

ANALISIS MINAT MASYARAKAT MUSLIM TERHADAP PERBANKAN SYARIAH DI SURABAYA

Candra Nola Mardita¹; Sugeng Hariadi²; Mintarti Ariani³

Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Surabaya^{1,2,3}

Email : s130120031@student.ubaya.ac.id¹; ssihar@gmail.com²;

mintarti@staff.ubaya.ac.id³

ABSTRAK

Penelitian ini menganalisis tentang minat masyarakat muslim terhadap perbankan Islam di Surabaya. Metode kualitatif triangulasi dilakukan secara purposive sampling melalui wawancara mendalam secara langsung kepada masyarakat di Surabaya, Indonesia. Jumlah responden sebanyak 8 orang yaitu, 2 pegawai dari bank syariah, 3 orang pengguna bank syariah, 3 orang pengguna bank konvensional. Hasil penelitian didapatkan beberapa alasan nasabah seperti, pertama alasan masyarakat muslim dalam menggunakan layanan dari bank syariah dari sudut pandang pegawai, produk bank syariah halal, tidak riba dan memiliki banyak promo. Selain itu pegawai bank syariah juga meenjelaskan tidak banyak kantor atau ATM yang tersedia, karena bank syariah melindungi dari transaksi-transaksi yang tidak halal. Kedua, alasan masyarakat muslim dalam menggunakan layanan dari bank syariah dari sudut pandang nasabah bank syariah, karena menjauhi riba. Selain itu bank syariah bebas biaya administrasi, menurut kedua responden tersebut dengan tidak adanya biaya administrasi disebut sangat menguntungkan nasabah karena tidak ada pengurangan saldo di ATM nasabah. Ketiga, alasan masyarakat muslim tidak menggunakan layanan bank syariah dari sudut pandang nasabah bank konvensional, masih banyaknya kantor dan mesin ATM bank konvensional. Keempat, alasan masyarakat muslim menggunakan bank syariah menurut teori faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian (*Zeithaml dan Bitner*) dianalisis dengan menggunakan empat indikator yaitu, *product, process, price, promotion* menunjukkan hasil positif terutama untuk faktor produk. Faktor produk menjadi faktor dominan yang memengaruhi keputusan masyarakat muslim menggunakan layanan bank syariah karena nasabah dapat banyak manfaat dari penggunaan bank syariah.

Kata kunci: minat; muslim; nasabah; perbankan syariah

ABSTRACT

This research analyzes the interest of the Muslim community in Islamic banking in Surabaya. A qualitative triangulation method was employed using purposive sampling through in-depth interviews conducted directly with residents in Surabaya, Indonesia. There were a total of 8 respondents, including 2 employees from Islamic banks, 3 users of Islamic banks, and 3 users of conventional banks. The research findings revealed several reasons for customers' preferences. Firstly, from the perspective of the Islamic bank employees, Muslim customers use Islamic bank services because the products offered are halal, interest-free (no riba), and come with various promotions. Additionally, Islamic bank employees explained that there are fewer branches and ATMs available, as Islamic banks avoid facilitating non-halal transactions. Secondly, Muslim customers prefer Islamic banks because they want to distance themselves from riba. Furthermore, Islamic banks offer fee-free administrative

services, which both respondents found highly advantageous as it does not deplete their account balances through administrative fees. Thirdly, the reason some Muslim customers do not use Islamic banks, as seen from the perspective of conventional bank users, is the abundance of conventional bank branches and ATMs. Fourthly, the study analyzed the factors influencing Muslim customers' decision-making, based on Zeithaml and Bitner's theory of purchase decision factors. Four indicators, namely product, process, price, and promotion, showed positive results, with the product factor being the dominant one. The product factor has a significant influence on Muslim customers' decisions to use Islamic bank services because they derive numerous benefits from using Islamic banks.

Keywords : interest; Muslim; customers; Islamic banking

PENDAHULUAN

Perkembangan perbankan syariah di Indonesia sangat pesat sehingga menjadi alternatif bagi masyarakat dalam menggunakan jasa perbankan (Apriyanti, 2017). Perbankan syariah lahir menjadi solusi alternatif bagi persoalan dan pertentangan mengenai bunga bank dan riba. Lahirnya Bank Syariah di Indonesia pada tahun 90an setelah ada peraturan pemerintah Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 21 Tahun 2008 Tentang Perbankan Syariah, 2008 No.72 tahun 1992, yang direvisi dengan UU No.10 tahun 1988. Hukum dari bank syariah sudah diatur pada Undang-Undang No. 7 Tahun 1992 mengenai Perbankan. Dengan landasan hukum Undang-Undang No. 10 Tahun 1998, dan UU No. 21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah. Undang-Undang tersebut menjadi dasar hukum yang mengatur berjalannya dari perbankan syariah, bank syariah juga bergantung pada peraturan yang telah dikeluarkan oleh Bank Indonesia (BI) atau Otoritas Jasa dan keuangan (OJK). Terdapat dua sistem operasi perbankan di Indonesia yaitu perbankan konvensional dan perbankan syariah (Novitasari, 2020). Perbedaan dari keduanya adalah perbankan syariah beroperasi berdasarkan prinsip-prinsip syariah atau bagi hasil (nisbah), sedangkan perbankan konvensional beroperasi dengan suku bunga atau perjanjian umum berdasarkan aturan nasional.

