



ANALISIS FAKTOR - FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN NASABAH MEMILIH BANK SYARIAH

Sri Hendrawati¹, Deni Lesmana², Saefulloh³

Perbankan Syariah, STEBI

hendrawati1272@gmail.com, denilesmana@global.ac.id, damar2575@gmail.com

Abstract

This study aims to analyze customer perceptions of Bank Syariah Indonesia (BSI) KCP Brebes Bumiayu and identify factors that influence customer decision making in choosing a sharia bank. The study used a qualitative approach with observation and interview methods with 10 active customers. The factors analyzed include religious, economic, social and environmental factors, promotion and information, and service and technology. The results of the study show that religious factors are the main motivation for customers in choosing a sharia bank, followed by service and technology factors that support transaction convenience. Social and promotional factors also play a role in forming positive perceptions of sharia banking services. This finding provides important implications for sharia bank managers to understand customer preferences and needs comprehensively and develop service and marketing strategies that are in line with sharia values and the expectations of modern society.

Keywords: Customer decisions, Islamic banks, religious factors, services, promotions.

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis persepsi nasabah terhadap Bank Syariah Indonesia (BSI) KCP Brebes Bumiayu serta mengidentifikasi fakto-faktor yang mempengaruhi pengambilan keputusan nasabah dalam memilih bank syariah. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode observasi dan wawancara terhadap 10 nasabah aktif. Faktor - faktor yang dianalisis meliputi faktor religius, ekonomi, sosial dan lingkungan, promosi dan informasi, serta pelayanan dan teknologi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor religius merupakan motivasi utama nasabah dalam memilih bank syariah, diikuti oleh faktor pelayanan dan teknologi yang mendukung kenyamanan transaksi. Faktor sosial dan promosi juga berperan dalam membentuk persepsi positif terhadap layanan perbankan syariah. Temui ini memberikan implikasi penting bagi pengelola bank syariah untuk memahami preferensi dan kebutuhan nasabah secara komprehensif serta mengembangkan strategi pelayanan dan pemasaran yang selaras dengan nilai-nilai syariah dan ekspektasi masyarakat modern

Kata kunci: Keputusan nasabah, bank syariah, faktor religius, pelayanan, promosi

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Industri perbankan syariah di Indonesia mengalami pertumbuhan pesat, didorong oleh meningkatkan kesadaran masyarakat akan pentingnya transaksi keuangan yang sesuai prinsip syariah.

Namun, persaingan dengan bank konvensional menuntut bank syariah untuk memahami faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah. Studi ini menyoroti pentingnya faktor religius, ekonomi, sosial, lingkungan, promosi-informasi, serta pelayanan dan teknologi dalam membentuk preferensi nasabah di BSI KCP Brebes Bumiayu.

B. Rumusan Masalah

1. Apa saja faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah dalam memilih bank syariah?
2. Faktor mana yang paling dominan dalam mempengaruhi keputusan tersebut?

C. Tujuan Penelitian

- Menganalisis persepsi nasabah terhadap BSI KCP Brebes Bumiayu
- Mengidentifikasi faktor utama yang mempengaruhi keputusan nasabah dalam memilih bank syariah.

D. Manfaat Penelitian

Penelitian ini memberikan kontribusi bagi pengembangan strategi pelayanan dan pemasaran bank syariah serta menjadi referensi bagi penelitian perilaku konsumen perbankan syariah.

E. Kerangka Berpikir

Penelitian didasarkan pada Theory of Planned Behavior (TPB), Rational Choice Theory, Sociological Model of Consumer Behavior, AIDA Model, SETVQVAL Model, Technology Acceptance Model (TAM), serta teori pemasaran jasa oleh Kotler dan Armstrong.

TINJAUAN PUSTAKA

A. Perbankan Syariah

Perbankan syariah adalah lembaga keuangan yang beroperasi berdasarkan prinsip syariah Islam, menghindari riba, gharar, dan maisir, serta menekankan keadilan dan transparansi dalam transaksi.

B. Sejarah Perkembangan Bank Syariah

Bank Syariah pertama di Indonesia berdiri pada 1992. Sejak itu, pertumbuhan jumlah bank dan produk syariah terus meningkat seiring permintaan masyarakat yang semakin tinggi.

