

ANALISIS MINAT MASYARAKAT TERHADAP PERBANKAN SYARIAH

Syamsurizal¹, Sherlya Putri², Mega Adyana Movitaria³, Novi Yanti⁴

^{1,2,3}Institut Agama Islam Sumatera Barat, ⁴Universitas Sumatera Barat

Jl. Kolonel Anas Malik By Pass, Kota Pariaman, Sumatera Barat

e-mail: syamsurizal.tandikek@gmail.com, sherlyaputri77@gmail.com, megaadyna@iaisumbar.ac.id,
noviyantizavi@gmail.com

Abstrak: Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis minat masyarakat terhadap perbankan syariah, dengan fokus kajian pada respon masyarakat terhadap sosialisasi yang dilakukan bank syariah. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif, dengan pendekatan fenomenologi. Penelitian ini dilaksanakan pada masyarakat Nagari Malai III Koto Kecamatan Sungai Geringging, Padang Pariaman. Informan penelitian ialah masyarakat yang menggunakan jasa bank Syariah. Pengumpulan data menggunakan teknik observasi, wawancara, dan studi dokumentasi. Analisa data menggunakan alur reduksi data, penyajian data, dan penarikan simpulan. Hasil penelitian mengungkapkan bahwa minat masyarakat untuk memilih bank syariah, antara lain: (1) tidak ada biaya bulanan admidntrasi seperti dibank konvensional, (2) tejahui dari perbuatan Riba karena di bank syariah memakai system Bagi hasil layaknya seperti perdagangan umum, (3) biaya transaksi yang murah, (4) Mendapat keuntungan dari system bagi hasil yang dilakukan bank Syariah, (5) tertarik pada produk bank syariah seperti tabungan haji, umroh, kurban, dan wakaf. Kemudian respon masyarakat terhaap sosialisasi yang dilakukan oleh bank syariah belum masih kurang tertarik, hal itu dikarenakan kurang optimalnya sosialisasi yang dilakukan oleh piak ban syariah, hal itu terbukti dari banyaknya masyarakat yang tidak memahami produk-produk yang ditawarkan oleh bank syariah.

Kata Kunci: Perbankan Syariah, Ekonomi Islam, Orientasi Perekonomian

Abstract: This study aims to analyze public interest in Islamic banking, focusing on analysing the community's response to socialization by Islamic banks. This study uses qualitative methods with a phenomenological approach. This research was conducted in the Nagari Malai III Koto community, Sungai Geringging District, Padang Pariaman. Research informants are people who use the services of Islamic banks. Collecting data using observation techniques, interviews, and documentation studies. Data analysis uses data reduction flow, data presentation, and conclusion drawing. The results of the study revealed that the public's interest in choosing Islamic banks, including: (1) there is no monthly administration fee like in conventional banks, (2) this is known from Riba because Islamic banks use a profit-sharing system like general trading, (3) fees cheap transactions, (4) benefit from the profit-sharing system carried out by Islamic banks, (5) are interested in Islamic bank products such as savings for hajj, umroh, qurban, and endowments. Then the community's response to the socialization carried out by Islamic banks is still not interesting, this is due to the lack of optimal socialization carried out by Islamic banks, and this is evident from the large number of people who do not understand the products offered by Islamic banks.

Keywords: Sharia Banking, Islamic Economics, Economic Orientation

PENDAHULUAN

Pada saat ini dunia selalu melakukan perubahan sesuai dengan kemajuan zaman, negara yang maju akan terus memperlihatkan perubahan dan perkembangannya karena berlomba lomba untuk menjadi negara yang bagus dan baik dari sistim keuangan maupun sistim perekonomian. Sama halnya dengan negara kita yaitu Indonesia, kemajuan dan perkembangan bisa dilihat baik dari segi pembangunan, industri maupun teknologi. Contohnya di dunia industri bisnis, bisnis antar produsen berlomba lomba besaing hanya demi untuk memenuhi kebutuhan yang diinginkan oleh konsumen dan berusaha memberikan kepuasan dan pelayanan yang terbaik untuk konsumen agar konsumen tertarik dan mau berlangganan dengan kita atas produk dan jasa yang yang di berikan, begitu juga dengan lembaga perbankan yang selalu memperlihatkan kepada masyarakat dan nasabah tentang perkembangan dan kemajuannya. Negara kita Indonesia ini merupakan masyarakat dengan mayoritas kebanyakan yang beragama Islam, seharusnya Indonesia mampu menampilkan keuangan syariah yang lebih baik, dalam mewujudkan hal tersebut perlu adanya dukungan dan bekerja sama dengan masyarakat dalam dunia perbankan. (Triuspitorini, 2020).

Dunia yang modern pada saat ini sangat memerlukan fungsi lembaga perbankan dalam meningkatkan peranan suatu negara, bahkan sektor sektor yang berhubungan dengan kegiatan keuangan hampir semuanya menggunakan jasa perbankan. Karena hal tersebut, masa sekarang dan masa yang akan datang kita semua akan sulit terlepas dengan lembaga perbankan, karena ketika ingin

menjalankan aktivitas, apalagi aktivitas keuangan baik perorangan ataupun suatu perusahaan. (Umardani & Muchlish, 2016).

Pesatnya kemajuan lembaga perbankan pada saat ini, dapat dilihat dari semua jumlah bank yang ada di Indonesia. Perbankan yang ingin maju harus unggul dalam hal kompetitif, yang cepat serta layanan terbaik dan juga cara mereka menarik nasabah untuk bergabung di bank tersebut. Demikian begitu pula dengan industri perbankan kepuasan nasabah bergantung dengan bagaimana cara perbankan memberikan kualitas pelayanan yang baik bagi nasabah yang bertransaksi agar sesuai dengan keinginan nasabah. (Syamsurizal et al., 2021)

Bank adalah suatu lembaga keuangan yang bertujuan untuk menghimpun dana dari masyarakat dan menyalurkan dana tersebut kembali kepada masyarakat. Bank pada saat ini seakan akan menjadi kebutuhan pokok suatu negara, juga menjadi penolong yang baik bagi masyarakat. Keberadaan lembaga perbankan juga merupakan suatu manfaat bagi banyak pihak. Tidak dapat di pungkiri jika bank dalam praktik jasanya yang membantu masyarakat baik perseorangan ataupun perusahaan besar dalam beberapa hal. (Thayib et al., 2017)

Ada dua jenis bank di Indonesia, yaitu bank konvensional dan bank syariah. Bank konvensional ialah lembaga yang beraktifitas dalam melakukan perputaran uang yang kesepakatannya sesuai kesepakatan nasional dan internasional, dan bank ini mengikuti hukum formal suatu negara. Bank konvensional juga berperan sebagai perantara (*financial intermediaries*) antara tiga pihak yaitu yang memegang saham, pengelola bank

dan pelanggan atau nasabah. Sedangkan bank syariah adalah suatu sistem perbankan yang pelaksanaannya berdasarkan dengan syariat agama Islam. (Alinda & Riduwan, 2016). Perbedaan dari kedua bank ini ialah, bank konvensional dapat melakukan pengelolaan dana di dalam seluruh lini bisnis menguntungkan di bawah naungan undang-undang. Sedangkan, bank syariah akan mengelola dana nasabah pada lini bisnis yang diizinkan oleh aturan Islam. (Putri & Dharma, 2016)