Indonesia memiliki penduduk yang mayoritas beragama Islam sehingga potensi pasar untuk perbankan syariah adalah sangat besar. Kota Surabaya merupakan kota terbesar di Jawa Timur dengan jumlah penduduk mencapai 3,159,481 jiwa pada 2019, serta luas wilayah mencapai ±335,28 km². Sebagai kota terbesar kedua setelah Jakarta, Surabaya dijuluki sebagai kota metropolitan, kota industri, dan kota pahlawan (Wibisono dkk, 2020). Lampiran pada tabel 1 menunjukkan bahwa agama yang dianut oleh penduduk Surabaya adalah beragam dan mayoritas beragama Islam.

Masjid nasional Al-Akbar Surabaya juga menjadi masjid terbesar kedua setelah Masjid Istiqlal Jakarta. Tidak hanya itu, terdapat wisata religi yaitu tempat ziarah di kompleks makam dan Masjid Sunan Ampel yang telah berusia ratusan tahun serta memiliki ciri khas gaya arsitektur perpaduan antara Jawa dan Arab Zawawi (2023). Di kawasan religi Sunan Ampel tidak hanya untuk orang yang akan berziarah saja namun banyak pedagang-pedagang yang menjual kebutuhan untuk orang yang telah pergi haji atau umroh seperti buah kurma, sajadah, peci, kerudung, dan lain-lain.

Jumlah penduduk muslim di Surabaya dapat menjadikan pemicu untuk perkembangan perbankan syariah. Akan tetapi jumlah bank syariah di Surabaya hanya ada yaitu Bank Syariah Indonesia (BSI), Bank Bukopin Syariah, Bank Mini Syariah UIN Sunan Ampel, Bank Mega Syariah, Bank Syariah Karya Mugi Sentosa, Bank Jatim Syariah, Bank Maybank Syariah, Bank Sinarmas Syariah, Bank Syariah Amanah Sejahtera, CIMB Syariah, BTN Syariah, BCA Syariah, Panin Dubai Syariah, Mandiri Syariah, serta Bank Aladin Syariah (OJK 2023). Hal ini jauh lebih sedikit dari jumlah bank konvensional di Surabaya. Oleh karena itu, penting untuk mengetahui faktor-faktor yang dapat mempengaruhi minat masyarakat Surabaya terhadap perbankan syariah.

Hal menarik ternyata terdapat fenomena masyarakat Surabaya yang mayoritas beragama Islam ternyata kurang dalam menggunakan jasa layanan dari bank syariah (Adi dan Aristyanto, 2022). Surabaya terdiri dari 31 kecamatan mengacu pada data BPS pada 2018. Kecamatan Rungkut adalah salah satu kecamatan di Surabaya, masyarakat di Kecamatan Rungkut masih banyak yang menjadi nasabah bank konvensional. Berdasarkan kuesioner yang disebar di Kecamatan Rungkut bahwa masyarakat di Kecamatan Rungkut pada table 2 paling banyak menggunakan jasa dan produk-produk dari bank konvensional.

Berdasarkan latar belakang, penelitian ini mengeksplorasi penyebab sedikitnya pengguna perbankan syariah di Surabaya. Penelitian ini diharapkan memberikan manfaat bagi pembaca agar mengenal mengenai perbankan syariah sebagai transaksi umat Islam yang ada di Kota Surabaya, selain itu menambah pengetahuan dan sumbangan pemikiran untuk penelitian selanjutnya.

TINJAUAN PUSTAKA DAN FOKUS STUDI

Bank Syariah

Bank syariah biasa diartikan sebagai bank Islam, karena beroperasi menggunakan prinsip atau syariat Islam (Wilardjo, 2005). Bank syariah adalah bentuk bank modern yang berlandaskan pada hukum Islam, yang dikembangkan pada abad pertengahan Islam yang menggunakan konsep bagi resiko dengan sistem utama dan menghapuskan sistem keuangan yang berlandaskan pada kepastian dan keuntungan yang sudah ditentukan sebelumnya (Sultoni dan Basuki, 2020). Di bank syariah tidak membatasi hanya nasabah yang beragama Islam saja yang dapat menjadi nasabah melainkan nasabah non muslim pun dapat menjadi nasabah dari bank syariah tersendiri. Penentuan harga dari produk-produk bank syariah berbeda dengan penentuan harga pada bank konvensional. Bank syariah yang beroperasi menggunakan prinsip syariah serta menerapkan perjanjiannya berdasarkan hukum Islam, antara bank dan pihak lainnya baik untuk keperluan menyimpan dana, pembiayaan, dan kegiatan lainnya.

Dalam hal menentukan harga atau mencari keuntungan pada bank syariah di lakukan dengan menerapkan pembiayaan yang berlandaskan bagi hasil (*mudharabah*), penyertaan modal (*musharakah*), jual beli barang dengan mendapatkan keuntungan (*murabahah*), atau dengan adanya pemindahtoran kepemilikan untuk barang yang disewa oleh pihak bank atau pihak lainnya (*ijarah wa'iqatina*). Sedangkan penentuan harga atau pelaksanaan kegiatan dari bank syariah menggunakan prinsip syariah dasar hukumnya adalah Al-Qur'an dan sunah rasul. Bank syariah mengharamkan produknya sehingga menggunakan bunga tertentu.

