

## Faktor-Faktor yang Menentukan Keputusan Nasabah dalam Memilih Bank Syariah

**Hasna Aulia\*, Westi Riani**

Prodi Ekonomi Pembangunan, Fakultas Ekonomi dan Bisnis,  
Universitas Islam Bandung, Indonesia.

\* auliahasna008@gmail.com, westiriani@gmail.com

**Abstract.** *The existence of increasingly fierce competition makes banking institutions increasingly increase the advantages of their products and services. Currently, the growth of Islamic banks in Indonesia is growing, even though there are still many people who are still reluctant to use Islamic banking services for various reasons. This study aims to determine what factors determine customer decisions in choosing Islamic banks. The method used in this research is descriptive quantitative. The source of data used in this study is primary data. The data collection technique was distributing questionnaires to 100 respondents with a total of 28 statements. The results showed that the factors that determine the decision to choose a sharia bank are economic factors and socio-cultural factors. And the most dominant factor in determining the decision to choose a sharia bank is the economic factor with a total score of 423. And the statement on the economic factor that has the highest value of 437, namely the income indicator, states that the respondent chooses to become a customer of a sharia bank because it offers convenience for transactions that avoid usury. The data was processed using SPSS Version 26 Software for windows.*

**Keywords:** *Customer Decisions, Economic Factors, Socio-Cultural Factors.*

**Abstrak.** Adanya persaingan yang semakin ketat membuat para lembaga perbankan semakin meningkatkan keunggulan produk dan jasa yang dimilikinya. Saat ini pertumbuhan bank syariah di Indonesia semakin berkembang, meskipun begitu masih banyak masyarakat yang masih enggan menggunakan jasa perbankan syariah dengan berbagai alasan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor apa saja yang menentukan keputusan nasabah dalam memilih bank syariah. Metode yang digunakan pada penelitian ini yaitu kuantitatif deskriptif. Sumber data yang digunakan pada penelitian ini yaitu data primer. Teknik pengumpulan data yaitu penyebaran kuesioner pada 100 responden dengan jumlah 28 pernyataan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor yang menentukan keputusan memilih bank syariah yaitu faktor ekonomi dan faktor sosial budaya. Serta faktor yang paling dominan dalam menentukan keputusan memilih bank syariah yaitu faktor ekonomi dengan total skor 423. Dan pernyataan pada faktor ekonomi yang memiliki nilai paling tinggi sebesar 437 yaitu pada indikator pendapatan, menyatakan bahwa responden memilih menjadi nasabah Bank Syariah karena menawarkan kemudahan untuk transaksi yang terhindar dari riba. Data diolah menggunakan Software SPSS Versi 26 For windows.

**Kata Kunci:** Keputusan Nasabah, Faktor Ekonomi, Faktor Sosial Budaya.

## A. Pendahuluan

Secara sederhana, bank adalah lembaga keuangan yang fungsi utamanya adalah untuk mengumpulkan kontribusi moneter dari masyarakat umum, kemudian mendistribusikan kontribusi tersebut, di samping menyediakan berbagai layanan perbankan tambahan.(1). Bank konvensional dan bank syariah adalah dua kategori yang membentuk industri perbankan. Tujuan utama bank tradisional adalah untuk mendapatkan dana dari klien mereka dan kemudian mendistribusikan kembali dana tersebut kepada pelanggan tersebut; dalam konteks ini, bank adalah debitur, dan pelanggan adalah kreditur. Selain itu, bank tradisional menggunakan sistem bunga, yang didasarkan pada prinsip bahwa uang publik, dalam bentuk simpanan, tunduk pada kewajiban untuk membayar bunga pada saat jatuh tempo.(2). Berbeda dengan bank syariah yang memiliki ikatan dengan konsumen dalam bentuk mitra dimana bank berfungsi sebagai pengelola dana sedangkan nasabah sebagai investor, bank konvensional tidak memiliki kemitraan dengan nasabahnya. (3).

