-aturan sesuai dengan ajaran Islam. Meskipun Indonesia memiliki berbagai suku, namun negara Indonesia merupakan Masyarakat yang mayoritasnya beragama Islam, seharusnya Indonesia bisa menampilkan keuangan syariah yang jauh lebih baik dari negara-negara lain, untuk mewujudkan hal tersebut perlu adanya kerja sama antara bank dan masyarakat (Putri & Sari, 2023).

Berdasarkan sistem operasionalnya, Indonesia pada saat ini memiliki dua jenis perbankan. Kedua sistem tersebut adalah sistem konvensional dan sistem syariah. Meskipun terdapat fungsi yang sama, namun terdapat perbedaan antara keduanya. System konvensional menghimpun dana dari masyarakat dengan imbalan bunga, sedangkan di sistem syariah memberikan imbalan bagi hasil. Bank konvensional tidak melakukan *screening system* dan filterisasi terhadap usaha yang dilakukan peminjam, sedangkan di bank syariah sangat memperhatikan usaha yang dilakukan oleh calon nasabah yaitu untuk memperhatikan kehalalan usaha yang sesuai dengan prinsip syariah. Bank syariah memiliki berbagai keunggulan terutama dalam aspek keadilan, transparansi dan kestabilitas keuangan. sedangkan di dalam bank konvensional menerapkan sistem bunga dan tidak menerapkan sistem bagi hasil. keunggulan tersebut menjadi latar belakang terdirinya bank syariah di Indonesia (Syh et al, 2024).

Bank Syariah pertama kali diperkenalkan di Indonesia pada tahun 1991, dan mulai beroperasi pada tanggal 1 mei 1992. Dengan tujuan untuk menyediakan alternatif bagi masyarakat yang ingin

melakukan transaksi sesuai dengan prinsip-prinsip syariah. Bank syariah merupakan bank yang tidak menerapkan bunga (*riba*). Larangan tentang *riba* sudah di jelaskan di dalam Al-quran dan Hadis bahwa *riba* merupakan pengambilan keuntungan yang tidak dibenarkan. Namun banyak sekali masyarakat yang belum mengetahui dan memahami prinsip bank syariah, kurangnya promosi dari bank syariah ke masyarakat sehingga banyak masyarakat yang hanya mengetahui bank konvensional yang selalu di gunakan Masyarakat, dan karena hal tersebut banyak masyarakat yang terjerumus praktik *riba* sedangkan sudah di jelaskan bahwa *riba* haram dan di larang dalam agama Islam (Nugroho et al, 2019).

Menurut data otoritas jasa keuangan (OJK), jumlah bank umum sebanyak 107 bank, pada tahun 2021 lebih sedikit dari tahun 2020 yang berjumlah 109 bank. Sedangkan bank syariah sebanyak 198 bank yang terdiri dari 12 bank umum syariah (BUS) 21 unit usaha syariah dan 165 Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS). Dengan banyaknya bank syariah dapat membantu dan mendorong perkembangan di Indonesia. Bank Syariah telah terbukti dapat bertahan dari krisis ekonomi yang terjadi pada tahun 1998. Ketika banyak bank konvensional mengalami kebangkrutan pada waktu itu, bank syariah justru dapat bertahan bahkan mengalami perkembangan secara signifikan hingga sekarang. Menurut OJK pada akhir desember 2023, jumlah nasabah BSI mencapai 6,3 juta. Angka tersebut menempatkan BSI sebagai bank dengan berbasis nasabah terbesar kelima di Indonesia.

Promosi bank syariah harus sering dilakukan agar banyak masyarakat mengetahui tentang bank syariah, terutama di daerah-daerah pedesaan yang jauh dari perkotaan karna banyak sekali Masyarakat yang belum mengetahui, dan memahami apa saja perbedaan antara bank syariah dengan bank konvensional, promosi didefinisikan juga sebagai menciptakan kesadaran, membujuk dan memberitahukan konsumen

terhadap produk yang di tawarkan bank syariah kepada nasabah (Kusnandar, 2018). Dalam perkembangan bank syariah, pada saat ini bank syariah sudah menyebar di kabupaten walaupun belum tersebar di daerah terpencil, hal ini dapat kita lihat dengan adanya bank BSI di kota Sungai Penuh, bank-bank saat ini saling berkompetensi untuk menarik minat masyarakat untuk menabung dan meminjam di bank mereka, dengan demikian bank-bank menyediakan berbagai produk dengan keistimewaan dan keunggulan yang mereka tawarkan kepada nasabah, dengan tujuan untuk mencapai kepuasan dari nasabah.