Perbankan syariah merupakan suatu lembaga yang memiliki peran yang penting dalam berjalannya suatu pembangunan, apalagi di dunia usaha. Perbankan syariah awal munculnya di Mesir yaitu pada tahun 1963 di kota Mit Ghamr. Prinsip-prinsip yang terkait dengan produk dan jasa dari perbankan syariah yaitu jauh dari praktik produk riba dan produk haram. Empat elemen tersebut menjelaskan pengertian, dasar hukum dan pembagian dari bank syariah. Dalam memahami praktik ini, di dalam bank syariah tidak menerapkan metode riba dan bunga. Serta beberapa aturan dan perjanjian mengikuti hukum Islam baik antara bank maupun kegiatan lainnya yang sesuai dengan syariat Islam. Prinsip tersebut diatur dalam (pasal 11 UU No.3 tahun 2004 tentang BI). (Dayan et al., 2019)

Perbankan syariah memiliki beberapa produk dan jasa antaranya *mudharabah*, *musyarakah*, *murabahah*, *ijarah*, *ishtisna* dan produk lainnya yang juga lebih menarik dan tidak dimiliki oleh bank bank konvensional, produk dan jasa tersebut tidak membentuk sistem bunga seperti yang terjadi di bank bank konvensional. Ada beberapa pendapat masyarakat tentang bank syariah yaitu bank

syariah terkenal dengan sistem bagi hasil dan tidak memakai sistem bagi hasil. Tetapi nyatanya pendapat sikap dan persepsi masyarakat tentang bank syariah ini sangat banyak ragamnya. Beragamnya sikap dan pendapat masyarakat tentang bank syariah ini diakibatkan karena kurangnya pemahaman serta pengetahuan yang dimiliki masyarakat tentang perbankan syariah ini. Dan karena perbedaan pendapat hal ini berpotensi dan menjadi pengaruh terhadap pengetahuan yang dimiliki masyarakat tentang bagaimana digunakan nya bank syariah, hal tersebut berakibat kurangnya minat masyarakat untuk bertransaksi di bank syariah. (Desiana & Putri, 2018)

Dampak terbesar dari kesalahpahaman masyarakat terhadap pemilihan bank ialah terjerumusnya masyarakat muslim pada praktik riba. Riba adalah mengonsumsi hak orang lain dan tanpa di landasi jerih payah dan menentukan bunga atau melebihi jumlah uang yang di pinjamkan, jumlah pinjaman pokok secara bathil, dan hal tersebut akan mendapatkan resiko, mendapatkan harta yang bukan usaha dari kerja atau jasa kita sendiri, dan orang kaya yang mengorbankan kaum miskin, dan mengabaikan aspek perikemanusiaan demi mendapatkan kekayaan. Masyarakat Indonesia merupakan mayoritas beragama Islam, sehingga bank yang sesuai syariat Islam mulai bermunculan, namun pengetahuan dan pemahaman masyarakat akan bank syariah ini masih kurang karena kurangnya promosi dari bank syariah dan masyarakat pun lebih memilih bertransaksi di bank konvensional dan karena hal tersebut para masyarakat telah terjerumus dalam praktik riba sedangkan riba sudah jelas haram dan di larang

dalam syariat agama islam. (Abhimantra et al., 2013)

Masyarakat beragama Islam merupakan dominasi di negara Indonesia, seharusnya masyarakat melakukan aktifitas keuangan di bidang ekonomi menggunakan transaksi yang sesuai dengan agama Islam, yaitu dengan cara menggunakan produk dan jasa di lembaga keuangan syariah, yaitu bertransaksi menggunakan bank syariah. Dan bahkan bank syariah juga dikenal dengan bank yang praktinya tanpa riba. (Haida et al., 2021)

Pemahaman masyarakat terhadap bank syariah kurang dan di sertai tingkat persaingan keadaan pasar yang kompetitif yang menjadi hambatan bagi bank syariah ini. Masyarakat adalah bentuk suatu kehidupan yang bersama untuk waktu yang lama dan menghasilkan adat istiadat. Masyarakat adalah kelompok manusia yang hidup dengan bekerjasama dalam cukup waktu yang lama, dan mereka dapat mengatur diri mereka dan menganggap diri mereka suatu kesatuan yang sosial dengan batas yang mereka rumuskan dengan jelas. Dalam hal interaksi sosial, suatu individu membentuk pola perilaku yang tertentu terhadap objek yang di hadapinya. Dan merupakan faktor yang akan mempengaruhi pembentukan karakter dan sikap dalam berbagai pengalaman pribadi dan kebudayaan. (Haida et al., 2021)

Dalam perkembangan bank syariah, pada saat ini bank syariah sudah menyebar di kota dan kabupaten kabupaten walaupun belum tersebar di daerah kecil yang terpencil, dan salah satu nya di Kota Padang Pariaman, hal ini dapat kita lihat dari pendirian bank bank yang berprinsip syariah yaitu perbankan syariah di Kota Padang Pariaman hal ini terjadi karena di lokasi tersebut banyak masyarakat

yang beragama islam, dan keunikan dari banyak nya masyarakat yang beragama islam yaitu beragam nya perilaku masyarakat dalam menggunakan perbankan syariah, dan hal ini akan berpengaruh terhadap minat masyarakat dalam memilih dimana bertransaksi menggunakan bank syariah kah atau bank konvensional, tetapi hal yang harus dihadapi oleh perbankan syariah yaitu kurangnya pemahaman masyarakat terhadap Perbankan Syariah khususnya di desa limau asam. (Yolanda, 2020)

Dari hasil pra riset di Nagari Malai III Koto Kecamatan Sungai Geringging, Padang Pariaman di ketahui bahwa kebanyakan dari masyarakat tidak mempunyai minat untuk bertransaksi di perbankan syariah. Hal ini dipengaruhi karena danya faktor pengetahuan, agama, dan lokasi. Ada banyaknya hal yang akan berpengaruh untuk memotivasi masyarakat agar ikut berpartisipasi dengan perbankan syariah dengan menjadi nasabah. Adapun alasan masyarakat berhubungan dengan lembaga perbankan yaitu keamanan dan fasilitas yang di peroleh dan pertimbangan sistim perbankan yang berlaku. (Aziz & Hendrasto, 2020). Dari hasil penelitian, dapat di temukan bahwa minat masyarakat dan keputusan dalam menjadi nasabah dalam perbankan ada 3 faktor yaitu pengetahuan akan konsep; perbankan, pelayanan, dan harga pembiayaan. Dan faktor karakteristik perbankan syariah yaitu, promosi dan lokasi, yang berpengaruh secara signifikan