Bank Konvensional

Bank adalah lembaga keuangan yang kegiatan utamanya menghimpun dana dari masyarakat dan menyalurkannya untuk masyarakat hingga memberikan produk-produk lainnya (Kasmir 2012). Strategi bank dalam menghimpun dananya dengan memberi balas jasa yang menarik dan menguntungkan, balas jasa yang dimaksud ialah berupa bunga berdasarkan prinsip bank konvensional. Bank konvensional adalah bank yang beroperasi dengan sistem bunga yang sudah ditetapkan dengan hukum formil negara, berbeda dengan bank syariah yang beroperasi menggunakan prinsip syariat-syariat Islami dengan cara bagi hasil. Mayoritas bank di Indonesia adalah bank konvensional, bank konvensional beroperasi menggunakan 2 metode, pertama bank konvensional menetapkan bunga untuk harga jual seperti produk simpanan berupa giro, deposito maupun tabungan dan juga produk simpanannya atau kredit juga ditentukan oleh tingkat

suku bunga tertentu. Untuk jasa-jasa bank konvensional lainnya perbankan konvensional menerapkan biaya-biaya tertentu seperti biaya administrasi, biaya provisi, sewa, dan juga untuk biaya-biaya lainnya.

Minat

Minat adalah kecenderungan tingkah laku umum seseorang untuk tertarik kepada sekelompok hal tertentu (Munandir, 1996). Sedangkan menurut Schiefele (dalam Nurhasanah, Sobandi, 2016) mendefinisikan “minat adalah suatu rasa lebih suka, rasa ketertarikan, perhatian, fokus, ketekunan, usaha pengetahuan, keterampilan, motivasi, pengatur perilaku, dan hasil interaksi seseorang atau individu dengan konten atau kegiatan tertentu”. Sedangkan menurut Suyanto (Nugroho, 2019) juga mendefinisikan “minat sebagai suatu pemusatan perhatian yang tidak disengaja yang terlahir dengan penuh kemauan dan tergantung dari bakat dan lingkungan” . Dari pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa pengertian minat adalah suatu perasaan ketertarikan, rasa suka dan rasa keterikatan terhadap suatu hal atau aktivitas, kegiatan dengan penuh kemauan.

Faktor Yang Mempengaruhi Minat

Minat merupakan salah satu faktor yang dapat mempengaruhi usaha yang dilakukan seseorang. Minat yang kuat akan menimbulkan usaha serius dan tidak mudah putus asa dalam menghadapi tantangan. Seseorang dapat mempunyai minat yang kuat dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor sebagaimana yang dikemukakan oleh Crow and Crow (Maulida dkk, 2012) adalah sebagai berikut:

1. Faktor dari dalam

Rangsangan yang datang dari lingkungan atau ruang lingkup yang sesuai dengan keinginan atau kebutuhan seseorang akan mudah menimbulkan minat misal, cenderung terhadap belajar, dalam hal ini seseorang memiliki hasrat untuk ingin tahu terhadap suatu ilmu pengetahuan.

2. Faktor lingkungan sosial

Minat seseorang terhadap obyek atau sesuatu hal, disamping hal dipengaruhi oleh faktor dari dalam diri manusia juga dipengaruhi oleh motif sosial, misal seseorang berminat pada prestasi tinggi agar mendapat status sosial yang tinggi pula.

3. Faktor emosi

Faktor perasaan dan emosi ini mempunyai pengaruh terhadap obyek misal perjalanan sukses yang dipakai individu dalam suatu kegiatan tertentu dapat membangkitkan perasaan senang dan dapat menambah semangat dan kuatnya minat dalam kegiatan tersebut. Sebaliknya kegagalan yang dialami akan menyebabkan minat seseorang berkembang.

Nasabah

Nasabah sumber daya atau kekayaan utama organisasi karena tanpa klien organisasi bukanlah apa-apa. Bahkan ada istilah yang mengatakan "klien adalah yang terbaik" dan setiap persyaratan dan keinginan mereka harus dipenuhi, secara umum organisasi harus mengikuti kebutuhan dan keinginan klien mereka dengan asumsi mereka membutuhkan barang yang diusulkan agar terjual dengan baik (Kasmir, 2013).

Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian

Di dalam strategi bauran pemasaran terdapat 4P yaitu *product*, *promotion*, *price*, dan *place*, pada sebuah perusahaan tidak memahami hubungan dari timbal balik di antara aspek-aspek kata kunci yang ada di dalam jasa bisnis Deni Saputra, (2018). Keputusan pembelian adalah perilaku pembelian seseorang dalam menentukan suatu pilihan produk untuk mencapai kepuasan sesuai kebutuhan dan keinginan konsumen yang meliputi pengenalan masalah, pencarian informasi, evaluasi terhadap alternatif pembelian, keputusan pembelian, dan perilaku setelah pembelian (Andriyani, Y., & Zulkarnaen, W., 2017:87). Dengan adanya strategi bauran pemasaran atau marketing *mix* dengan menggunakan strategi yang terarah maka dapat membantu perusahaan dalam menjangkau pelanggan yang sesuai pada sasaran. Menurut Zeithaml dan Bitner (2003) unsur-unsur dari strategi bauran pemasaran adalah :

1. Produk (*Product*)

Jika konsumen ingin membeli produk yang berkualitas, bermerek, dan tahan lama mengenai hal ini para konsumen sudah mulai untuk menentukan suatu produk karena mereka tidak mau asal membeli produk, maka setiap dari perusahaan harus fokus terhadap pembuatan produk. Suatu produk dibuat untuk memenuhi kebutuhan hingga keinginan dari konsumen.