TINJAUAN PUSTAKA

Theory of Planned Behavior (TPB)

Theory of Planned Behavior (TPB) yang dikemukakan oleh Ajzen (1991) menjelaskan bahwa keputusan seseorang dipengaruhi oleh tiga faktor utama, yaitu sikap, norma subjektif, dan kontrol perilaku. Sikap berkaitan dengan pandangan individu terhadap suatu tindakan, norma subjektif berkaitan dengan pengaruh lingkungan sosial, sedangkan kontrol perilaku berkaitan dengan kemudahan atau hambatan dalam melakukan tindakan tersebut. Dalam penelitian ini, teori TPB digunakan untuk memahami keputusan masyarakat Kabupaten Kerinci dalam memilih layanan keuangan syariah berdasarkan faktor religius, pengaruh sosial, serta kemudahan layanan yang diberikan bank syariah.

Teori Perilaku Konsumen

Teori perilaku konsumen menjelaskan bahwa keputusan seseorang dalam menggunakan produk atau jasa dipengaruhi oleh kebutuhan, motivasi, persepsi, pengalaman, dan lingkungan sosial. Dalam penelitian ini, teori perilaku konsumen digunakan untuk menjelaskan minat masyarakat Kabupaten Kerinci dalam menggunakan layanan keuangan syariah yang dipengaruhi oleh faktor religiusitas, biaya administrasi, sistem bagi hasil, kualitas pelayanan, serta pengaruh lingkungan sosial.

Perbankan syariah merupakan lembaga keuangan yang beroperasi berdasarkan prinsip Islam, seperti larangan *riba*, *gharar*, dan *maysir*, serta menggunakan sistem bagi hasil yang menekankan keadilan dan transparansi. Tujuan bank syariah tidak hanya mencari keuntungan, tetapi juga mendorong kesejahteraan masyarakat. Di Indonesia, jumlah lembaga perbankan syariah terus berkembang dan menunjukkan peran penting dalam perekonomian nasional. Secara historis, bank syariah terbukti mampu bertahan saat krisis ekonomi tahun 1998, ketika banyak bank konvensional mengalami kebangkrutan, sementara bank syariah tetap stabil dan berkembang hingga sekarang.

Keputusan masyarakat dalam memilih layanan keuangan syariah dipengaruhi oleh berbagai faktor, seperti religiusitas, pengetahuan, kualitas pelayanan, kepercayaan, produk, promosi, dan kemudahan akses. Promosi berperan penting dalam memperkenalkan produk, memberikan pemahaman, serta meyakinkan masyarakat tentang keunggulan bank syariah. Melalui promosi yang baik, masyarakat dapat memahami perbedaan antara bank syariah dan bank konvensional, terutama terkait sistem bagi hasil dan prinsip keadilan. Selain itu, pelayanan yang nyaman, produk yang sesuai kebutuhan, serta dukungan layanan digital juga mendorong minat masyarakat menggunakan bank syariah.

Berbagai penelitian terdahulu mendukung hal tersebut. Abhimantra et al, (2013) menunjukkan bahwa pengetahuan, pelayanan, dan promosi berpengaruh terhadap keputusan menabung di bank syariah. Haida et al, (2021) menemukan bahwa pemahaman tentang *riba* meningkatkan minat masyarakat bertransaksi di bank syariah. Aziz dan Hendrastyo (2020) serta Syamsurizal et al, (2021) menyatakan bahwa kualitas layanan, kepercayaan, dan religiusitas mempengaruhi keputusan masyarakat menggunakan bank syariah. Rahmah & Ibrahim (2023); Hidayat et al, (2023); & Munir (2024) menambahkan

bahwa produk bank syariah juga berpengaruh terhadap minat menabung.