C. Nasabah dan Perilaku Konsumen

Nasabah bank syariah adalah individu atau kelompok yang memilih jasa perbankan syariah karena pertimbangan religius dan rasional. Keputusan konsumen dipengaruhi faktor internal (nilai, keyakinan, motivasi) dan Eksternal (lingkungan sosial, promosi, pelayanan).

D. Keputusan dan Perilaku konsumen

Keputusan konsumen merupakan hasil interaksi berbagai faktor yang memengaruhi pemilihan produk atau jasa, termasuk faktor psikologis, sosial, dan budaya.

E. Produk dan Jasa Perbankan Syariah

Produk perbankan syariah meliputi tabungan, deposito, pembiayaan, serta layanan digital yang terus berinovasi untuk memenuhi kebutuhan nasabah modern.

F. Prinsip Operasional Perbankan Syariah

Prinsip utama operasional bank syariah adalah keadilan, transparansi, dan kesesuaian dengan fatwa Dewan Syariah Nasional.

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode observasi dan wawancara mendalam kepada 10 nasabah aktif di BSI KCP Brebes Bumiayu.

B. Jenis dan Sumber Data

Data primer diperoleh dari hasil wawancara dan observasi, sedangkan data sekunder berasal dari literatur, dokumen bank, dan penelitian terdahulu.

C. Teknik Pengumpulan Data

Teknik yang digunakan meliputi observasi partisipatif, wawancara terstruktur dan semi-terstruktur, serta dokumentasi aktivitas layanan bank.

D. Teknik Analisis Data

Data dianalisis melalui tahapan reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan, dengan validasi menggunakan triangulasi sumber dan member check.

E. Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian dilaksanakan di BSUI KCP Brebes Bumiayu selama Januari - Maret 2025

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum BSI KCP Brebes Bumiayu

BSI KCP Brebes Bumiayu merupakan unit kerja BSI yang melayani kebutuhan transaksi keuangan masyarakat Brebes dan sekitarnya dengan berbagai produk syariah unggulan.

B. Hasil Penelitian

1. Faktor Religius

Sebagian besar nasabah memilih bank syariah karena keyakinan agama dan keinginan menghindari transaksi yang mengandung unsur riba dan gharar. Nilai-nilai religius menjadi motivasi utama dalam pengambilan keputusan

2. Faktor Pelayanan dan Teknologi

Pelayanan yang ramah, cepat, serta dukungan teknologi seperti mobile banking dan ATM syariah menjadi faktor penting yang meningkatkan kenyamanan dan loyalitas nasabah

3. Faktor Sosial dan Lingkungan

Rekomendasi keluarga, teman, dan komunitas berperan dalam membentuk persepsi positif terhadap bank syariah. Lingkungan sosial yang religius memperkuat keputusan memilih bank syariah.

4. Faktor Promosi dan Informasi

Promosi yang efektif serta edukasi tentang keunggulan produk syariah meningkatkan pengetahuan dan minat nasabah untuk menggunakan layanan bank syariah.

5. Faktor Ekonomi

Pertimbangan biaya administrasi, margin, dan keuntungan produk juga menjadi bagian dari pertimbangan, meskipun tidak sekuat faktor religius dan pelayanan.

C. Pembahasan Temuan Penelitian

Faktor religius terbukti menjadi determinan utama keputusan nasabah, sejalan dengan karakteristik masyarakat Brebes yang religius. Pelayanan dan teknologi menjadi pembeda utama antara bank syariah dan konvensional. Faktor sosial dan promosi memperkuat keputusan, sedangkan faktor ekonomi menjadi pertimbangan tambahan. Temuan ini konsisten dengan teori TPB dan perilaku konsumen yang menekankan pentingnya norma subjektif dan kontrol perilaku dalam pengambilan keputusan

KESIMPULAN

A. Kesimpulan

Faktor Religius, pelayanan dan teknologi, sosial, promosi, serta ekonomi merupakan determinan utama dalam keputusan nasabah memilih bank syariah. Bank

syariah perlu mengintegrasikan nilai-nilai syariah dengan inovasi layanan untuk memenuhi ekspektasi masyarakat modern.