2. Harga (*Price*)

Harga merupakan peran utama yang dapat membangun hubungan antara konsumen dan perusahaan dan juga peran yang berpengaruh bagi keuntungan di perusahaan.

Harga adalah nominal yang dapat ditukarkan dengan produk-produk pada setiap transaksi pembelian. Harga juga memiliki peran yang sangat penting untuk menentukan keputusan konsumen dalam pembelian.

3. Tempat (*Place*)

Tempat merupakan lokasi untuk menentukan keberlangsungan penjualan pada suatu produk, sebelum menentukan tempat maka setiap perusahaan harus menganalisis lokasi agar dapat menentukan keberlangsungan pada penjualan atau penyaluran jasa.

4. Promosi (*Promotion*)

Promosi adalah suatu kegiatan yang mempengaruhi pada potongan harga pada suatu produk, dan juga menjadi suatu hal penting dalam melakukan penjualan agar mendapatkan konsumen. Dengan adanya promosi dapat memengaruhi pada penjualan atau pemasaran sebuah produk dan juga sebagai alat untuk pengenalan produk baru dari setiap perusahaan untuk konsumen bisa melakukan pembelian.

METODE PENELITIAN

Model penelitian ini adalah kualitatif deskriptif yang menghasilkan data dari hasil wawancara, berupa kata-kata, dokumentasi, bukan menjabarkan angka-angka. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif triangulasi. Menurut Sugiyono (2013) teknik triangulasi adalah pengumpulan data dengan cara yang berbeda-beda untuk mendapat data yang berbeda-beda sumbernya. Data dari penelitian ini diperoleh dari pihak-pihak yang bersangkutan dengan topik penelitian, di dalam penelitian mengumpulkan data dari berbagai narasumber. Menurut Sugiyono (2013) teknik dari triangulasi adalah pengumpulan data dari berbeda-beda sumbernya namun tetap dengan teknik yang sama

Teknik pengumpulan data yang digunakan untuk penelitian ini adalah wawancara. Sumber data yang diperoleh yaitu data primer, data primer diperoleh dari beberapa pihak seperti pegawai perbankan syariah, dan juga masyarakat di Kota Surabaya. Wawancara mendalam secara langsung serta menyebarkan kuesioner pada masyarakat di Kecamatan Rungkut menggunakan *purposive sampling*. Jumlah responden sebanyak 8 orang yaitu, 2 pegawai dari bank syariah, 3 orang pengguna bank syariah, 3 orang pengguna bank konvensional.

HASIL PENELITIAN DAN DISKUSI

Penelitian ini dilakukan sesuai dengan hasil wawancara mendalam atau secara langsung serta menyebarkan kuesioner pada masyarakat di Kecamatan Rungkut agar dapat memperoleh hasil sesuai yang diinginkan, teknik yang digunakan pada penelitian ini ada *purposive sampling*. Jumlah responden dari hasil wawancara sebanyak 8 orang yaitu, 2 pegawai dari bank syariah, 3 orang pengguna bank syariah, 3 orang pengguna bank konvensional.

Lampiran pada tabel 3 menjelaskan tentang karakteristik responden dari segi pegawai bank syariah di wilayah Surabaya. Responden dari bank syariah ini berasal dari Bank BSI KCP Surabaya MERR. Lampiran pada tabel 4 menjelaskan tentang karakteristik dari masing-masing responden dari segi pengguna bank syariah dan bank konvensional. Para responden yang menjadi sampel untuk penelitian ini berasal dari pengguna bank syariah yaitu Bank Mega Syariah, BTN Syariah, dan Bank BSI, sedangkan untuk responden pengguna bank konvensional yaitu Bank Mandiri, Bank BCA, dan Bank BRI.

Hasil wawancara yang diperoleh dari sudut pandang pegawai, nasabah bank syariah, dan nasabah bank konvensional akan dibandingkan sebagai teknik keabsahan agar memperoleh data-data yang valid. Perolehan informasi nasabah tidak hanya berda pada 1 tempat melainkan secara terpisah dengan waktu yang berbeda.

Analisis Triangulasi

Lampiran pada tabel 5 menjelaskan bahwa alasan pegawai muslim bank syariah di Surabaya memilih menjadi nasabah bank syariah. Wawancara yang telah dilakukan terhadap pegawai bank syariah digunakan untuk mengetahui apa saja faktor-faktor yang berkaitan dengan minat masyarakat muslim terhadap bank syariah.

Dari hasil wawancara yang telah dilakukan oleh peneliti dengan pegawai bank syariah di Surabaya memiliki jawaban yang sama yaitu kesamaan memilih menjadi nasabah bank syariah selain kewajiban dari pihak kantor para responden menyatakan bahwa bank syariah tidak riba. Dari responden 1 mengatakan berminat menggunakan produk bank syariah karena halal dan tidak riba, sedangkan responden 2 mengatakan berminat pada produk bank syariah karena terdapat banyak promosi seperti pada tanggal 10 Oktober 2023 Bank Syariah Indonesia mengadakan promosi *cashback* 50% untuk maksimal pembelian Rp. 50,000 menggunakan BSI *Mobile*, dan BSI *Card*. Responden

2 menyatakan bahwa adanya promo sangat membantu mengurangi total dari pengeluaran.