Selain itu, Alinda dan Riduwan (2016) menjelaskan bahwa *nisbah* bagi hasil menjadi pertimbangan penting bagi nasabah. Adawiyah (2015) dan Sulistyono (2016) menyatakan bahwa pengetahuan, sikap, religiusitas, promosi, dan pendapatan memengaruhi keputusan menjadi nasabah bank syariah. Kusnandar (2018) menegaskan bahwa persepsi positif masyarakat akan meningkatkan kepercayaan terhadap bank syariah. (Nugroho et al, 2019) juga menunjukkan bahwa faktor sosial dan ekonomi mempengaruhi keputusan konsumen menggunakan layanan perbankan syariah. Keputusan masyarakat memilih layanan keuangan syariah dipengaruhi oleh kombinasi faktor religius, pelayanan, produk, promosi, dan kepercayaan.

Berdasarkan berbagai penelitian terdahulu, diketahui bahwa keputusan masyarakat dalam menggunakan layanan perbankan syariah dipengaruhi oleh faktor religiusitas, kualitas pelayanan, promosi, pengetahuan, serta sistem bagi hasil. Namun, sebagian besar penelitian sebelumnya lebih banyak menggunakan pendekatan kuantitatif dan berfokus pada pengaruh variabel tertentu terhadap minat atau keputusan nasabah. Penelitian terdahulu juga umumnya dilakukan di wilayah perkotaan atau daerah dengan tingkat literasi keuangan syariah yang relatif lebih tinggi.

Sementara itu, penelitian yang secara khusus mengkaji pengalaman dan pandangan masyarakat pedesaan terhadap keberadaan layanan keuangan syariah masih terbatas, terutama di Kabupaten Kerinci. Selain itu, belum banyak penelitian yang membahas keberlanjutan masyarakat dalam menggunakan layanan keuangan syariah setelah menjadi nasabah, khususnya ditinjau dari aspek religius, sosial, dan pengalaman pelayanan yang dirasakan masyarakat secara langsung. Oleh karena itu, penelitian ini hadir untuk mengisi kesenjangan tersebut melalui pendekatan kualitatif fenomenologi guna memahami secara mendalam keputusan

dan pengalaman masyarakat Kabupaten Kerinci dalam menggunakan layanan keuangan syariah.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Tujuan dari pendekatan deskriptif ini adalah untuk memahami keputusan masyarakat Kabupaten Kerinci dalam menggunakan layanan keuangan berbasis syariah. Keberadaan bank syariah sendiri menjadi fenomena yang tidak dapat diabaikan. Kini, tidak hanya di kota-kota besar, tetapi juga di Kabupaten Kerinci telah tersedia fasilitas seperti mesin ATM, salah satunya terletak di Simpang Tiga Hiang, Sitinjau Laut.

Subjek dalam penelitian ini adalah masyarakat yang merupakan nasabah bank syariah, dengan jumlah sampel sebanyak 20 orang. Teknik pengumpulan data meliputi observasi, wawancara, dan dokumentasi. Observasi dilakukan guna mengamati aktivitas ekonomi masyarakat yang berhubungan dengan perbankan syariah. Wawancara bertujuan untuk menggali tanggapan dan pandangan masyarakat terhadap keberadaan bank syariah, sementara dokumentasi digunakan untuk mengumpulkan data administratif dari para nasabah. Analisis data dilakukan melalui proses reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Sebelum masuk pada inti pembahasan yang menjadi fokus kajian, terlebih dahulu akan dijelaskan beberapa faktor dasar yang berkaitan dengan minat masyarakat.

Minat Masyarakat tentang layanan keuangan

Secara umum, minat dapat diartikan sebagai kecenderungan hati atau keinginan yang kuat terhadap suatu hal. Minat muncul dari dalam diri seseorang karena adanya ketertarikan terhadap hal tertentu. Minat memiliki peranan penting dalam mendorong

seseorang untuk bertindak atau mengambil keputusan, khususnya dalam memilih sesuatu yang dianggap bermanfaat bagi kehidupannya. Dalam konteks ini, minat juga mencerminkan sikap seseorang dalam membela, terlibat, atau ikut serta dalam suatu kegiatan. Sebaliknya, kurangnya minat menunjukkan tidak adanya ketertarikan atau keinginan terhadap sesuatu. Misalnya, jika minat masyarakat terhadap perbankan syariah rendah, maka jumlah nasabah pun akan menurun. Rendahnya minat ini umumnya disebabkan oleh kurangnya pengetahuan dan pemahaman tentang konsep perbankan syariah.