Upaya meningkatkan minat masyarakat terhadap perbankan syariah, Perbankan syariah memiliki Beberapa produk yang ditawarkan kepada nasabahnya, secara garis besar dibagi menjadi tiga kategori sesuai dengan

tujuannya. Pertama, Pembiayaan Asas jual beli yang dilakukan dengan perpindahan kepemilikan suatu produk atau barang (*transfer of ownership*). (Rusdianto & Ibrahim, 2016). Persentase kemenangan dari bank telah ditentukan sebelumnya dan akan menjadi bagian dari harga item yang terjual. Kedua, pembiayaan dapat berupa giro, tabungan, dan deposito. Prinsip operasi syariah digunakan untuk menghimpun dana masyarakat merupakan Prinsip Wadiah dan Mudharabah. Ketiga, layanan yang bertujuan Mempermudah pelaksanaan pembiayaan. Pembiayaan sangat diperlukan Masyarakat. Selain konsumsi Sebagai tambahan modal kerja. Semakin tinggi modal yang diterima, semakin tinggi Peluang bisnis yang dijalankan. Sebaliknya jika modal kecil maka usaha yang dijalankan kecil pula, Dengan kata lain, kecepatan perkembangan perusahaan Sangat tergantung pada modal dan surplus yang tersedia. (Mukhlis, 2012)

Menurut data Otoritas Jasa Keuangan (OJK), jumlah bank umum sebanyak 107 bank pada 2021 lebih sedikit dari tahun 2020 yang berjumlah 109 bank. Dari segi jumlah institusi, juga tercatat banyaknya jumlah perbankan syariah di Indonesia sebanyak 198 bank yang terdiri dari 12 bank umum syariah (BUS) 21 unit usaha syariah (UUS), dan 165 bank pembiayaan rakyat syariah (BPRS). Tren terbaru adalah industri perbankan syariah berkinerja buruk dibandingkan dengan bank tradisional. (Rahmawati et al., 2021)

Keberadaan bank syariah di Indonesia tidak didukung oleh faktor-faktor yang memungkinkan bank syariah tumbuh dan beroperasi secara berkelanjutan. (Afnita et al., 2021) Ada beberapa faktor yang menghambat perkembangan industri Bank Syariah

Indonesia, diantaranya: Sumber daya tidak mencukupi Profesional terdidik dari perspektif manajemen sumber daya Pengembangan manusia dan budaya dan kewirausahaan Negara kita masih lemah, relatif kecil, dengan keterbatasan modal (dana), Manajemen Bank Syariah Konsep Syariah dan Operasi di tempat, kepercayaan diri masyarakat yang beragama islam masih rendah dan ulama belum sepenuhnya merumuskan secara sistematis lembaga keuangan syariah. Kompleksitas masalah mempengaruhi kepercayaan masyarakat terhadap keberadaan bank syariah antar lembaga Pembiayaan tradisional. (Rusydia, 2016a)

Dalam pembangunan ekonomi berwawasan syariah, eksistensi Bank syariah memiliki arti penting terutama dalam memberikan solusi bagi masyarakat yang mempunyai usaha kecil dan menengah serta berperan dalam keuangan masyarakat agar masyarakat mau bertransaksi di perbankan syariah ini. (Pemikiran Devanda et al., n.d.) karna hal tersebut menunjukkan bahwa bank syariah berperan penting bagi masyarakat, dan bank syariah ini adalah suatu lembaga intermediasi yang mampu memecahkan permasalahan permasalahan yang fundamental yang di alami oleh pengusaha pengusaha kecil dan menengah khususnya di modal. Bank syariah tidak hanya membantu di bidang permodalan tetapi juga berfungsi menangani kegiatan dibidang sosial. (Mustapa et al., 2021)

Peneliti melihat minat masyarakat dalam ikut serta dalam perbankan syariah di Nagari Malai III Koto Kecamatan Sungai Geringging, Padang Pariaman, beragama satu sama lainnya, yang tentu jika di eksplorasi akan menjadi teori untuk dapat

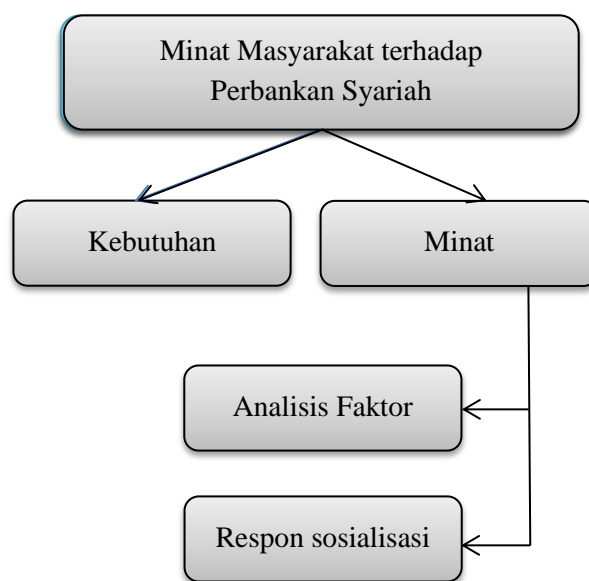
diimplementasikan pada daerah-daerah lain. Maka dari itu penelitian ini bertujuan untuk menganalisis minat masyarakat terhadap perbankan syariah, dengan fokus kajian pada respon masyarakat terhadap sosialisasi yang dilakukan bank syariah. Penelitian ini memiliki kontribusi pada pembangunan perekonomian umat menjadi lebih baik dan halal.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif menggunakan pendekatan fenomenologi. Alasan penggunaan pendekatan ini dikarenakan saat ini fenomena pemilihan bank konvensional menjadi fenomena yang sudah lazim adanya, namun keberadaa bank syariah menjadi fenomena baru yang memang tak dapat dibantah keberadaanya, bahkan tidak hanya di kota, akan tetapi di desa. Lokasi penelitian berada di Nagari Malai III Koto Kecamatan Sungai Geringging, Padang Pariaman.

Informan penelitian ialah masyarakat yang menggunakan jasa bank Syariah.yang secara total sejumlah 120 Nasabah. Pengumpulan data menggunakan teknik observasi, wawancara, dan studi dokumentasi. Observasi digunakan untuk mengamati aktivitas perekonomian masyarakat yang berkaitan dengan konvensional dan perbankan syariah. Wawancara digunakan untuk mengungkap data minat dan respon masyarakat terhadap perbankan syariah, dan dokumentasi dilakukan terhadap dokumen nasabah bank syariah. Analisa data menggunakan alur reduksi data, penyajian data, dan penarikan simpulan. Untuk menjamin keabsahan data dilakukan teknik triangulasi data dan *member*

crosscheck. Secara desain bagan penelitian, tampak berikut ini:



Gambar 1. Bagan Konseptual

HASIL DAN PEMBAHASAN

Sebelum menganalisis yang menjadi fokus kajian, terlebih dahulu akan dijelaskan beberapa teori dasar yang berkaitan dengan minat.