Pada saat sesi wawancara kedua responden mengatakan bahwa tidak banyaknya kantor atau Anjungan Tunai Mandiri (ATM) BSI yaitu karena bank BSI membentengi dengan cara menjauhi barang-barang yang tidak halal sehingga tidak semua tempat akan disetujui oleh bank BSI tersendiri terkait adanya mesin ATM, mesin Electronic Data Capture (EDC) pihak BSI tersendiri mencegah adanya gesek tunai (gestun). Tidak semua minimarket, hotel, cafe dan tempat-tempat lainnya yang mempunyai mesin ATM dan EDC bank BSI karena pihak BSI tidak mengetahui transaksi apa saja yang akan dilakukan oleh nasabahnya misalkan seperti adanya makanan dan minuman tidak halal, transaksi pada saat di hotel, gestun di setiap minimarket dan tempat-tempat lainnya. BSI sendiri berdiri sejak tahun 2021 hingga sekarang tahun 2023, menurut responden dengan sistem yang di terapkan pada bank BSI maka keberadaan mesin ATM dan mesin EDC tidak ada pada setiap daerah seperti yang telah di miliki oleh bank konvensional yaitu Bank BCA, Bank Mandiri, Bank BRI yang mendominasi adanya mesin EDC dan mesin ATM di setiap tempat seperti minimarket, *cafe*, hotel, dan lain-lainnya.

Lmpiran pada tabel 6 menunjukkan alasan dari masyarakat muslim yang menggunakan bank syariah di wilayah Surabaya. Semua alasan responden dalam memilih bank syariah ada pada tabel diatas, alasan yang paling mendominasi dalam menjadi nasabah bank syariah adalah untuk sistem akadnya jelas dan bebas biaya administrasi. Terdapat 2 responden yang menggunakan alasan menghindari riba yaitu responden 1 dan responden 3. Terdapat 2 responden yang mengatakan bahwa di bank syariah bebas biaya administrasi, menurut kedua responden dengan tidak adanya biaya administrasi sangat menguntungkan nasabahnya karena tidak ada pengurangan saldo pada ATM nasabah. Sehingga responden 2 dan 3 menyatakan bahwa pada bank syariah sistem akadnya tertulis dan jelas, sedangkan system bagi hasilnya menjanjikan serta jangka waktu sesuai keinginan dari nasabah, dan menurut responden sudah pasti halal, dengan begitu nasabah sudah dapat membangun kepercayaan kepada bank syariah. Pada sesi wawancara yang telah dilakukan kepada semua responden terdapat pernyataan jawaban dari responden sama, semua responden mengerti sistem operasional dari bank syariah tersendiri yaitu menjauhi riba dengan menggunakan prinsip berdasarkan hukum Islam dan Al-Qur'an.

Lampiran pada tabel 7 menjelaskan alasan dari masyarakat muslim yang tidak menggunakan bank syariah di wilayah Surabaya. Wawancara dilakukan dengan mencari kriteria responden yang rajin sholat berjamaah dan sering berpuasa. Alasan yang paling mendominasi adalah kurang mengenal bank syariah. Terdapat 2 responden (responden 1 dan responden 3) yang menyatakan bahwa mencari keberadaan bank dan mesin ATMnya susah dan jarang ditemui pada daerah-daerah tertentu. Responden 2 mengatakan selain belum mengerti sistem operasional dari bank syariah, juga kurangnya sosialisasi dari pihak bank syariah serta jarang mengetahui mengenai keberadaan kantor dan mesin ATM yang ada di wilayah Surabaya. Pada alasan dari pernyataan para responden di penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Dayyan dkk, (2017) yang menyatakan bahwa sebagian dari masyarakat gampong lebih memilih bank konvensional bukan bank syariah dengan alasan syarat dari tempat kerja, dan belum adanya sosialisasi dari bank syariah. Dan penelitian yang telah dilakukan oleh Nadia dkk, (2019) yang mendapatkan hasil bahwa di Aceh ternyata bank syariah kurang melakukan sosialisasi kepada masyarakat sehingga pertumbuhan perbankan di Indonesia mengalami hambatan. Yang membedakan dari penelitian ini yaitu masyarakat di Surabaya menyatakan bahwa sedikitnya keberadaan dari bank syariah dan mesin ATM hingga mesin EDC nya.

Saat sesi wawancara para responden dibantu oleh penulis memberikan informasi tentang keberadaan bank syariah di Surabaya, dan sistem operasional dari bank syariah tersendiri dengan prinsip bagi hasil yang berbeda dengan sistem operasional bank konvensional. Bank konvensional menggunakan prinsip bunga. Para responden mengatakan letak dari bank syariah jauh dari tempat tinggal responden. Para responden juga mengatakan bahwa berbeda dengan bank konvensional yang memiliki banyak kantor dan mesin ATM. Setelah mengetahui informasi keberadaan bank syariah maka para responden mengetahui mengenai sistem bagi hasil, kondisi tersebut menyebabkan nasabah akan melakukan literasi mengenai bank syariah dengan cara membaca dan mencari informasi tentang bank syariah dan akan menjadi nasabah dari bank syariah.