Saat ini, persaingan antar lembaga perbankan semakin intens dalam upaya menarik minat masyarakat untuk menabung. Bank syariah pun menerapkan berbagai strategi, tidak hanya untuk mempertahankan nasabah yang ada, tetapi juga untuk menarik nasabah dari bank konvensional agar beralih. Salah satu strategi yang diterapkan adalah promosi melalui berbagai media, baik cetak, elektronik, maupun media sosial. Dengan informasi yang tersebar melalui media, masyarakat menjadi lebih mudah mengenal layanan perbankan syariah serta memahami kelebihan dan kekurangannya dibandingkan bank konvensional.

Promosi menjadi salah satu cara utama perusahaan dalam memperkenalkan produk. Promosi merupakan bentuk komunikasi yang bertujuan membujuk dan mempengaruhi calon konsumen, serta meningkatkan daya tarik produk di pasar. Selain itu, promosi juga mencakup pengumuman produk, penawaran, dan upaya menarik pelanggan potensial. Oleh karena itu, kegiatan promosi memegang peranan penting dalam membentuk citra positif bank di mata masyarakat. Dalam pelaksanaannya, bank perlu memilih media promosi yang efektif dan mudah diakses oleh masyarakat, seperti media cetak, televisi, dan platform digital.

Berikut adalah beberapa faktor yang menjadi daya tarik masyarakat terhadap perbankan syariah.

1. Pemahaman tentang Riba dan Dampaknya

Salah satu alasan masyarakat memilih layanan perbankan syariah adalah karena pemahaman mereka tentang larangan *riba*. Pengetahuan ini biasanya diperoleh melalui pengajian di *majelis taklim* atau masjid di lingkungan tempat tinggal mereka. Secara konsep, perbankan syariah tidak menggunakan sistem bunga yang identik dengan *riba* sebagaimana pada bank konvensional. Namun, ada juga sebagian masyarakat yang hanya mendapatkan informasi dari lingkungan sekitar seperti teman atau tetangga, sehingga pemahamannya masih bersifat mengikuti tanpa pemahaman mendalam. Oleh sebab itu, keputusan untuk menghindari bank konvensional seringkali didasarkan pada keyakinan pribadi.

2. Biaya Administrasi yang Rendah

Alasan lain yang mempengaruhi minat masyarakat adalah minimnya biaya administrasi pada bank syariah. Tidak adanya biaya bulanan seperti pada bank konvensional menjadi daya tarik, terutama bagi masyarakat pedesaan dengan penghasilan rendah. Meski tidak semua masyarakat menganggap biaya administrasi sebagai masalah, hasil wawancara menunjukkan bahwa banyak dari mereka menginginkan agar kantor cabang Bank Syariah Indonesia (BSI) lebih diperbanyak, agar memudahkan dalam membuka rekening, menabung, dan melakukan transaksi.

3. Sistem Bagi Hasil.

Prinsip utama yang membedakan bank syariah dengan konvensional adalah sistem bagi hasil. Sistem ini diterapkan melalui dua jenis akad utama, yaitu *mudharabah* dan *musyarakah*. Dalam akad *mudharabah*, pemilik modal menyediakan dana, sedangkan pihak lain mengelola usaha. Sementara itu, *musyarakah* merupakan kerja sama dua pihak atau lebih yang sama-sama menyertakan modal untuk menjalankan usaha. Sayangnya, pemahaman tentang

konsep ini belum merata. Hanya sebagian masyarakat saja yang benar-benar memahami prinsip bagi hasil ini.