Pendirian lembaga keuangan syariah di Indonesia saat ini sedang mengalami masa ekspansi yang cepat. Sebagai salah satu negara Muslim terpadat di planet ini, Indonesia memainkan peran penting dalam pembentukan sistem ekonomi yang sesuai dengan syariah. Dalam kurun waktu kurang dari dua tahun, jumlah Bank Umum Syariah (BUS) meningkat dari sedikitnya lima menjadi sebanyak sebelas sebagai akibat langsung dari penerapan Undang-Undang Perbankan Syariah (2009-2010). Lebih banyak kemajuan telah dibuat dalam dua dekade sebelumnya di Indonesia sebagai hasil dari pembentukan sistem perbankan syariah di negara itu. Baik dari sisi kelembagaan itu sendiri maupun infrastruktur yang menyertainya, serta perangkat regulasi dan prosedur pengawasan, serta kesadaran dan literasi masyarakat terhadap jasa keuangan syariah. Sistem keuangan Islam secara luas dianggap sebagai salah satu yang paling maju dan komprehensif dari semua sistem keuangan dunia. Dalam perannya sebagai regulator, Bank Indonesia—fungsi yang diserahkan kepada Otoritas Jasa Keuangan (OJK) pada 2014—telah memberikan perhatian yang besar untuk mendorong pertumbuhan perbankan syariah. Pola pikir ini dilandasi keyakinan bahwa perbankan syariah akan memberikan “manfaat” berupa kontribusi terhadap “pembangunan” perekonomian dan “pemerataan” kesejahteraan masyarakat.

Namun begitu, Masyarakat umum sekarang tidak menganggap bank syariah sebagai pilihan utama mereka ketika memutuskan bagaimana melakukan kegiatan keuangan mereka. Pelanggan menyukai bank konvensional karena mereka menawarkan lebih banyak variasi layanan, serta tingkat bunga yang lebih tinggi; akibatnya, bank konvensional dipandang memiliki potensi keuntungan finansial yang lebih baik dan karena itu lebih disukai oleh mayoritas nasabah. Selain itu, masih banyak masyarakat Indonesia yang memanfaatkan layanan perbankan tradisional untuk berbagai operasional keuangan. Ini bisa menjadi salah satu alasan mengapa bank konvensional ada di Indonesia jauh sebelum bank syariah ada.

Menurut data dari [lps.go.id](http://lps.go.id) (Lembaga Penjamin Simpanan) bahwa jumlah nasabah yang menggunakan bank konvensional jauh lebih banyak dibandingkan bank syariah. Selain itu, pada bank konvensional juga data terlihat mengalami peningkatan setiap tahunnya, sedangkan pada bank syariah mengalami fluktuatif dalam jumlah nasabah yang dimilikinya. Faktor kurangnya sosialisasi dan pengetahuan yang menyebabkan Masyarakat tetap menolak sistem syariah, padahal sistem syariah atau sistem Islam justru lebih mudah diterima masyarakat. Hal ini disebabkan karena kurangnya sosialisasi dan masyarakat yang kurang terinformasi dengan baik tentang perbankan syariah.

Sistem perbankan alternatif yang saling menguntungkan bagi masyarakat disediakan oleh perbankan syariah. Hal ini karena sistem yang digunakan perbankan syariah bercirikan fungsinya berdasarkan prinsip bagi hasil yang adil. Saat memutuskan dan memilih bank mana yang akan digunakan, klien pasti akan mempertimbangkan lembaga keuangan yang akan memberikan dampak menguntungkan bagi pelanggan dan yang akan dapat menawarkan kenyamanan dan keuntungan pada saat yang bersamaan. Kualitas layanan bank, selain produk yang ditawarkan, merupakan salah satu aspek yang menjadi pertimbangan nasabah dalam memilih bank untuk berbisnis. Hal ini disebabkan nilai pelayanan menjadi sangat penting mengingat pelayanan perbankan dianggap sebagai pelayanan yang profesional. akan bekerja

untuk meningkatkan kebahagiaan secara keseluruhan di antara pelanggan(4).