Pada lampiran tabel 8 menjelaskan mengenai alasan dari masyarakat muslim yang menggunakan bank syariah menurut teori faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian menurut Zeithaml dan Bitner (2003). Menurut hasil dari wawancara yang

telah dilakukan yaitu terdapat 4 faktor yang dapat mempengaruhi keputusan nasabah dalam pembelian dari 7 faktor yang terpilih yaitu:

1. *Product*

2. *Process*

3. *Price*

4. *Promotion*

Berdasarkan 4 faktor yang terpilih terdapat 1 faktor yang mendominasi yaitu *product*, sedangkan untuk 3 faktor lainnya yaitu *proses*, *promotion*, dan *price* hanya ada 1 responden yang memilih.

Responden 1 dari pegawai bank dan responden 3 yang memilih faktor *product* dengan alasan produk yang telah ditawarkan oleh bank syariah sangat menguntungkan dan dapat memudahkan nasabah. Keuntungan yang sudah didapatkan oleh kedua informan adalah, keuntungan bagi hasil yang sangat menjanjikan. *Proses* merupakan faktor yang terpilih pada penelitian ini, menurut responden 2 alasan memilih proses karena sistem akadnya jelas dan tertulis, untuk prosesnya juga mudah menurut nasabah yang mengambil cicilan KPR. *Price* yang dipilih oleh responden 1 karena alasan tidak terdapat potongan saldo pada setiap bulannya sehingga nasabah tidak perlu takut kalau nominal saldo akan berkurang. *Promotion* dipilih oleh responden 2 dari sisi pegawai bank karena promosi dapat membantu menghemat pengeluaran nasabah dengan adanya potongan pada saat berbelanja atau pada saat ada promo di restoran. Pada penelitian ini sejalan dengan penelitian Pradipta, (2017) yang menyatakan terkait teori faktor-faktor yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian yang memperoleh hasil bahwa pada penelitiannya terdapat 2 faktor yang mendominasi yaitu faktor *product* dan *promotion*. Namun yang membuat pembeda dari penelitian ini adalah hasil dari penelitian yang diperoleh terkait faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian adalah faktor *product* di penelitian ini responden mendominasi pada faktor produk karena menurut responden produk yang ditawarkan oleh bank syariah dianggap sangat menguntungkan dan memudahkan para nasabahnya.

KESIMPULAN

Alasan masyarakat muslim dalam menggunakan layanan dari bank syariah dari sudut pandang pegawai, karena tidak banyak kantor atau ATM BSI. Hal ini disebabkan Bank BSI membentengi dengan cara menjauhi barang-barang yang tidak halal, jadi

tidak semua tempat akan disetujui oleh bank BSI terkait keberadaannya mesin ATM, dan mesin EDC, sedangkan dengan jarang adanya keberadaan mesin EDC adalah untuk mencegah gesek tunai (gestun). Tidak semua minimarket, hotel, *cafe* dan tempat-tempat lainnya yang mempunyai mesin ATM dan EDC Bank BSI karena pihak BSI tidak mengetahui transaksi apa saja yang akan dilakukan oleh nasabahnya.

Alasan masyarakat muslim menggunakan layanan dari bank syariah dari sudut pandang nasabah bank syariah, menunjukkan hasil wawancara pada 3 responden bahwa sistem operasional dari bank syariah menjauhi riba yang berprinsip berdasarkan hukum Islam dan Al-Qur'an, selain itu bank syariah bebas biaya administrasi, menurut dua responden tersebut dengan tidak adanya biaya administrasi sangat menguntungkan nasabahnya karena tidak ada pengurangan saldo pada ATM nasabah.

Alasan masyarakat muslim tidak menggunakan layanan dari bank syariah dari sudut pandang nasabah bank konvensional, menunjukkan bahwa berbeda dengan bank konvensional yang memiliki banyak kantor dan mesin ATM seperti bank konvensional.

Alasan masyarakat muslim menggunakan bank syariah menurut teori faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian (*Zeithaml dan Bitner*) dengan di analisis menggunakan 4 indikator yaitu, *Product, Process, Price, dan Promotion* menunjukkan hasil positif yaitu nasabah dapat banyak manfaat dari penggunaan bank syariah.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis menyadari dalam penulisan karya tulis ilmiah ini masih terdapat kekurangan, untuk itu diharapkan kritik dan saran yang membangun untuk dapat menyempurnakan karya tulis ilmiah ini. Akhir kata, penulis mengucapkan terima kasih dan semoga karya tulis ilmiah ini dapat bermanfaat bagi semua pihak masyarakat, instansi, dan pembaca.