4. Ragam Produk Syariah.

Faktor lain yang menjadi daya tarik adalah beragamnya produk yang ditawarkan oleh bank syariah, seperti tabungan haji, umrah, dan wakaf. Produk-produk ini memberikan peluang kepada masyarakat untuk berpartisipasi dalam kegiatan keagamaan. Hal ini menunjukkan bahwa perbankan syariah tidak hanya berorientasi pada keuntungan finansial, tetapi juga berperan dalam memfasilitasi ibadah dalam bentuk

Keputusan Masyarakat dalam memilih layanan keuangan syariah

Keputusan masyarakat dalam memilih layanan keuangan syariah merupakan proses yang dipengaruhi oleh berbagai faktor, baik faktor internal maupun eksternal. Berdasarkan hasil wawancara terhadap 20 informan, ditemukan bahwa keputusan masyarakat untuk menggunakan layanan keuangan syariah tidak terjadi secara spontan, melainkan melalui pertimbangan yang berkaitan dengan aspek religius, ekonomi, sosial, serta tingkat kepercayaan terhadap lembaga keuangan syariah.

Faktor pertama yang paling dominan adalah religiusitas. Sebagian besar informan menyatakan bahwa keputusan menggunakan layanan keuangan syariah didasari oleh keinginan untuk menjalankan aktivitas keuangan yang sesuai dengan ajaran Islam, terutama dalam menghindari praktik *riba*. Informan memahami bahwa sistem operasional bank syariah menggunakan prinsip bagi hasil yang dianggap lebih adil dan sesuai dengan syariat Islam. Temuan ini sejalan dengan penelitian Nugroho yang menyatakan bahwa pemahaman terhadap prinsip syariah berpengaruh terhadap keputusan masyarakat dalam menggunakan jasa perbankan syariah.

Faktor kedua adalah pertimbangan ekonomi dan manfaat finansial. Beberapa

informan mengungkapkan bahwa biaya administrasi yang relatif rendah, sistem transaksi yang transparan, serta adanya skema bagi hasil menjadi alasan utama dalam memilih layanan keuangan syariah. Masyarakat menilai bahwa sistem tersebut lebih memberikan rasa keadilan dibandingkan sistem bunga pada bank konvensional. Selain itu, produk pembiayaan syariah juga dianggap lebih fleksibel dan tidak memberatkan, khususnya bagi pelaku usaha mikro dan masyarakat dengan pendapatan menengah ke bawah.

Faktor ketiga adalah pengaruh lingkungan sosial. Hasil wawancara menunjukkan bahwa keluarga, teman, tetangga, serta tokoh agama memiliki peran penting dalam membentuk keputusan masyarakat. Informasi yang diperoleh melalui lingkungan sosial membuat masyarakat lebih percaya dan terdorong untuk mencoba layanan keuangan syariah. Dalam masyarakat yang mayoritas beragama Islam, rekomendasi dari tokoh agama menjadi salah satu pertimbangan kuat dalam menentukan pilihan layanan keuangan.

Faktor keempat adalah kepercayaan terhadap lembaga keuangan syariah. Informan menilai bahwa bank syariah memiliki citra yang amanah, transparan, dan memiliki tanggung jawab sosial yang tinggi. Kepercayaan tersebut semakin meningkat dengan adanya dukungan pemerintah, perkembangan regulasi, serta inovasi layanan seperti *mobile banking*, tabungan haji, pembiayaan rumah syariah, dan produk investasi halal. Kondisi ini memberikan rasa aman dan kenyamanan bagi masyarakat untuk terus menggunakan layanan keuangan syariah.

Berdasarkan temuan tersebut, dapat disimpulkan bahwa keputusan masyarakat dalam memilih layanan keuangan syariah dipengaruhi oleh kombinasi antara nilai religius, pertimbangan ekonomi, pengaruh lingkungan sosial, serta tingkat kepercayaan terhadap lembaga keuangan syariah. Keempat faktor tersebut saling berkaitan dan membentuk keputusan masyarakat secara

lebih rasional maupun emosional dalam memilih layanan keuangan yang sesuai dengan kebutuhan dan keyakinan mereka.