Konsep Dasar Minat dan Sosialisasi Produk

Secara pengertian minat adalah kecenderungan hati, kemauan dan keinginan yang tinggi terhadap sesuatu hal. Minat tumbuh dari diri seseorang karena tertarik dengan hal yang di ingin kannya. Minat berfungsi daklam menggerakkan hati orang agar melakukan hal hal yang di ingin kan, apalagi dalam hal memilih suatu hal yang bermanfaat terhadap kehidupannya. minat juga di kenal dengan keputusan sesuatu tentang membela, melakukan sesuatu dan bahkan juga ke ikut sertaan dalam sesuatu. sebaliknya juga dengan arti kurang nya minat yaitu kecenderungan tidak menginginkan sesuatu tersebut. Contoh nya di dunia perbankan, kurang nya minat masyarakat akan perbankan. dampak dari kurang nya minat tersebut maka

akan berkurang juga nasabah bank tersebut. Kurangnya minat ini dikarenakan kurangnya pengetahuan dan pemahaman terhadap perbankan. (Ortega & Alhifni, 2017).

Persaingan antar lembaga perbankan pada saat ini semakin ketat untuk menarik minat masyarakat agar menabung di bank, perbankan melakukan berbagai strategi untuk digunakan agar masyarakat yang telah menabung menjadi loyal dan untuk menarik masyarakat yang menabung di bank lain agar memindahkan deposito mereka dari bank lain ke bank syariah. Salah satu strategi yang dilakukan adalah melakukan promosi dengan menawarkan produk dan fasilitas kepada masyarakat tentang perbankan syariah ini melalui media cetak ataupun elektronik dan lain sebagainya. Selain informasi, iklan dan promosi akan berpengaruh terhadap minat menabung masyarakat, dan masyarakat akan mengetahui dari media tersebut tentang perbankan dan apa saja kelebihan dan kekurangan bank syariah ini di banding bank bank lain nya.

Seanjutnya salah satu cara perusahaan untuk mensosialisasikan produknya adalah dengan promosi. Secara definisi promosi adalah suatu hal yang tidak asing di dalam pemasaran, promosi ialah kegiatan untuk meningkatkan sesuatu tentang kinerja suatu perusahaan atau lembaga. Adapun menurut Fandy Tjiptono tentang promosi yaitu suatu bentuk komunikasi yang dilakukan yang berpengaruh dalam hal penyampaian sesuatu, yang akan membujuk,serta akan meningkatkan suatu pemasaran dari suatu lembaga atau perusahaan. kegiatan promosi ini dilakukan agar produk yang di pasarkan dapat di ketahui dan di terima dengan baik oleh kosumen,

sehingga mereka pun dapat ikut berperan dalam menggunakan produk tersebut. Perbankan syariah melakukan kegiatan promosi dan kegiatan tersebut termasuk kedalam suatu kegiatan dalam manajemen pemasaran dan kegiatan ini tentunya dilakukan dengan efektif dan secara efisien yang mungkin dapat menarik kemauan dan minat dari masyarakat sehingganya tujuan dari berdirinya bank tercapai seperti yang di inginkan. Selama dalam melakukan promosi, bank akan mengumumkan semua jenis produk ,menawarkan dan mencoba menarik pelanggan potensial baru. Karena itu, Promosi juga bertujuan untuk mengingatkan pelanggan tentang produk. promosi juga berpartisipasi mendorong pelanggan agar pelanggan mau untuk membeli dan hal ini akan meningkatkan citra bank di mata masyarakat dan nasabah. (Sulistiyono, 2016)

Dalam kegiatan promosi pihak bank harus mengetahui media promosi yang bagus dan mudah di dilakukan dan sering di jumpai oleh masyarakat, adapun bentuk bentuk promosi yang dapat dilakukan oleh pihak perbankan ini, dapat berupa media cetak, seperti koran,media elektronik seperti televisi, dan dapat juga berupa informasi yang di sampaikan melalui internet. Dalam kegiatan promosi bank juga menggunakan media promosi yang salah satu nya yaitu media promosi dengan iklan (*advertising*).

Periklanan (*advertising*) adalah sarana promosi yang di gunakan oleh pihak bank yang bertujuan untuk membangun kesadaran (*awareness*) terhadap produk dan jasa yang ditawarkan oleh perbankan syariah ini, dan akan menambah pengetahuan masyarakat terhadap produk dan jasa yang di

tawarkan dalam perbankan syariah, membujuk masyarakat untuk menggunakan produk dan jasa yang di tawarkan, serta membedakan antara bank syariah dengan bank konvensional. Media periklanan yang dapat di gunakan, seperti memasang *billboard* di jalan-jalan yang ramai penduduk maupun di jalan-jalan dengan penduduk yang sedikit, ada juga dengan mencetak brosur yang di sebarkan di setiap cabang atau pasar-pasar pembelanjaan, pemasangan spanduk, bisa juga melalui koran dan majalah yang terpopuler.

Ketika masyarakat mengetahui lebih banyak tentang hal perbankan syariah ini maka, masyarakat akan lebih mengetahui dalam mengambil keputusan dan akan lebih tepat mengelola informasi yang di ketahuinya. Adapun berbagai macam pengetahuan masyarakat terhadap perbankan yaitu: (1) Pengetahuan tentang produk dan jasa apa saja yang ada di bank syariah ini. Pengetahuan tentang berbagai macam produk dan jasa yang terdapat di perbankan akan memudahkan masyarakat untuk bisa menjadi nasabah dari perbankan ini, nasabah akan melihat bagaimana karakteristik dan kelebihan apa dari bank bank lainnya. (2) pengetahuan tentang manfaat apa saja yang bisa di gunakan masyarakat dari perbankan syariah ini. Pengetahuan tentang manfaat produk apa saja yang bisa di gunakan di perbankan syariah ini sangat penting di ketahui oleh masyarakat dan khalayak ramai karena pengetahuan ini akan menimbulkan minat dan kemauan masyarakat menjadi nasabah. (3) Pengetahuan tentang kepuasan tentang layanan apa saja yang bisa di berikan oleh bank syariah ini.

Setelah merasakan sebagai nasabah maka masyarakat akan mengetahui kepuasan

dari layanan bank syariah ini. Manfaat ini tidak hanya manfaat positif tetapi juga manfaat negatif. Manfaat negatif ini lah yang di sebut dengan resiko. manfaat negatif ini lah yang sering di rasakan nasabah atau pelanggan karena kurangnya persepsi mengenai manfaat suatu produk. (Adawiyah, 2015)

Minat Masyarakat terhadap Perbankan Syariah

Hasil penelitian menunjukkan terdapat beberapa faktor yang menjadi minat masyarakat terhadap perbankan syariah. Jika diklasifikasikan beberapa faktor tersebut adalah sebagai berikut:

1. Pemahaman makna dan dampak Riba

Faktor pertama yang menjadi minat masyarakat untuk memilih bank syariah adalah pemahaman mereka tentang riba. Pemahaman tentang hal ini didapat oleh masyarakat dari pengajian-pengajian yang dilaksanakan baik di majelis taklim ataupun di masjid-masjid sekitaran Desa tempat mereka tinggal. Memang secara teoritis Praktek perbankan syariah jauh akan praktek riba sedangkan perbankan konvensional sangat identik dengan bunga yang menjadi salah satu indikator adanya praktik riba.