Pelanggan terlibat dalam mengevaluasi, memperoleh, dan menggunakan berbagai produk dan layanan keuangan, dan salah satu aspek terpenting dari perilaku mereka adalah keputusan yang mereka buat. Konsumen melalui proses identifikasi masalah, pengumpulan informasi, evaluasi alternatif, memutuskan apa yang akan dibeli, dan perilaku pasca pembelian sebelum dan sesudah membuat keputusan. Ini semua adalah bagian dari proses pengambilan keputusan, yang merupakan pendekatan untuk pemecahan masalah.(5).

Perilaku pembeli atau nasabah memilih untuk berperilaku memiliki dampak signifikan pada proses memutuskan produk apa yang akan dibeli atau produk mana yang harus dihindari. Prosedur yang panjang, termasuk menemukan kesulitan, melakukan pencarian informasi, dan kegiatan serupa lainnya, diperlukan saat membuat pilihan pembelian. Ada sejumlah elemen, termasuk aspek ekonomi dan sosial budaya, yang mempengaruhi perilaku keputusan pembelian konsumen. Faktor-faktor ini dapat dipecah menjadi subkategori.

Berdasarkan informasi yang disajikan di atas, penulis disarankan untuk melakukan penelitian tentang keputusan konsumen untuk memilih bank syariah dengan mempertimbangkan sejumlah karakteristik yang menurut penelitian sebelumnya memiliki efek menguntungkan pada keputusan nasabah.

## **B. Metodologi Penelitian**

Pendekatan penelitian kuantitatif deskriptif digunakan dalam pengumpulan dan analisis data penelitian ini. Data primer digunakan untuk tujuan proyek penelitian ini. Metode pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini dikenal sebagai *accidental sampling*. Dalam upaya penelitian khusus ini, ada total 100 responden yang mengisi kuesioner, dan ada total 28 pernyataan. Dalam proyek penelitian ini, metode pengumpulan data yang digunakan adalah kuesioner dan *Google form*.

## **C. Hasil Penelitian dan Pembahasan**

Data yang telah dikumpulkan dengan menyebarkan kuesioner pada nasabah Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Citarum, lalu data diolah menggunakan Software SPSS Versi 26 For windows dengan pengujian Analisis Statistik.

Berdasarkan hasil uji statistik yaitu uji validitas aspek ekonomi diperoleh nilai R hitung (Corrected Item-Total Correlation) > R tabel sebesar 0,1966. Hal itu terlihat dari hasil tesnya. Hal ini menunjukkan bahwa setiap item pernyataan yang diturunkan dari variabel faktor ekonomi yang digunakan dalam penelitian ini akurat dan dapat diterapkan pada peran instrumen pengukuran. Selain itu, hasil uji validitas yang dilakukan pada komponen sosial budaya menunjukkan bahwa nilai R hitung (Corrected Item-Total Correlation) > R tabel adalah 0,1966. Hal ini menunjukkan bahwa setiap butir pernyataan yang digunakan untuk mengukur faktor sosial budaya dalam penelitian ini akurat dan dapat digunakan sebagai alat ukur. Sedangkan hasil uji reliabilitas pada faktor sosial budaya dan faktor ekonomi keduanya menyatakan bahwa keduanya memiliki nilai Cronbach Alpha lebih baik dari 0,6, dengan komponen sosial budaya bernilai 0,916 dan faktor ekonomi masing-masing bernilai 0,836. Padahal hal ini menunjukkan bahwa semua hal dalam pernyataan tersebut dianggap reliabel.

Setelah dilakukan penelitian tentang faktor-faktor yang mempengaruhi pemilihan nasabah lembaga keuangan syariah, ditemukan bahwa skor rata-rata untuk faktor ekonomi adalah 423 dengan informasi "menentukan", sedangkan skor rata-rata untuk faktor sosial budaya adalah 416 dengan informasi "menentukan". Dari temuan ini dapat ditarik kesimpulan bahwa pertimbangan ekonomi merupakan aspek utama yang dipertimbangkan nasabah ketika memilih bank syariah. Dimana dalam pengambilan keputusan nasabah pendapatan atau manfaat produk, berapa biaya atau harga yang harus dikeluarkan, dan bagaimana sistem bagi hasil yang akan dilakukan oleh kedua belah pihak (bank dan nasabah) merupakan faktor-faktor yang akan mempengaruhi pilihan pelanggan. Karena faktanya harga atau biaya biasanya menjadi hal pertama yang muncul di benak pelanggan ketika mereka pergi berbelanja. Keputusan pembelian konsumen akan dipengaruhi oleh harga dan biaya yang terlalu tinggi atau terlalu murah. Karena