Keberlanjutan Masyarakat di dalam menggunakan layanan keuangan islam

Berdasarkan hasil wawancara mendalam yang dilakukan kepada informan penelitian, ditemukan bahwa keberlanjutan masyarakat dalam menggunakan layanan keuangan Islam merupakan suatu bentuk keputusan jangka panjang yang dipengaruhi oleh berbagai faktor, baik faktor internal maupun eksternal. Faktor internal berkaitan dengan keyakinan, pemahaman, dan pengalaman pribadi masyarakat terhadap sistem keuangan syariah, sedangkan faktor eksternal meliputi pengaruh lingkungan sosial, kualitas pelayanan, kemudahan akses, serta perkembangan produk dan layanan yang ditawarkan oleh lembaga keuangan syariah.

Sebagian besar informan menyatakan bahwa alasan utama mereka tetap menggunakan layanan keuangan syariah adalah karena adanya kesadaran religius dan keinginan untuk menjalankan aktivitas ekonomi sesuai dengan ajaran Islam. Masyarakat memahami bahwa dalam sistem perbankan syariah tidak terdapat unsur *riba*, *gharar*, dan *maysir* yang dilarang dalam Islam. Pemahaman tersebut membuat masyarakat merasa lebih tenang, nyaman, dan yakin dalam melakukan transaksi keuangan. Bagi sebagian informan, penggunaan layanan keuangan syariah bukan hanya sekadar kebutuhan ekonomi, tetapi juga merupakan bentuk implementasi nilai-nilai keagamaan dalam kehidupan sehari-hari. Kondisi ini menunjukkan bahwa aspek spiritual memiliki peranan penting dalam membentuk loyalitas masyarakat terhadap layanan keuangan Islam.

Selain faktor religius, pengalaman positif yang dirasakan masyarakat selama menggunakan layanan keuangan syariah juga menjadi faktor yang mendorong keberlanjutan penggunaan. Berdasarkan hasil wawancara, beberapa informan

menyampaikan bahwa pelayanan yang diberikan oleh pihak bank syariah dinilai cukup baik, ramah, komunikatif, dan memberikan rasa nyaman kepada nasabah. Kemudahan dalam proses pembukaan rekening, transaksi, konsultasi produk, serta pelayanan yang responsif membuat masyarakat merasa dihargai sebagai nasabah. Pengalaman pelayanan yang baik tersebut secara tidak langsung membangun kepuasan nasabah, yang kemudian berpengaruh terhadap keputusan mereka untuk terus menggunakan layanan keuangan syariah dalam jangka panjang.

Faktor ekonomi juga menjadi salah satu alasan yang cukup dominan dalam menjaga keberlanjutan penggunaan layanan keuangan Islam. Beberapa informan mengungkapkan bahwa biaya administrasi yang relatif rendah, sistem bagi hasil yang dianggap lebih adil, serta skema pembiayaan yang tidak memberatkan menjadi pertimbangan utama. Bagi masyarakat, khususnya pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM), keberadaan pembiayaan berbasis syariah memberikan peluang yang lebih besar untuk memperoleh modal usaha tanpa harus merasa terbebani oleh sistem bunga yang tinggi. Sistem bagi hasil yang diterapkan dianggap lebih transparan karena keuntungan dan risiko dibagi sesuai kesepakatan bersama. Hal ini memberikan rasa keadilan serta meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap lembaga keuangan syariah.

Keberlanjutan penggunaan layanan keuangan Islam juga dipengaruhi oleh keberagaman produk yang ditawarkan. Berdasarkan hasil penelitian, masyarakat merasa bahwa produk-produk bank syariah semakin berkembang dan mampu menyesuaikan kebutuhan nasabah. Produk seperti tabungan haji, tabungan umrah, tabungan pendidikan, pembiayaan usaha, pembiayaan rumah syariah, serta layanan zakat, infak, sedekah, dan wakaf menjadi daya tarik tersendiri. Kehadiran produk-produk tersebut tidak hanya memberikan manfaat secara finansial, tetapi juga

mendukung kebutuhan ibadah dan aktivitas sosial masyarakat. Kondisi ini menunjukkan bahwa layanan keuangan syariah memiliki nilai tambah yang tidak hanya berorientasi pada keuntungan ekonomi, tetapi juga pada kebermanfaatannya sosial dan spiritual.

