

Analisis Pengaruh Pengetahuan dan Status Sosial terhadap Persepsi Masyarakat pada Perbankan Syariah

Reci Puspita Sari¹, Fajar Budiman², Yossi Eriawati³, Elfadhli Elfadhli⁴

¹STAI YAPTIP Pasaman Barat, Pasaman Barat, Indonesia. Email: recipuspitasari1993@gmail.com

²STAI YAPTIP Pasaman Barat, Pasaman Barat, Indonesia. Email: fajar_budiman13@staiyaptip.ac.id

³STAI YAPTIP Pasaman Barat, Pasaman Barat, Indonesia. Email: yossieriwati@staiyaptip.ac.id

⁴UIN Mahmud Yunus Batusangkar, Tanah Datar, Indonesia. Email: elfadhli@uinmybatusangkar.ac.id

Artikel Diterima: (20 Juli 2024)

Artikel Direvisi: (09 Agustus 2024)

Artikel Disetujui: (17 Desember 2024)

ABSTRACT

This study examines how people's perceptions of Islamic banking are influenced by their social standing and level of knowledge. Although Indonesian Islamic banking has grown significantly during the 1990s, few individuals still utilize it, particularly in rural regions and among lower-class populations. Meanwhile, a lot influences people's decision to use this service based on how they perceive Islamic banks. This research used a quantitative approach with multiple linear regression analysis techniques, and 177 people participated as research respondents. Apart from that, descriptive analysis was also carried out to determine public perceptions of sharia banking. The research results show that people's perceptions of Islamic banking are significantly influenced by their social status and their knowledge of the subject. People who are more knowledgeable and have better social status tend to have a better perception of Islamic banking. Apart from that, people's perspectives are also influenced by the risk and profit components. This research shows that increasing financial literacy and developing sharia banking services is very important to expand reach and increase public trust, especially among lower economic groups. The results provide recommendations for more responsive and inclusive development policies that foster more equitable and sustainable economic growth.

Keywords: Islamic Banking, Public Perception, financial Inclusion, Knowledge, Social Status

ABSTRAK

Studi ini melihat bagaimana pengetahuan dan status sosial mempengaruhi cara masyarakat melihat perbankan syariah. Sejak tahun 1990-an, perbankan syariah di Indonesia telah berkembang pesat, tetapi orang masih jarang menggunakannya, terutama di daerah pedesaan dan kelompok berpenghasilan rendah. Sementara itu, persepsi masyarakat tentang bank syariah sangat memengaruhi keputusan mereka untuk menggunakan layanan ini. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan teknik analisis *multiple linear regression*, dan 177 orang berpartisipasi sebagai responden penelitian. Disamping itu analisis deskriptif juga dilakukan untuk mengetahui persepsi masyarakat terhadap perbankan syariah. Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi masyarakat tentang perbankan syariah secara signifikan dipengaruhi oleh status sosial mereka dan pengetahuan mereka tentang subjek tersebut. Orang-orang yang lebih berpengetahuan dan memiliki status sosial yang lebih baik cenderung memiliki persepsi yang lebih baik tentang perbankan syariah. Selain itu, perspektif masyarakat juga dipengaruhi oleh komponen risiko dan keuntungan. Penelitian ini menunjukkan bahwa peningkatan literasi keuangan dan pengembangan layanan perbankan syariah sangat penting untuk memperluas jangkauan dan meningkatkan kepercayaan masyarakat, terutama di kalangan masyarakat ekonomi bawah. Hasilnya memberikan rekomendasi untuk pengembangan kebijakan yang lebih responsif dan inklusif yang membantu pertumbuhan ekonomi yang lebih merata dan berkelanjutan.