bila harga yang ditawarkan terlalu tinggi akan menyebabkan pelanggan beralih ke produk lain yang sejenis yang dijual dengan harga yang lebih murah.(6). Selain itu, ketika konsumen memutuskan untuk membeli suatu barang, produk, atau jasa, mereka juga akan mempertimbangkan barang yang akan dibeli. Dimulai dengan biaya, kemudian beralih ke desain, bentuk, dan kemasan, diikuti dengan kualitas, fungsi, atau aplikasi produk, dan seterusnya.(7).

Aspek kedua adalah faktor sosial budaya, yang mengacu pada kehidupan masyarakat yang berkaitan dengan budaya dan bagaimana anggota masyarakat berinteraksi satu sama lain. Akibatnya, faktor sosial budaya berpotensi mempengaruhi nilai-nilai sosial yang mendefinisikan masyarakat. Keputusan nasabah juga akan semakin kuat karena dengan adanya pengetahuan, moral, kebiasaan atau adat istiadat pada masyarakat(8).

#### **D. Kesimpulan**

Berdasarkan pembahasan dalam penelitian ini, peneliti menyimpulkan beberapa hasil penelitian sebagai berikut:

1. Faktor yang menentukan keputusan nasabah dalam memilih Bank Syariah (Studi kasus Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Citarum) yaitu faktor ekonomi yang meliputi pendapatan, biaya, dan bagi hasil dengan total skor 423 dengan kriteria sangat menentukan. Dan faktor sosial budaya yang meliputi adat istiadat, pengetahuan, kebiasaan, dan moral dengan total skor 416 dengan kriteria menentukan.
2. Faktor yang paling dominan menentukan keputusan nasabah dalam memilih Bank Syariah (Studi kasus Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Citarum) yaitu faktor ekonomi dengan total skor 423. Dan pernyataan pada faktor ekonomi yang memiliki nilai paling tinggi sebesar 437 yaitu pada indikator pendapatan, menyatakan bahwa responden memilih menjadi nasabah Bank Syariah karena menawarkan kemudahan untuk transaksi yang terhindar dari riba.

#### **Acknowledge**

Terima kasih banyak kepada Hj. Westi Riani, S.E., M.E., Sy selaku pembimbing yang selalu sabar dalam membimbing dan mengarahkan penulis serta selalu memberikan semangat sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik. Dan penulis mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu dan mendukung sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.

#### **Daftar Pustaka**

- [1] Kasmir. Manajemen Perbankan. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada; 2006.
- [2] Machmud dan Rukmana. Bank Syariah: Teori, Kebijakan, dan Studi Empiris di Indonesia. Jakarta: Erlangga; 2010.
- [3] Ali Z. Hukum Perbankan Syariah. Jakarta: Sinar Grafika; 2010.
- [4] Yatie VA. Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Nasabah Menabung: Studi Kasus Bank Syariah Di Surabaya. 2014;
- [5] Kotler P. Manajemen Pemasaran, Edisi Milenium. Jakarta: PT. Prehalindo; 2002.
- [6] Harahap DA. Mempengaruhi Analisis Faktor-Faktor Yang Konsumen, Kputusan Pembelian Medan, Di Pajak Usu (PAJUS). J Keuang dan Bisnis. 2015;7.
- [7] Firmansyah A. Perilaku Konsumen: Sikap Dan Pemasaran. Sleman: Deepublish Publisher; 2018.
- [8] Hudani A. Pengaruh faktor budaya, faktor sosial, dan faktor pribadi terhadap keputusan pembelian. 2020;1:99–107.
- [9] Anggraeni, Muthia. (2022). *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Keunggulan Produk terhadap Kepuasan Nasabah di Bank Muamalat Bandung*. Jurnal Riset Ilmu Ekonomi dan Bisnis, 2(1), 59-64.