Perkembangan teknologi juga menjadi faktor penting dalam mendukung keberlanjutan masyarakat menggunakan layanan keuangan Islam. Informan menyampaikan bahwa adanya layanan digital seperti *mobile banking*, *internet banking*, *transfer online*, pembayaran tagihan, hingga QRIS syariah membuat transaksi menjadi lebih mudah, cepat, dan efisien. Kemudahan akses teknologi tersebut membuat masyarakat merasa bahwa bank syariah mampu mengikuti perkembangan zaman dan dapat bersaing dengan bank konvensional. Inovasi digital yang terus berkembang memberikan kenyamanan bagi nasabah, terutama bagi generasi muda dan masyarakat yang memiliki aktivitas ekonomi tinggi.

Selain itu, pengaruh lingkungan sosial juga memiliki kontribusi terhadap keberlanjutan penggunaan layanan keuangan syariah. Berdasarkan hasil wawancara, beberapa informan mengaku mulai mengenal dan menggunakan bank syariah karena rekomendasi dari keluarga, teman, tokoh agama, maupun lingkungan sekitar. Dukungan sosial tersebut memberikan rasa percaya serta keyakinan bahwa layanan keuangan syariah merupakan pilihan yang tepat. Dalam masyarakat yang memiliki nilai religius yang kuat, pengaruh tokoh agama juga cukup signifikan dalam membentuk persepsi positif terhadap sistem keuangan syariah.

Berdasarkan seluruh temuan tersebut, dapat dipahami bahwa keberlanjutan masyarakat dalam menggunakan layanan keuangan Islam bukan hanya dipengaruhi oleh satu faktor saja, melainkan merupakan kombinasi dari faktor religius, kualitas pelayanan, manfaat ekonomi, inovasi produk, kemudahan teknologi, serta dukungan lingkungan sosial. Kombinasi faktor-faktor tersebut membentuk tingkat

kepuasan, kepercayaan, dan loyalitas masyarakat terhadap lembaga keuangan syariah. Dengan demikian, layanan keuangan Islam tidak lagi dipandang hanya sebagai alternatif dari sistem keuangan konvensional, tetapi telah menjadi bagian dari kebutuhan finansial masyarakat yang mampu memberikan manfaat ekonomi, sosial, dan spiritual secara berkelanjutan.

KESIMPULAN

Ketertarikan masyarakat terhadap layanan keuangan syariah dipengaruhi oleh perpaduan faktor religius, sosial, dan praktis. Pemahaman tentang larangan *riba*, biaya administrasi yang relatif rendah, sistem bagi hasil yang adil, serta variasi produk yang sesuai prinsip syariah menjadi daya tarik utama dibandingkan perbankan konvensional. Upaya promosi dan edukasi yang tepat juga berperan penting dalam meningkatkan pengetahuan dan kesadaran masyarakat mengenai konsep keuangan syariah. Pilihan menggunakan layanan syariah tidak hanya didasari alasan keagamaan, tetapi juga karena adanya kepercayaan terhadap integritas lembaga, kualitas pelayanan, serta pengaruh lingkungan sosial dan tokoh masyarakat. Skema pembiayaan yang tidak memberatkan, seperti bagi hasil dan *qard hasan*, memberikan kesempatan lebih luas bagi UMKM dan masyarakat berpenghasilan rendah untuk mengembangkan usahanya. Keberlanjutan penggunaan layanan keuangan syariah diperkuat oleh prinsip keadilan, transparansi, dan tanggung jawab sosial yang dijalankan lembaga. Selain itu, optimalisasi dana sosial seperti zakat, infak, sedekah, dan wakaf mampu mendorong pemberdayaan ekonomi masyarakat. Dengan adanya inovasi produk dan layanan berbasis digital, perbankan syariah menunjukkan kemampuan beradaptasi dengan perkembangan zaman tanpa meninggalkan nilai-nilai syariah, sehingga keuangan syariah tidak hanya menjadi alternatif, tetapi juga solusi yang relevan dalam membangun masyarakat yang adil, sejahtera, dan berkelanjutan.