Masyarakat menganggap bahwa dengan menjauhi riba maka rezeki yang mereka dapatkan akan menjadi berkah dan Bahkan mereka terhindar dari perbuatan dosa besar. Bagaimana yang telah dikemukakan pada bagian awal bahwa riba termasuk salah satu kategori dosa besar. Yang salah satu dampaknya adalah tidak terkabulkannya doa seseorang, Dan hal itu pula lah yang dipegang oleh masyarakat untuk menjauhi praktik riba yang terjadi di perbankan konvensional. Jika

dikategorisasikan pemahaman masyarakat tentang riba ini tidaklah selalu utuh dalam arti semua wawancara juga mengungkapkan bahwa sebagian masyarakat hanya mengaku sekedar mendapatkan informasi tentang riba dari teman sejawatnya atau tetangga. Artinya untuk kategori masyarakat yang sekedar mendapat informasi dari tetangga ataupun temannya, Maka pemahamannya hanya sebatas pada pengikut saja atau dengan kata lain pemahamannya tidak mendalam. Berbeda dengan masyarakat yang memang memahami tentang riba baik makna maupun dampak yang akan terjadi jika melakukannya, Maka keputusan untuk tidak memilih yang konvensional mutlak dilakukan secara pribadi oleh masyarakat Dengan kategorisasi pemahaman ini.

Pada kategori lain terdapat juga masyarakat yang memang pemahamannya berdasarkan atas perintah dari atasan ataupun perintah dari pihak keluarga. Memang tidak sedikit masyarakat yang mengaku bahwa mereka tidak memilih bank konvensional bukan dikarenakan mereka tidak menginginkannya akan tetapi memang rata-rata keluarga ataupun atasan mereka menganjurkan untuk meminta mereka memilih bank Syariah.

2. Minimnya biaya administrasi bank syariah

Faktor kedua yang mendasari minat masyarakat untuk memilih bank syariah adalah tidak adanya biaya bulanan administrasi seperti di bank konvensional. Hal ini menjadi dasar sebagian masyarakat karena adanya administrasi setiap bulan di bank konvensional tentu menjadi kesulitan bagi masyarakat pedesaan terutama bagi mereka dengan penghasilan rendah. Walaupun memang

sebagian dari masyarakat tidak menjadikan administrasi di bank konvensional sebagai permasalahan, Namun dari wawancara yang dilakukan justru mereka berharap agar administrasi di bidang konvensional tidaklah berlipat-lipat ganda. Hal yang demikian mereka katakan dikarenakan tidak dapat dipungkiri bahwa di bank konvensional terdapat administrasi yang berlipat seperti adanya administrasi untuk buku rekening, ATM, administrasi pajak dan lain sebagainya.

Bank syariah pada satu sisi memang menawarkan administrasi akan tetapi administrasi yang ditawarkan Tidaklah terlalu besar atau bahkan beberapa bank syariah menurut pengakuan masyarakat tidak sama sekali dipungut administrasi. Faktor ini memang menjadi salah satu ciri khas dari perbankan syariah bahwa dalam pengelolaannya perbankan syariah tidak boleh untuk menjadikan nasabah menjadi rugi di satu pihak sedangkan pihak perbankan mendapatkan keuntungan. Prinsip perbankan syariah tidaklah demikian, Justru pihak perbankan melindungi harkat dan martabat pihak nasabah. Perbankan syariah tidak memperlakukan nasabahnya dalam kedudukan yang hina dan dalam keadaan yang dirugikan. Sebab dalam prinsipnya perbankan syariah tidak menganut sistem keuntungan atau bunga akan tetapi menganut sistem bagi hasil. Itulah sebabnya pada setiap bulan hasil yang didapat oleh nasabah tidak selalu sama dengan bulan-bulan sebelumnya

3. Bank Syariah menganut Sistem Bagi Hasil

Faktor selanjutnya adalah sistem bagi hasil yang dilakukan oleh bank syariah. Faktor ini ada kaitannya dengan faktor pertama yakni

tentang pemahaman riba dan dampaknya yang dipahami oleh masyarakat. Adapun yang membuat perbankan syariah berbeda dengan yang konvensional dalam hal keuntungan yang didapat oleh nasabah terletak pada sistem bagi hasil yang dilakukan oleh perbankan syariah dan yang tidak dimiliki oleh perbankan konvensional. Sistem bunga pada bank konvensional menjadi hal yang belum pernah terjadi, Dan Bagi sebagian kalangan masyarakat yang memiliki banyak tabungan pada bank konvensional tentu sistem bunga menjadi satu keuntungan tersendiri bagi mereka dalam hal memperkaya diri. Namun hal tersebut tentu tidaklah sesuai dengan ajaran Islam Itulah sebabnya di dalam Islam tidak dikenal istilah bunga akan tetapi dikenal istilah bagi hasil. Sistem ini dijelaskan oleh pihak perbankan syariah untuk transaksi yang dilakukan oleh nasabah di perbankan syariah. Memang dari beberapa wawancara yang dilakukan kepada masyarakat di lokasi penelitian, tidak semua masyarakat memahami apa yang dimaksud dengan bagi hasil. Sebagian mereka justru menabung di perbankan syariah sama sekali tidak mempertimbangkan istilah bagi hasil tersebut, Bahkan ironinya mereka sama sekali tidak mengetahui berapa jumlah yang mereka dapatkan untuk setiap bulannya dari tabungan yang mereka setor pada bank syariah.

4. Ragam Produk Bank Syariah

Faktor lain adalah terdapat ragam produk yang ditawarkan oleh perbankan syariah kepada masyarakat. Ragam produk tersebut diantaranya seperti tabungan haji, umroh, kurban, dan wakaf . Ragam produk itu memberikan kesempatan kepada masyarakat untuk mengikuti kegiatan-kegiatan keislaman

yang memang seyogianya dilakukan oleh setiap muslim. Bagaimana prinsipnya bahwa perbankan syariah bukan hanya sekedar untuk mencari keuntungan, akan tetapi memberikan kesempatan kepada masyarakat untuk beribadah dalam bentuk materi. Sebagaimana diketahui bahwa dalam Islam tidak semua bentuk ibadah mengandalkan aspek fisik semata akan tetapi juga mengandalkan aspek materi yang dimiliki oleh manusia. Namun dalam kondisinya tidak semua masyarakat mampu untuk beribadah mengandalkan aspek materi, Maka dari itu perbankan syariah hadir memberikan solusi terhadap kondisi yang dialami oleh masyarakat tersebut. Beberapa produk seperti tabungan haji korban dapat dilakukan secara cicilan oleh masyarakat, Tanpa adanya bunga atau dengan kata lain tidak sampai memberatkan nasabah. Atas dasar adanya kekeringan dan kemudahan yang ditawarkan oleh berbagai tentu ini menjadi faktor minat bagi masyarakat untuk memilih perbankan syariah sebagai tempat mereka untuk melakukan transaksi keuangan.