B. Saran

Bank syariah disarankan untuk memperkuat edukasi dan promosi produk syariah, meningkatkan kualitas pelayanan dan inovasi teknologi, serta mengoptimalkan peran lingkungan sosial dalam strategi pemasaran. Penelitian selanjutnya dapat memperluas cakupan responden dan menggunakan pendekatan kuantitatif untuk menguji hubungan antar faktor secara statistik

DAFTAR PUSTAKA

- Adhipratama, A. A. (2018). *Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Non-Muslim untuk Menggunakan Bank Syariah*. Tesis Magister, Universitas Islam Indonesia.
- Aisyah, Muniaty, dkk. (2017). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Nasabah Dengan Religious Behaviour Sebagai Variabel Moderator (Studi Kasus Pada Produk Tabungan BNI Syariah)*. *Jurnal Liquidity*, 6(2)
- Badai, arif. "Analisis Faktor Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Menggunakan Produk dan Jasa Perbankan Syariah." *Skripsi*, UIN syarif abdullatullah jakarta, 2009.
- Dharmesta, Basu Swastha. (2014). *Manajemen Pemasaran*. BPFE Yogyakarta.
- Etta dan sopiah. 2013. "Perilaku Konsumen". *CV Andi Offset*.
- Fadhilla, M. A. (2018). *Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Nasabah Menabung di Bank Syariah Kota Makassar*. *Skripsi*, Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar.
- Fika, Rima. "Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Nasabah Dalam Pengambilan Keputusan Memilih Bank Syariah." *Skripsi*, Universitas Muhammadiyah Jakarta 2019.
- Fitriani, Sinaga. "Faktor Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Menggunakan Jasa Perbankan Syariah." *Skripsi*, Universitas Muhammadiyah Jakarta 2019.
- Hamdani, A. N. (2021). *Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah dalam Menabung di Bank Syariah Indonesia Sudirman KC Tulungagung*. *Skripsi*, IAIN Ponorogo
- Haris, H. (2012). *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Periklanan terhadap Keputusan Nasabah dalam Menabung pada Bank Syariah (Studi Kasus pada BTN Syariah Surakarta)*. *Muqtasid: Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah*, 3(1), 1-24.
- Hasan, H. A. (2017). *Pengentasan Kemiskinan dengan Keuangan Mikro Syariah*. *Jurnal Hukum Ekonomi Syariah*, 1(1), 50-63
- Hastharita, R. (2020). *Faktor-Faktor yang Memengaruhi Keputusan Nasabah Memilih Jasa Bank Syariah di Makassar*. *Jurnal Hukum Ekonomi Syariah*, 4(1)
- Howard, J. A., & Sheth, J. N. (1998). *Consumer Behavior and Marketing Strategy*. Irwin McGraw Hill.