DAFTAR PUSTAKA

- Adi, AS dan Aristyanto. 2022. Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Menjadi Nasabah pada Bank Syariah di Surabaya. *Jurnal Masharif al-Syariah: Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah. Volume 7, No. 2, 2022*(920-933). DOI: <http://dx.doi.org/10.30651/jms.v7i2.15955>.
- Andriyani, Y., & Zulkarnaen, W. (2017). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Toyota Yaris Di Wijaya Toyota Dago Bandung. *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi), 1*(2), 80-103. <https://doi.org/10.31955/mea.vol1.iss2.pp80-103>.
- Apriyanti, Hani Werdi. 2017. Perkembangan Industri Perbankan Syariah di Indonesia: Analisis Peluang Dan Tantangan, *Maksimum, Vol. 1, No.1*, September.
- Dayyan, M., & Fahriansah, J. (2017). Analisis Minat Masyarakat Muslim Menjadi Nasabah Bank Syariah (Studi Kasus di Gampong Pondok Kemuning). *Jurnal*

- Ilmiah Mahasiswa (JIM), 1(1), 1–19.*
<https://journal.iainlangsa.ac.id/index.php/jim/article/view/456%0A>
- Deni Saputra. (2018). Pengaruh Bauran Pemasaran 4P (Produk, Price, Place, dan Promotion) Terhadap Keputusan Pelanggan Dalam Menggunakan Aplikasi Transportasi Online.
- Kasmir. (2013). *Kewirausahaan*. Rajawali Pers.
- Megasyariah.co.id. (2023). 6 Perbedaan Bank Syariah dan Bank Konvensional. [https://www.megasyariah.co.id/id/artikel/edukasi-tips/simpanan/perbedaan-bank-syariah-dan-bank-konvensional#:~:text=Prinsip perbankan konvensional mengacu pada, Majelis Ulama Indonesia](https://www.megasyariah.co.id/id/artikel/edukasi-tips/simpanan/perbedaan-bank-syariah-dan-bank-konvensional#:~:text=Prinsip%20perbankan%20konvensional%20mengacu%20pada,Majelis%20Ulama%20Indonesia)
- Munandir. 1996. *Program Bimbingan Karir di Sekolah*. Jakarta: Depdikbud.
- Nadia, S., Ibrahim, A., & Jalilah, J. (2019). Analisis Hambatan Pertumbuhan Perbankan Syariah Di Indonesia (Kajian Terhadap Perbankan Syariah Di Aceh). *JIHBIZ : Global Journal of Islamic Banking and Finance*, 1(2), 153. <https://doi.org/10.22373/jihbiz.v1i2.8575>
- Novitasari, Angelica. 2020. Sistem Bank Syariah dan Konvensional: Hanya Berbeda Istilah? Shariah Economics Forum, UGM, June 30.
- Nurhasanah, S & Sobandi, A. (2016). Minat Belajar Sebagai Determinan Hasil Belajar Siswa (Learning Interest as Determinant Student Learning Outcomes). *Jurnal Manajemen Pendidikan Perkantoran*, 3.
- Pradipta, A. (2017). Analisis Perilaku Nasab Nonmuslim dalam Memilih Simpanan di Perbankan Syariah.
- Sugiyono. (2013). *Statistika Untuk Penelitian*. Alfabeta.
- Sultoni, Hasan dan Basuki, Ahmad. 2020. Bank Syariah di Dunia Internasional. *Jurnal Eksyar (Jurnal Ekonomi Syariah)*. Vol 7(2) Desember: 35-51.
- Surabayakota.bps.go.id. (2019). Banyaknya Pemeluk Agama Menurut Jenisnya (Jiwa), 2017-2019. <https://surabayakota.bps.go.id/indicator/108/129/1/banyaknya>
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 21 Tahun 2008 Tentang Perbankan Syariah, 1998 282 (2008).
- Wibisono, AB, AF Ramdhani, M Baliya BM, OQ Saraswati, N Sisca, Robby. 2020. Strategi Branding Kota Surabaya sebagai Kota Sejarah, Budaya, dan Perdagangan, *NARADA, Jurnal Desain & Seni*, FDSK - UMB. DOI: 10.2241/narada.2020.v7.i3.005.
- Wilardjo, Setia Budhi. 2005. Pengertian, Peranan dan Perkembangan Bank Syari'ah di Indonesia, *Value Added*. Vol 2(1).
- Zawawi, Zawawi. 2022. Wisata Religi Sunan Ampel setelah Pandemi. *Jurnal Ilmu Ekonomi Pembangunan*. Vol. 18 (2). ISSN 2086-756.

GAMBAR, GRAFIK DAN TABEL

Tabel 1. Jumlah Penduduk Surabaya Berdasarkan Agama

| Data Agama Di Surabaya | Jumlah |
|------------------------|-----------|
| Islam | 2,701,588 |
| Kristen | 280,862 |
| Katolik | 123,399 |

| | |
|-----------|--------|
| Buddha | 44,792 |
| Hindu | 7,999 |
| Khonghucu | 608 |
| Lainnya | 233 |

Sumber : BPS Kota Surabaya 2019

Tabel 2. Data Pengguna Bank di Surabaya

| No. | Keterangan | Jumlah |
|-----|---|----------|
| 1. | Pengguna Bank Konvensional | 19 Orang |
| 2. | Pengguna Bank Syariah | 1 Orang |
| 3. | Pengguna Bank Konvensional dan Bank Syariah | 12 Orang |

Sumber : Hasil penelitian diolah oleh penulis 2023

Tabel 3. Karakteristik Responden Pegawai Bank

| No. | Nama | Umur | Pegawai Bank | Tanggal Wawancara |
|-----|--------------|------|------------------------|-------------------|
| 1. | Riska | 34 | Bank Syariah Indonesia | 24 Oktober 2023 |
| 2. | Imam Junaedi | 36 | Bank Syariah Indonesia | 22 Oktober 2023 |