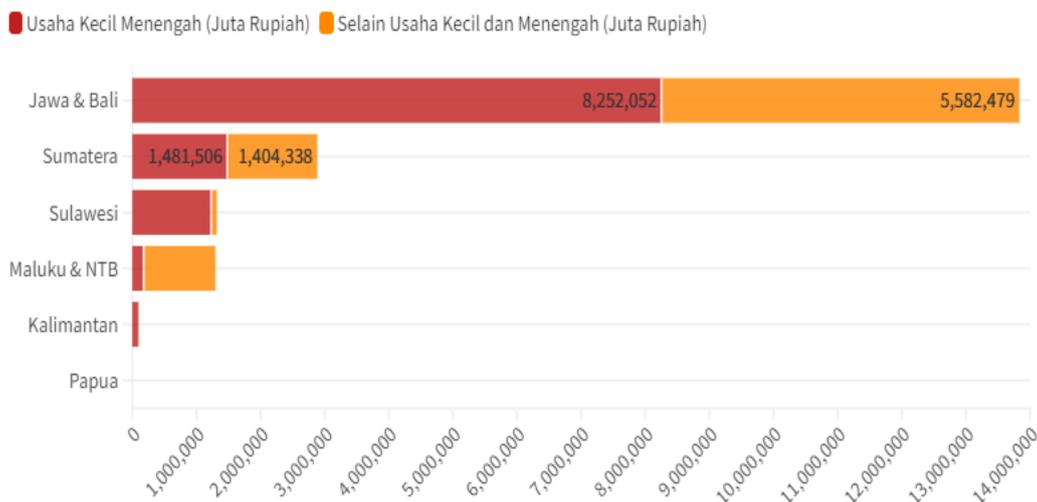
Kata Kunci: Perbankan Syariah, Persepsi Masyarakat, Inklusi Keuangan, Pengetahuan, Status Sosial

Pendahuluan

Bank syariah di Indonesia sudah ada sejak tahun 1990-an (Utama, 2020). Perbankan syariah telah mengalami perkembangan besar dalam berbagai hal sejak didirikan (Otoritas Jasa Keuangan, 2024). Ini termasuk peningkatan kelembagaan, infrastruktur, perangkat regulasi, dan sistem pengawasan. Perkembangan ini menunjukkan bahwa perbankan syariah dapat membantu meningkatkan kinerja keuangan, menjaga keberlanjutan bisnis, dan meningkatkan ketenagakerjaan (Dalimunte et al., 2023; Menne et al., 2022).

Sejak berdirinya, perbankan syariah dianggap baik dan efektif dalam mendukung kegiatan ekonomi masyarakat. Namun, pelaku usaha yang masuk dalam layanan keuangan syariah masih sedikit dan jumlahnya masih kecil (Grafik 1). Sejauh ini masyarakat belum begitu banyak mengakses dukungan bank syariah untuk mendukung kegiatan ekonomi yang mereka jalankan (Hasibuan et al., 2020), terutama di daerah perdesaan dan masyarakat berpenghasilan rendah (Kamarni et al., 2022). Hal disebabkan karena masih ada persepsi yang kurang baik dari masyarakat terhadap bank syariah (Muchlis, 2021; Oktaviani & Rachmawati, 2019). Supaya perbankan syariah dapat bersaing secara baik di tengah persaingan yang kian menglobal dan maju, maka perlu memahami persepsi masyarakat terhadap karakteristik bisnis yang dikembangkan oleh lembaga keuangan tersebut. Dengan mengetahui persepsi masyarakat secara baik, perbankan syariah dapat menciptakan produk dan layanan yang lebih unggul dan memenuhi kebutuhan nasabahnya (Zainudin et al., 2024), khususnya di daerah perdesaan dan masyarakat berpenghasilan rendah.

Grafik 1. Total Pembiayaan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah berdasarkan Golongan Piutang/Pembiayaan dan Provinsi - April 2024



Sumber: Otoritas Jasa Keuangan (2024)

Persepsi masyarakat terhadap bank syariah menunjukkan adanya variasi. Keputusan nasabah untuk bertransaksi sejauh ini banyak dipengaruhi oleh kemudahan akses, kualitas layanan, dan tuntutan lembaga profesi (Muchlis, 2021; Wijanarko & Rachmawati, 2020). Terkait ini, kinerja bank syariah dapat optimal apabila nasabah merasa puas dengan layanan yang diberikan (Maswadeh, 2015). Di sisi yang lain, sikap nasabah terhadap perbankan syariah dipengaruhi secara negatif oleh persepsi risiko perbankan dan kinerja masa lampau dari lembaga perbankan yang dirasakan (Bouzekouk & Mansor, 2024), dan serta secara positif

oleh persepsi religiusitas nasabah (Muchlis, 2021; Oktaviani & Rachmawati, 2019). Selain faktor sosial, pemahaman dan dinamika emosional juga penting dalam membangun kepercayaan terhadap perbankan syariah (Riaz et al., 2023). Oleh karena itu, pemahaman yang baik pada persepsi nasabah akan dapat membantu bank melayaninya secara lebih baik (Kontot et al., 2016). Faktor lain, seperti pendidikan, penghasilan, pekerjaan, dan latar belakang agama juga mempengaruhi persepsi seseorang (Hasibuan et al., 2020; Iffah et al., 2018).