Respon Masyarakat Terhadap Sosialisasi yang dilakuan Perbankan Syariah

Berdasarkan hasil wawancara penelitian dengan masyarakat dan keluarga terdekat didapat hasil yaitu bahwa sosialisasi yang di berikan kepada pihak bank kepada masyarakat kurang dan mereka hanya mengetahui tentang bank syariah ini dari teman saja. Selain informasi dari teman dan keluarga mereka hanya mendengar dari televisi. Bahkan jarang mendengar istilah perbankan syariah ini secara lansuang. Berdasarkan penjelasan itu dapat diketahui bahwa pengetahuan masyarakat masih minim akan perbankan syariah ini. Hal

ini dapat di buktikan bahwa masih banyak nya masyarakat yang belum mengetahui dan mendengar tentang istilah dan bagaimana bank syariah ini. Hal ini akan mempengaruhi sedikitnya nasabah perbankan syariah ini.

Untuk masyarakat yang mengetahui perbankan syariah ini belum lama, hanya beberapa tahun dan tidak sampai 3 tahun. Sebagaimana yang dikatakan salah seorang informan bahwa: “untuk mendengar dan mengetahui bank syariah baru satu tahun ini”. Adapun masyarakat yang belum mengetahui. Mengungkapkan bahwa: “informasi produk perbankan syariah belum terlalu meluas sehingga masih banyak masyarakat yang belum mengetahui atau mengenal sistim dari pelayanan bank syariah ini”. Informan lain juga berkomentar “kantor bank syariah juga belum banyak terdapat di daerah daerah kami, jadi bagaimana juga kami bisa bertransaksi dengan bank tersebut, dan terhalang jarak dan transportasi”. Pernyataan di atas menunjukkan bahwa keberadaan dan perkembangan Bank syariah masih sangat kurang banyak. Ini membuktikan Dalam 3 tahun terakhir ini, masih banyak masyarakat yang hanya mengenal perbankan syariah. Meskipun perkembangan Bank Syariah Indonesia sudah cukup lama, dari 1992.

Dalam hal pengembangan bank syariah juga terdapat problema yaitu lemah nya praktisi bank syariah, baik dari sisi pengembangan ataupun sisi syariah. Artinya belem terpenuhi sumber daya manusia yang mampu di bidang ekonomi syariah ini. karna hal ini sering kali terjadi praktik dalam perbankan syariah ini yang menyimpang dari prinsip syariah. praktisi di perbankan syariah hanya bisa menjelaskan tentang apa yang

mereka tau, tidak bisa menjawab apa yang di tanyakan oleh masyarakat. dengan kata lain belum memadainya sumber daya manusia yang handal dan profesional terutama di perbankan syariah ini. (Rusydia, 2016b)

Penawaran dan pendekatan produk yang di lakukan pihak perbankan syariah salah satu nya dengan cara bersosialisasi. Sosialisasi yang di maksud di sini ialah penyebaran informasi, mensosialisasikan tentang perbankan syariah ini kepada masyarakat melalui berbagai bentuk kegiatan, dalam langsung maupun tidak langsung tergantung dengan calon nasabah. dengan melakukan cara ini maka masyarakat akan mengetahui dan memahami bank syariah ini, dengan adanya sosialisasi di harapkan masyarakat dapat memikirkan dan mempertimbangkan dalam mengambil keputusan menjadi nasabah di bank syariah. (Syamsurizal et al., 2021).

Seperti yang telah di jelaskan dari kutipan diatas tentang pengertian minat yaitu kecendrungan hati, gairah dan keinginan yang tinggi terhadap sesuatu hal. Minat tumbuh dari diri seseorang karena tertarik dengan hal yang di ingin kannya. Seseorang akan berpikir bahwa suatu akan bermanfaat, maka sesuatu tersebut akan menjadi berminat, dan masyarakat juga mengetahui jasa apa saja yang ingin di gunakan dalam bertransaksi. (Risal & Alexander, 2019).

Dari hasil wawancara dengan masyarakat terdekat ,menurut seorang bapak yang informan peneliti berpendapat bahwa “bagaimana saya mau berminat terhadap bank syariah atau bank bank lain nya sedangkan pendapatan dan penghasilan saya saja tidak mencukupi kehidupan saya sehari hari”karena

penghasilan yang tidak memungkinkan kan mengakibatkan atas minat dan ke mauan masyarakat untuk menabung dan bertransaksi di bank. (Affandi, 2014).

Informan lain juga berpendapat ia menegaskan bahwa "minat saya belum ada untuk menjadi nasabah dari perbankan syariah ini karena saya juga telah menabung dan sudah mempunyai rekening dari bank konvensional, saya lebih senang menabung di bank konvensional dari pada bank syariah karna bank konvensional tempat dan keberadaannya mudah di jangkau dan unit unit dari bank konvensional banyak terdapat di kampung kampung kecil "karena keberadaan bank syariah belum meluas dan bank syariah hanya ada di pusat kota dan keramaian dan unit unit dari bank syariah ini tidak ada di kampung kampung kecil, hal ini juga mengakibatkan kurangnya minat masyarakat terhadap perbankan syariah ini. (Azhari & Wahyudi, 2020)

Informan peneliti dengan inisial SP juga berkomentar tentang bank syariah ini bertransaksi di bank syariah merupakan transaksi yang ribet, proses dari bank syariah ini juga lama sehingga malas untuk memenuhi kebutuhan persyaratan tersebut" karena proses dan persyaratan yang lama dari bank syariah adalah merupakan salah satu faktor kurangnya minat masyarakat terhadap perbankan syariah. (Satria & Setiani, 2018)

Indonesia menjadi negara dengan jumlah Penduduk yang banyak beragama islam di dunia, hal ini akan memungkinkan banyaknya masyarakat yang akan menggunakan bank syariah di bandingkan bank konvensional, di pengaruhi karna sistim

bank syariah sesuai dengan syariat Islam, tetapi mengapa belum banyak masyarakat muslim yang bertransaksi menggunakan perbankan syariah ini. Dari hasil wawancara dengan masyarakat terdekat ,menurut seorang bapak yang berinisial IJ berpendapat bahwa "bukannya saya tidak mau bertransaksi menggunakan bank syariah tetapi saya belum percaya sepenuhnya dengan kesyariahan bank syariah" kebanyakan masyarakat belum percaya akan kesyariahan bank syariah adalah merupakan salah satu kurangnya minat masyarakat terhadap bank syariah ini.