- Imam Bukhori. *“Faktor Faktor Yang Mempengaruhi Nasabah Menggunakan Jasa Bank Konvensional dan Bank Syariah.” Skripsi*, UIN syarif hidayatullah jakarta, 2013.
- Ismali. 2013. *“Perbankan Syariah”*. Jakarta : Kencana.
- Jalilah, J., & Yasir, M. (2017). *Pengaruh Persepsi terhadap Minat Etnis Tionghoa Kota Banda Aceh terhadap Perbankan Syariah*. ARICIS Proceedings, 1.
- Jasri, J. (2017). *Pendapatan Margin Bayal-Murabahah Terhadap Profitabilitas Pada Bank Syariah*. *Jurnal Hukum Ekonomi Syariah*, 1(1), 64-73.
- Karim, A. (2010). *Bank Islam: Analisis Fiqh dan Keuangan (Edisi Keempat)*. PT. Raja Grafindo Persada.
- Khaerul, U. (2013). *Manajemen Perbankan Syariah*. CV Pustaka Setia
- Kasmir. 1996. *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya*. Jakarta : Prenhalindo.
- K. Salindri, Deni lesmana 2022 *Judul Faktor ffaktor yang mempengaruhi nilai nasabah untuk menabung dibank muamalat*
- Kotler, P. (2002). *Manajemen Pemasaran Indonesia*. Salemba Empat
- Maghfiroh, S. (2018). *Pengaruh Religiusitas, Pendapatan, dan Lingkungan Sosial Terhadap Minat Menabung di Bank Syariah pada Santri Pesantren Mahasiswi Darush Shalihat*. *Jurnal Pendidikan dan Ekonomi*, 7(3), 213-222.
- Maulidi, R. (2019). *Pengaruh Pengetahuan, Religiusitas, dan Lingkungan Sosial Terhadap Minat Menabung Menggunakan Bank Syariah (Studi Kasus Siswa SMA Negeri 1 Ambarawa)*. Tesis, IAIN Salatiga.
- Muzayyanah, M. (2018). *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Tabungan terhadap Keputusan Nasabah dalam Menabung di BPRS Buana Mitra Perwira Cabang Banjarnegara*. Skripsi, IAIN.
- Muhammad Iqbal, Abdul hamid 2022 *Judul pengaruh motivasi perilaku dan pemahaman terhadap keputusan masyarakat dalam memilih bank syariah*
- M.Arzil Kahtami maulana yusuf, Nurfitri martaliah 2024 *Judul pengaruh pemahaman religiusitas dan kualitas pelayanan bank syariah kecamatan sorolangun*
- Nafi'ah, S. (2019). *Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah dalam Menggunakan Produk Gadai Emas (Studi Kasus: BPRS Artha Mas Abadi Pati)*. Skripsi, IAIN Kudus.
- Naurah, A. Y. (2023). *Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah dalam Investasi Cicil Emas (CILEM) Logam Mulia pada Bank Syariah Indonesia KCP Makassar Unismuh*. Skripsi, Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar
- Nurlatifah, U. (2018). *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Religiusitas dan Lokasi terhadap Keputusan Menjadi Anggota BMT*. Tesis, Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.
- Nurajijah O.J Rahamawati 2020 *Judul pengaruh tingkat pemahaman masyarakat terhadap riba menjadi keputusan nasabah dibank pembiayaan rakyat syariah (BPRS) artha mardani*

- Paraswati, V. A. (2022). *Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah terhadap Deposito Mudharabah pada Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Ponorogo Cokroaminoto*. Skripsi, IAIN Ponorogo
- Sari, C. N., & Ratno, F. A. (2022). *Pengaruh Marketing Mix Terhadap Keputusan Nasabah Menabung dengan Religiusitas sebagai Variabel Moderasi*. *Al-Masharif: Jurnal Ilmu Ekonomi dan Keislaman*, 8(2).
- Sa'diyah, N. H., Ulfiah, K., Fani, H. N., & Yudiantoro, D. (2022). *Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Menabung Nasabah di Bank Syariah (Studi Pada Mahasiswa UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung)*. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 6(3)
- Sultania, V. (2019). *Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Minat Nasabah Menabung di Bank BNI Syariah Kantor Cabang Fatmawati*. Skripsi, Fakultas Agama Islam.
- Sula, M. S., & Kertajaya, H. (2006). *Marketing Syariah*. Mizan
- Sutisna. (2003). *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*. PT Remaja Rosdakarya
- Swastha, B., & Handoko, T. H. (2000). *Manajemen Pemasaran: Analisa Perilaku Konsumen*. BPFE Yogyakarta.
- Sabani, A. (2012). *Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Rendahnya Minat Masyarakat Muslim Menabung pada Bank Syariah di Kota Palopo*. Tesis Magister, Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar
- Sugiyono. 2012. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif dan R&D*. Bandung : Alfabeta.
- Sumirto, Warkum. 2004. "Azas Azas Perbankan Islam Dan Lembaga Lembaga Terkait Takafal dan Pasar Modal Syariah Di Indonesia ." Jakarta : PT.reja grafindo.
- Suryani, Tati. 2008. "Perilaku Konsumen Implikasi Pada Strategi Pemasaran." Jakarta : Graha Ilmu
- Taslim, T. (2018). *Pengaruh Promosi dan Kualitas Pelayanan terhadap Minat Menabung Masyarakat di Bank BNI Syariah KCP Wonomulyo*. Skripsi, Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar.
- Tjiptono, F. (2011). *Manajemen dan Strategi Merek*. Penerbit Andi Offset.
- Wirapradnyana, G. A. (2013). *Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Konsumen Menjadi Nasabah Bank Syariah*. *Ekuitas: Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 1(1)