Dalam konteks perbankan syariah, persepsi nasabah sangat penting. Zuhirsyan & Nurlinda (2021) menjelaskan bahwa pandangan nasabah terhadap bank syariah mencakup perhatian, organisasi, dan interpretasi yang mereka harapkan dari layanan bank tersebut. Pandangan ini memengaruhi keputusan nasabah dalam memilih bank syariah; semakin positif persepsi mereka, semakin besar keinginan mereka untuk menggunakan layanan bank tersebut. Oleh karena itu, bank syariah perlu memahami dan mengelola persepsi nasabah secara baik guna meningkatkan kepercayaan dan loyalitas mereka.

Menurut Gibson, persepsi adalah suatu proses kognitif yang dipergunakan oleh seseorang untuk menafsirkan dan memahami dunia sekitarnya (Nugraha et al., 2017). Menurut Jayanti & Arista (2018) persepsi adalah proses stimulasi yang diterima oleh alat indra manusia, kemudian stimulasi tersebut mengorganisasikan, menginterpretasikan dan menafsirkan informasi yang diterima untuk mengenali lingkungan yang ada disekitarnya. Persepsi menurut Iffah et al., (2018) merupakan pengamatan seseorang terhadap lingkungan sekitar melalui panca indra, yang terbentuk dari rangkuman dan interpretasi informasi yang diterima. Hal ini menurutnya memungkinkan seseorang untuk menilai informasi tersebut sebagai positif atau negatif.

Persepsi melibatkan interaksi antara individu dan lingkungannya melalui pengamatan, pemrosesan, dan pemberian makna terhadap objek yang diamati. Setiap individu dapat mengamati hal yang sama, tetapi mengartikannya secara berbeda, karena persepsi dipengaruhi oleh berbagai faktor pribadi, seperti sikap, kepribadian, motif, minat, pengalaman masa lalu, dan harapan. Sisi lain, persepsi merupakan proses penginterpretasian stimulus yang diterima oleh panca indra menjadi suatu pemahaman (Zhafira et al., 2020). Dari beberapa definisi diatas dapat disimpulkan bahwa persepsi merupakan proses untuk menerjemahkan segala informasi yang diperoleh dari lingkungannya, baik lewat penglihatan, pendengaran, penghayatan, dan perasaan karena setiap individu memiliki pemikiran yang berbeda walaupun objeknya sama.

Studi ini bertujuan untuk mengkaji lebih jauh pengaruh faktor pengetahuan dan status sosial terhadap persepsi masyarakat terhadap perbankan syariah. Studi ini merupakan lanjutan dari studi sebelumnya yang telah dilakukan oleh Kamarni et al., (2022). Kamarni et al., (2022) berdasarkan hasil studinya menemukan bahwa mayoritas masyarakat di wilayah penelitiannya telah mengenal perbankan melalui berbagai pelayanan, tetapi baru sebagian kecil yang telah memiliki rekening di perbankan syariah. Menurut studinya, kebanyakan nasabah tidak begitu penting memperdulikan produk-produk yang ditawarkan perbankan. Pertimbangan utama bagi nasabah adalah bagaimana mendapatkan keuntungan, menerima rasa adil dari bank, adanya transaksi yang transparan dan nyaman dalam bertransaksi.

Sehubungan dengan itu, penelitian tentang persepsi masyarakat terhadap perbankan syariah menjadi penting dilakukan mengingat informasi tentang ini masih terbatas, kecuali

penelitian yang dilakukan oleh Iffah et al., (2018), Sholikin & Pratiwi (2020), dan Muchlis (2021). Perbedaan antara penelitian ini dengan penelitian sebelumnya terletak pada fokus penelitian dan metode analisis yang digunakan. Penelitian Iffah et al., (2018) dilakukan dengan pendekatan kuantitatif yang kajiannya pada kualitas pelayanan. Sholikin & Pratiwi (2020) menggunakan analisis deskriptif kualitatif, dan penelitian Muchlis (2021) menggali persepsi masyarakat terhadap perbankan syariah dengan pendekatan deskriptif eksploratif. Dengan menggunakan pendekatan yang berbeda, penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan baru mengenai bagaimana kedua faktor tersebut mempengaruhi pandangan masyarakat terhadap perbankan syariah. Dan hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi penting bagi pengembangan dan peningkatan layanan perbankan syariah di masa mendatang.