Bapak yang berinisial TP juga berkomentar bahwa" adanya tuntutan kewajiban dari tempat bekerja untuk menggunakan bank konvensional "karna kebanyakan fasilitas terkait kepentingan bisnis yang tidak dapat terpenuhi oleh bank syariah dan menjadikan hal tersebut menjadi suatu hal untuk tidak bertransaksi di bank syariah. Dalam bertransaksi di bank syariah lokasi juga berpengaruh terhadap minat masyarakat

Lokasi merupakan suatu pemilihan tempat dan tempat perusahaan akan di dirikan dan bermarkas,dalam beroperasional, dalam hal penentuan lokasi kegiatan ini berkaitan erat dengan semua keputusan dari lembaga perbankan, dalam hal operasional dan dimana kariawan yang akan di tempatkan, yang yang paling di utaman di lokasi ini yaitu bagaimana suatu interaksi yang terlibat atau dengan kata lain dimana perbankan ini bisa banyak di jumpai oleh masyarakat atau nasabah yang ingin bertransaksi.

Hubungan lokasi terhadap keputusan yaitu suatu lokasi apakah berpengaruh terhadap terhadap suatu pemasaran dalam hal

pembelian bahwasannya jika suatu lokasi strategis maka suatu lembaga akan berkembang di bandingkan dengan lembaga yang letak lokasinya kurang strategis meskipun kedua lembaga tersebut merupakan lembaga perbankan. Karena hal ini ada beberapa hal interaksi yang dipengaruhi oleh lokasi yaitu: ketika konsumen datang untuk membeli suatu jasa lokasi berperan penting yaitu harus strategis dan yang juga perlu diperhatikan yaitu dalam menyampaikan kegunaan dan fungsi jasa tersebut harus jelas dan hal ini juga berdampak kepada minat dan kemauan agar mau berlangganan di lembaga kita.

Berdasarkan sosialisasi yang dilakukan oleh perbankan syariah kepada masyarakat maka beberapa respon masyarakat terhadap organisasi tersebut dikelompokkan menjadi dua yakni berminat dan tidak berminat. Mereka yang berminat menyatakan bahwa sosialisasi tersebut memberikan pemahaman kepada masyarakat tentang prinsip perbankan syariah, Produk-produk perbankan syariah, Dan dampak penggunaan produk jasa perbankan syariah terhadap kehidupan beragama Islam seseorang. Sedangkan mereka yang tidak berminat memiliki beberapa alasan namun alasan utama mereka untuk tidak tertarik atau berminat pada perbankan syariah dikarenakan masyarakat sudah terlanjur untuk memiliki tabungan pada bank konvensional. Namun temuan penelitian juga menunjukkan sebahagian kecil masyarakat mengaku tidak tertarik dengan perbankan syariah dikarenakan pemahaman mereka tentang perbankan syariah dengan konvensional sama

saja Artinya mereka menganggap tidak ada perbedaan yang signifikan antara keduanya.

SIMPULAN

Berdasarkan penjelasan di atas maka dapat diambil simpulan bahwa terdapat beberapa minat masyarakat untuk memilih bank syariah, antara lain: (1) tidak ada biaya bulanan admidntrasi seperti di bank konvensional, (2) tejahui dari perbuatan Riba karena di bank syariah memakai system Bagi hasil layaknya seperti perdagangan umum, (3) biaya transaksi yang murah, (4) Mendapat keuntungan dari system bagi hasil yang dilakukan bank Syariah, (5) tertarik pada produk bank syariah seperti tabungan haji, umroh, kurban, dan wakaf. Kemudian respon masyarakat terhadap sosialisasi yang dilakukan oleh bank syariah belum masih kurang tertarik, hal itu dikarenakan kurang optimalnya sosialisasi yang dilakukan oleh piak ban syariah, hal itu terbukti dari banyaknya masyarakat yang tidak memahami produk-produk yang ditawarkan oleh bank syariah.

DAFTAR

- Abhimantra, A., Maulina, A. R., & Agustianingsih, E. (2013). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Nasabah (Mahasiswa) dalam Memilih Menabung pada Bank Syariah. *Prosiding Pesat*, 5, 35-47 <http://www.ejournal.gunadarma.ac.id/index.php/pesat/article/download/1179/1040>.
- Adawiyah, W. R. (2015). Pertimbangan, Pengetahuan, dan Sikap Konsumen Individu Terhadap Bank Syariah. *Jurnal Ekonomi Pembangunan: Kajian Masalah Ekonomi dan Pembangunan*, 11(2), 191–201.

- <https://doi.org/10.23917/jep.v11i2.324>.
- Affandi, A. (2014). Makna Pembiayaan Salam Perspektif Perbankan Syariah dan Petani di Probolinggo. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*, 2(2). <https://jimfeb.ub.ac.id/index.php/jimfeb/article/view/1027>.
- Afnita, N., Wandu, J. I., & Melati, M. (2021). Kompetensi Pedagogik Tenaga Pendidik dalam Menggunakan Metode Pembelajaran pada Bidang Studi SKI di MTs.N 5 Padang Pariaman. *Ikhtisar*, 1(2), 128–138. <http://ojs.iaisumbar.ac.id/index.php/ikhtisar/article/download/28/47>.
- Alinda, R. P. N., & Riduwan, A. (2016). Pengaruh Tingkat Suku Bunga Bank dan Nisbah Bagi Hasil pada Deposito Mudharabah. *Jurnal Ilmu dan Riset Akuntansi (JIRA)*, 5(1), 35-48. <http://jurnalmahasiswa.stiesia.ac.id/index.php/jira/article/view/1475>.
- Andriani, A. (2015). *Pengaruh Persepsi dan Religiusitas Santri Terhadap Minat Menabung di Perbankan Syariah (Studi Kasus di Pondok Pesantren Al-Falah Mojo Kediri)*. UIN Satu Tulungagung. <http://repo.iain-tulungagung.ac.id/2055/>.
- Azhari, A. R., & Wahyudi, R. (2020). Analisis Kinerja Perbankan Syariah di Indonesia: Studi Masa Pandemi Covid-19. *JESI (Jurnal Ekonomi Syariah Indonesia)*, 10(2), 96–102. [http://dx.doi.org/10.21927/jesi.2020.10\(2\).96-102](http://dx.doi.org/10.21927/jesi.2020.10(2).96-102).
- Aziz, N., & Hendrasto, V. S. (2020). Pengaruh Kualitas Layanan, Kepercayaan dan Promosi Terhadap Minat Nasabah Menabung pada Bank Syariah Cabang Ulak Karang Kota Padang. *Jurnal Pundi*, 3(3), 227–234. <https://doi.org/10.31575/jp.v3i3.183>.
- Dayyan, M., Fahriansah, F., & Juprianto, J. (2019). Analisis Minat Masyarakat Muslim Menjadi Nasabah Bank Syariah (Studi Kasus Di Gampong Pondok Kemuning). *JIM: Jurnal Ilmiah Mahasiswa*, 1(2), 1–19. <https://doi.org/10.32505/jim.v1i2.456>.
- Desiana, D. S., & Putri, N. K. (2018). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Untuk Menggunakan Jasa Perbankan Syariah di Kota Tasikmalaya. *Akuntabilitas: Jurnal Ilmu Akuntansi*, 11(1), 37-49. <https://journal.uinjkt.ac.id/index.php/akuntabilitas/article/download/SuppFile/8135/1003>.
- Haida, N., Pratama, G., Sukarnoto, T., & Widiawati, W. (2021). Pengaruh Pemahaman Masyarakat tentang Riba terhadap Minat Bertransaksi di Bank Syariah. *Ecobankers: Journal of Economy and Banking*, 2(2), 131–139. <https://journal.bungabangsacirebon.ac.id/index.php/EcoBankers/article/view/144>.
- Halnira, A., & Susianto, S. (2020). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kurangnya Minat Masyarakat Kecamatan Medan Belawan Menabung pada Bank Syariah (Studi Kasus di Belawan II). *Jurnal Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis*, 1(1), 511–522. <http://e-journal.potensi-utama.ac.id/ojs/index.php/FEB/article/view/784>.
- Hapsari, F. T., & Beik, I. S. (2014). Analisis Faktor-Faktor yang Memengaruhi Nasabah Non-Muslim dalam Menggunakan Jasa Bank Syariah di DKI Jakarta. *Al-Muzara'ah*, 2(1), 75–94. <https://doi.org/10.29244/jam.2.1.75-94>.
- Kalsum, U. (2014). Riba dan Bunga Bank dalam Islam (Analisis Hukum dan Dampaknya Terhadap Perekonomian Umat). *Al-Adl*, 7(2), 83–97. <https://ejournal.iainkendari.ac.id/al-adl/article/view/220/210>.
- Mukhlis, I. (2012). Kinerja Keuangan Bank dan Stabilitas Makroekonomi Terhadap Profitabilitas Bank Syariah di Indonesia.