Sumber : Hasil penelitian diolah oleh penulis 2023

Tabel 4. Karakteristik Responden Bank Syariah & Bank Konvensional

| No. | Nama | Umur | Nama bank | Jenis produk yang digunakan | Tanggal wawancara |
|-----|------------------------|------|------------------------------|-----------------------------|-------------------|
| 1. | Rengga Agus Dwiyanto | 40 | Bank Mega Syariah | Tabungan Haji | 12 Oktober 2023 |
| 2. | Linggar Septi Pradipta | 34 | BTN Syariah | KPR | 14 Oktober 2023 |
| 3. | Sulasiyah | 44 | Bank Syariah Indonesia (BSI) | KUR & Cicilan Emas | 29 Oktober 2023 |
| 4. | Khanif Anfasyah | 25 | Bank Mandiri | Tabungan | 19 Oktober 2023 |
| 5. | Muhammad Agus Setiawan | 28 | Bank BCA | Tabungan | 19 Oktober 2023 |
| 6. | Siti Asiyah | 45 | Bank BRI | KUR | 23 Oktober 2023 |

Tabel 5. Alasan Masyarakat Muslim Dalam Menggunakan Layanan Dari Bank Syariah Dari Sudut Pandang Pegawai

| Responden | Alasan Pegawai Menggunakan Bank Syariah | Produk | Keterangan |
|-----------|---|--------|------------|
|-----------|---|--------|------------|

| | | | |
|-------------|---|----------|--|
| Responden 1 | produk yang ditawarkan halal tidak ada riba | Tabungan | Sistem akadnya jelas, beroperasi berdasarkan syariat-syariat islam. |
| Responden 2 | Bebas biaya admin, dan banyak promo | Tabungan | Menggunakan prinsip syariah akad mudharabah menggunakan sistem bagi hasil dan tidak riba, dengan adanya promosi dapat membantu nasabah dalam mengurangi jumlah total dari pengeluaran. |

Sumber : Hasil penelitian diolah oleh peneliti 2023

Tabel 6. Alasan Masyarakat Muslim Dalam Menggunakan Layanan Dari Bank Syariah Dari Sudut Pandang Nasabah Bank Syariah

| Responden | Alasan menggunakan bank syariah | Produk | Keterangan |
|-------------|---|--------------------|--|
| Responden 1 | Mempermudah tujuan untuk pergi haji, bebas biaya admin | Tabungan Haji | Menghindari riba, dan dapat mempermudah masyarakat untuk dapat pergi haji. |
| Responden 2 | Sistem akadnya jelas, tidak ada potongan admin setiap bulan | KPR | Mengenai sistem akad tertulis dan jelas, untuk bagi hasil sesuai jangka waktu yang diinginkan bunganya flat, sistem bagi hasil yang menjanjikan, lebih meringankan untuk produk cicilan KPR. |
| Responden 3 | Sistem akad jelas, menghindari riba, bebas admin | KUR & Cicilan emas | Sistem bagi hasil yang sangat menjanjikan, |

Sumber : Hasil penelitian diolah oleh peneliti 2023

Tabel 7. Alasan Masyarakat Muslim Tidak Menggunakan Layanan Dari Bank Syariah Dari Sudut Pandang Nasabah Bank Konvensional

| Responden | Alasan tidak menggunakan bank syariah | Produk | Keterangan |
|-------------|---|----------|---|
| Responden 1 | Belum mengerti adanya bank syariah | Simpanan | Untuk mesin ATM masih jarang dan terlalu jauh untuk mencari mesin ATM di daerah desa, luar pulau/luar kota. |
| Responden 2 | Belum mengerti sistem operasional dari bank syariah | Simpanan | Kurangnya sosialisasi dari pihak bank syariah dan kurangnya literasi dari masing-masing masyarakat. |
| Responden 3 | Belum mengenal bank syariah | KUR | Kurangnya penyebaran kantor dan ATM dari bank syariah tersendiri untuk wilayah pedesaan dan luar kota. |

Sumber : Hasil penelitian diolah oleh peneliti

Tabel 8. Alasan Masyarakat Muslim Menggunakan Bank Syariah Menurut Teori Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian (Zeithaml dan Bitner)

| Responden | Teori Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian | Keterangan |
|----------------------------|--|---|
| Responden 1 (pegawai bank) | Product | Sistem dari akadnya jelas, jaminan halal untuk nasabah. |
| Responden 2 (pegawai bank) | Promotion | Dengan adanya promosi yang diberikan oleh bank syariah kepada nasabah dianggap sangat menguntungkan bagi nasabahnya dikarenakan dapat membantu mengurangi jumlah pengeluaran. |
| Responden 1 | Price | Bebas biaya admin jadi tidak adanya potongan saldo setiap bulannya. |
| Responden 2 | Process | Sistem dari akadnya tertulis dan jelas, prosesnya mudah, dengan adanya bagi hasil sangat menjanjikan bagi nasabah. |
| Responden 3 | Product | Untuk produk KUR yang ditawarkan bagus sehingga memudahkan nasabah untuk memakai produk pembiayaan dari bank syariah. |