Metodologi

Metode yang digunakan penelitian adalah penelitian kuantitatif dengan pendekatan survei. Menurut Butarbutar et al., (2022), survei kuantitatif cocok digunakan saat meneliti populasi besar dengan ruang lingkup yang beragam. Sehingga metode ini sesuai dengan konteks isu yang dikaji. Penelitian ini dilaksanakan di Nagari Sinuruik Kecamatan Talu, Kabupaten Pasaman Barat dari tanggal 30 Oktober sampai dengan tanggal 30 Desember 2023. Responden dalam survey ini adalah Kepala Keluarga (KK) yang menjadi penanggung jawab pengeluaran sehari-hari dan anggota keluarga lainnya yang dipilih secara acak. Apabila KK tidak ada, pertanyaan akan ditunjukkan kepada Anggota Keluarga (AK) yang berusia lebih 18 tahun. Apabila lebih dari satu AK yang berumur 18 tahun ke atas, responden –juga dipilih salah satu secara acak. Data dikumpulkan dari 177 KK yang mewakili 320 KK dengan memperhatikan variabel sosial ekonomi, seperti jenis kelamin, tingkat pendidikan, pekerjaan, dan pendapatan bulanan. Instrumen penelitian berupa kuesioner yang dimodifikasi dari studi sebelumnya, dan pengambilan sampel dilakukan dengan menggunakan rumus Isaac dan Michael pada taraf kesalahan 5% (Sugiyono, 2019; 150).

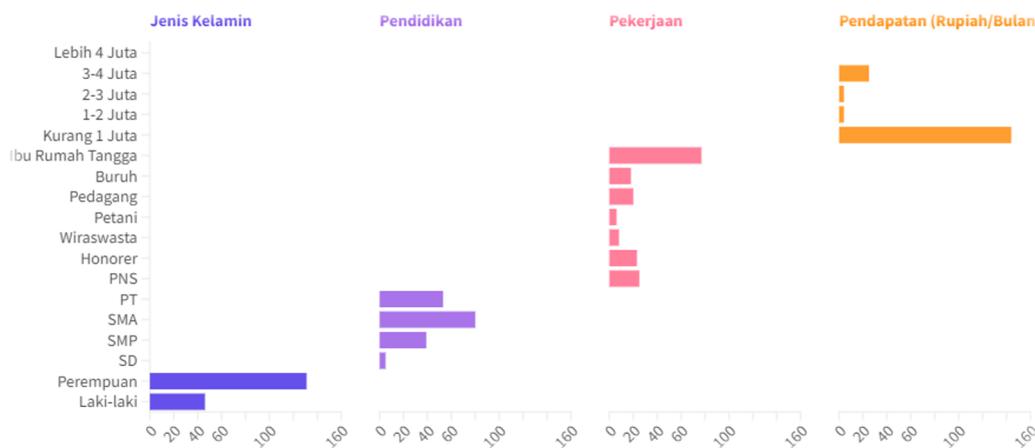
Teknik *simple random sampling* digunakan untuk memilih responden. Sebagaimana menurut Firmansyah & Dede (2022) pengambilan sampel dengan teknik *simple random sampling* memiliki sejumlah keunggulan. Diantaranya adalah kemudahan pengumpulan data dan memiliki keterwakilan populasi secara baik dan lebih rasional untuk digeneralisasi ke populasi. Setelah data dikumpulkan, analisis deskriptif dilakukan untuk mengetahui persepsi masyarakat terhadap perbankan syariah. Selanjutnya, uji asumsi klasik menggunakan pengujian normalitas Kolmogorov Smirnov untuk mengukur penyebaran data (titik) pada sumbu diagonal plot grafik P-P normal. Nilai signifikan yang lebih besar dari 0,05 menunjukkan bahwa data berdistribusi normal, sedangkan nilai signifikan yang lebih rendah menunjukkan bahwa data tidak berdistribusi normal. Namun, untuk menguji heterokedastisitas, nilai kolerasi Spearman digunakan untuk variabel independen dan absolut residual. Namun, alat analisisnya menggunakan *multiple linear regression* dengan menguji Uji F, Uji t, dan Uji R-Square untuk menemukan model regresi antara pengaruh pengetahuan dan status sosial masyarakat terhadap persepsinya tentang bank syariah.