- Jurnal Keuangan dan Perbankan*, 16(2).
<https://doi.org/10.26905/jkdp.v16i2.1068>
- Mustapa, M., Yanti, N., Zaki, F., & Syamsurizal, S. (2021). Analisis Pengelolaan Dana BOS Sebelum dan Selama Pandemi Covid-19 di SMA Negeri 2 Sungai Limau. *Ikhtisar*, 1(2), 109–119. <https://doi.org/10.55062/IJPI.2021.v1i2.23>.
- Ortega, D., & Alhifni, A. (2017). Pengaruh Media Promosi Perbankan Syariah Terhadap Minat Menabung Masyarakat di Bank Syariah. *Equilibrium*, 5(01), 87–98. <http://dx.doi.org/10.21043/equilibrium.v5i1.2468>.
- Pakpahan, D. R. (2017). Pengaruh Pengetahuan dan Sikap terhadap Perilaku Masyarakat pada Bank Syariah di Wilayah Kelurahan Sei Sikambing D. *At-Tawassuth: Jurnal Ekonomi Islam*, 2(2), 345–367. <http://dx.doi.org/10.30821/ajei.v2i2.1226>.
- Putri, E., & Dharma, A. B. (2016). Analisis Perbedaan Kinerja Keuangan Antara Bank Konvensional dengan Bank Syariah. *Riset Akuntansi dan Keuangan Indonesia*, 1(2), 98–107. <https://doi.org/10.23917/reaksi.v1i2.2734>.
- Rahmawati, Y., Salim, M. A., & Priyono, A. A. (2021). Analisis Komparatif Kinerja Keuangan Bank Syariah Sebelum dan Saat Pandemi Covid-19 (Studi pada Bank Syariah yang Terdaftar di OJK). *Jurnal Ilmiah Riset Manajemen*, 10(10). <http://repository.unisma.ac.id/handle/123456789/2657>.
- Risal, T., & Alexander, A. (2019). Pengaruh Persepsi Bagi Hasil, Promosi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Penggunaan Jasa Perbankan Syariah Tabungan Mudharabah pada Mahasiswa Universitas Potensi Utama. *Jurnal Samudra Ekonomika*, 3(2), 118–130. <https://doi.org/10.0123/jse.v3i2.1886>.
- Rusdianto, H., & Ibrahim, C. (2016). Pengaruh Produk Bank Syariah Terhadap Minat Menabung dengan Persepsi Masyarakat Sebagai Variabel Moderating di Pati. *Equilibrium: Jurnal Ekonomi Syariah*, 4(1), 43–61. <http://dx.doi.org/10.21043/equilibrium.v4i1.1837>.
- Rusydiana, A. S. (2016a). Analisis Masalah Pengembangan Perbankan Syariah di Indonesia: Aplikasi Metode Analytic Network Process. *Esensi: Jurnal Bisnis dan Manajemen*, 6(2), 237–246. <https://core.ac.uk/download/pdf/326001208.pdf>.
- Rusydiana, A. S. (2016b). Analisis Problem Pengembangan Perbankan Syariah di Indonesia: Aplikasi Metode Analytic Network Process. *Esensi*, 6(2), 237–246. <https://doi.org/10.15408/ess.v6i2.3573>
- Satria, M. R., & Setiani, T. (2018). Analisis Perbandingan Pemberian Kredit Pemilikan Rumah (KPR) pada Bank Konvensional dengan Pembiayaan Murabahah (KPR) Pada Bank Syariah (Studi Kasus Pada Bank BJB dengan Bank BJB Syariah). *Amwaluna: Jurnal Ekonomi dan Keuangan Syariah*, 2(1), 105–118. <https://doi.org/10.29313/amwaluna.v2i1.2880>.
- Sulistiyono, M. A. (2016). *Pengaruh Pengetahuan, Religiusitas, Promosi dan Tingkat Pendapatan Konsumen Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Bank Syariah (Studi Pada PT. Bank Negara Indonesia Syariah Kantor Kas FE Condong Catur Yogyakarta)*. UII. <https://dspace.uui.ac.id/handle/123456789/2545>.
- Syamsurizal, S., A, A. R., Marseli, A., & Suwarni, D. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Religiusitas Terhadap Masyarakat dalam Bertransaksi dengan Bank Syariah Mandiri Pariaman. *Ikhtisar: Jurnal Pengetahuan Islam*, 1(1), 25. <https://doi.org/10.55062/IJPI.2021.v1i1.3>

- Tripuspitorini, F. A. (2020). Pengaruh Religiusitas Terhadap Minat Mahasiswa Politeknik Negeri Bandung untuk Menabung di Bank Syariah. *Jurnal Masharif Al-Syariah: Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah*, 4(2). <http://dx.doi.org/10.30651/jms.v4i2.2636>.
- Umardani, D., & Muchlish, A. (2016). Analisis Perbandingan Kinerja Keuangan Bank Syariah dan Bank Konvensional di Indonesia. *Jurnal Manajemen dan Pemasaran Jasa*, 9(1), 129–156. <https://e-journal.trisakti.ac.id/index.php/jasa/article/download/1438/1681>.
- Yolanda, T. (2020). Analisis Promosi Terhadap Dana Pihak Ketiga di Perbankan Syariah. *Tamwil*, 6(2), 143–152. <http://dx.doi.org/10.31958/jtm.v6i2.2668>