DAFTAR PUSTAKA

- Abhimantra, Ananggadipa., Maulina, Andisa Rahmi., & Agustianingsih, Eka. 2013. Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Nasabah (Mahasiswa) dalam Memilih Menabung pada Bank Syariah. *Prosiding PESAT (Psikologi, Ekonomi, Sastra, Arsitektur & Teknik Sipil)*, 5, p. E170-E177.
- Adawiyah, Wiwiek Rabiyyatul. 2015. Pertimbangan, Pengetahuan, dan Sikap Konsumen Individu Terhadap Bank Syariah. *Jurnal Ekonomi Pembangunan: Kajian Masalah Ekonomi dan Pembangunan*, 11(2), p. 191–201.
- Ajzen, Icek. 1991. The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), p. 179–211.
- Alinda, Rika Putri Nur., & Riduwan, Akmad. 2016. Pengaruh Tingkat Suku Bunga Bank dan Nisbah Bagi Hasil Pada Deposito Mudharabah. *Jurnal Ilmu dan Riset Akuntansi (JIRA)*, 5(1), p. 35–48.
- Aziz, Nazzarudin., & Hendrasto, Vito Shiga. 2020. Pengaruh Kualitas Layanan, Kepercayaan Dan Promosi Terhadap Minat Nasabah Menabung Pada Bank Syariah cabang Ulak Karang Kota Padang. *Jurnal Pundi*, 3(3), p. 227–234.
- Haida, Nur., Pratama, Gama., Sukarnoto, Toto., & Widiawati. 2021. Pengaruh Pemahaman Masyarakat Tentang Riba Terhadap Minat Bertransaksi di Bank Syariah. *Ecobankers: Journal of Economy and Banking*, 2(2), p. 131–139.
- Hidayat, Sukarmin., Suryaningsi, Syahfitri., & Pratiwi, Anggun. 2023. Determinants of Student's Saving Interest at Islamic bank. *Journal of Islamic Economics and Finance Studies*, 4(1), p. 1-15.
- Kusnandar, Nandar. 2018. Persepsi Masyarakat Tentang Bank Syariah. *Al Mashalih: Journal of Islamic Law*, 1(1), p. 61-71.
- Munir, Akhmad Misbakhul. 2024. Pengaruh Kualitas Pelayanan, Produk, Religiusitas dan Promosi Terhadap Keputusan Menabung Dengan Minat Menabung Sebagai Variabel Intervening (Studi pada Nasabah Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Probolinggo). *Tesis Master*, Pascasarjana Universitas Islam Negeri KH Achmad Siddiq Jember.
- Nugroho, Mahfud., Isa, Muzakar., & Imronudin. 2019. Analisis Keputusan Konsumen Dalam Menggunakan Jasa Perbankan Syariah. *ECONBANK: Journal of Economics and Banking*, 1(2), p. 88–96.
- Putri, Syifa Utami., & Sari, Eka Purnama. 2023. Analisis Perbandingan Kinerja Keuangan Bank Syariah Dengan Bank Konvensional Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2016–2020. *Digital Bisnis: Jurnal Publikasi Ilmu Manajemen dan E-Commerce*, 2(1), p. 130–143.
- Rahmah, Mutiara., & Ibrahim, Hendra. 2023. Strategi Pemasaran untuk Meningkatkan Daya Saing Produk dalam Perdagangan Internasional. *Jurnal Minfo Polgan*, 12(2), p. 2412-2417.
- Sulistiyono, Muhammad Aris. 2016. Pengaruh Pengetahuan, Religiusitas, Promosi dan Tingkat Pendapatan Konsumen Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Bank Syariah. *Skripsi*, Universitas Islam Indonesia. Yogyakarta.
- Syamsurizal., Abudur Rahim., Marseli, Anisa., & Suwarni, Desi. 2021. Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Religiusitas Terhadap Masyarakat Dalam Bertransaksi dengan Bank Syariah Mandiri Pariaman. *Ikhtisar:*

Jurnal Pengetahuan Islam, 1(1), p. 19-33.

Syh, Sri Nawang., Anwar, Anugrah Nurila., & Riqqoh, Haris Safiudin. 2024. Analisis Perilaku Konsumen Dalam Memilih Produk Perbankan Syariah Indonesia. *Jurnal Manajemen Dakwah, 2(1), p. 77–92.*