Hasil dan Pembahasan

Berdasarkan kuesioner penelitian yang didistribusikan pada 177 responden, sebagaimana terlihat di grafik 2 berikut, sebagian besar responden yang berpartisipasi pada penelitian ini

merupakan perempuan dengan persentase 74% dan sisanya laki-laki 26%. Sementara berdasarkan tingkat pendidikan responden yang terlibat didominasi oleh lulusan SMA dengan persentase 45,2% kemudian disusul oleh lulusan perguruan tinggi 29%, SMP 22% dan SD 2,8%. Sementara itu berdasarkan pekerjaan responden sebagian besarnya merupakan ibu rumah tangga dengan persentase 43,5% kemudian disusul oleh PNS 14,1%, Pegawai Honorer 13%, Pedagang 11,3%, Buruh 10,2%, Wirasswasta 4,5% dan Petani 3,4%. Berdasarkan pendapatan responden didominasi dengan tingkat pendapatan kurang dari satu juta rupiah dengan persentase 81,4%, kemudian disusul dengan tingkat pendapatan 3 sampai 4 juta rupiah sebanyak 14,1%, dan diikuti 2 sampai 3 juta rupiah serta 1 sampai 2 juta rupiah masing-masingnya 2,3%.

Grafik 2. Karakteristik Responden
Berdasarkan Jenis Kelamin, Pendidikan, Pekerjaan, dan Pendapatan



Sumber: Data Diolah Peneliti (2024)

1. Deskripsi Persepsi Masyarakat Terhadap Perbankan Syariah

Persepsi masyarakat terhadap perbankan syariah tercermin pada Tabel 1. Berdasarkan studi yang dilakukan dari 177 responden, mereka menilai bahwa perbankan syariah telah baik dalam mengadopsi prinsip-prinsip syariah. Hal ini terlihat bahwa terkait dengan ini tingkat capaian responden yang mencapai 70%. Hasil penelitian ini berbeda dengan hasil penelitian sebelumnya yang menganggap bahwa perbankan syariah tidak berbeda secara signifikan dari perbankan konvensional dalam hal nilai transaksi (Lubis & Edi, 2024; Muchlis, 2021; Oktaviani & Rachmawati, 2019). Temuan lain dari studi ini adalah resiko dan keuntungan juga menjadi pertimbangan penilaian masyarakat. Berdasarkan hasil studi menunjukkan bahwa faktor-faktor tersebut dinilai masyarakat sebagai bahan pertimbangan dalam mempertimbangkan perbankan syariah sebagai mitra keuangannya sudah kategori cukup baik. Hal ini terlihat dari tingkat capaian responden sudah mencapai 60% yang berarti berkategori cukup baik.

Hasil penelitian ini memberikan suatu pemahaman bahwa persepsi masyarakat terhadap perbankan syariah sudah dapat dinilai baik dan dapat mengarahkan sikap nasabah terhadap perbankan syariah secara positif (Muchlis, 2021; Oktaviani & Rachmawati, 2019). Sejalan dengan itu, sebagaimana yang disebutkan Bouzekouk & Mansor (2024) bahwa nasabah

memiliki sikap terhadap perbankan syariah secara negatif karena persepsi risiko perbankan dan kinerja masa lampau dari lembaga perbankan yang dirasakan.

Tabel 1. Deskripsi Persepsi Masyarakat Terhadap Perbankan Syariah

Item	Referensi	Skor total	Skor maksimal	Tingkat Capaian Responden	Kategori
Penerimaan	Jayanti & Arista (2018)	650	885	70%	Baik
Penginterpretasian		519	885	60%	Cukup Baik

Sumber: Data Diolah Peneliti (2024)

2. Uji Asumsi Klasik

2.1. Uji Normalitas

Berdasarkan tabel 2. berikut diketahui bahwa nilai signifikan atau asymp.Sig. (2-tailed) sebesar $0,517 > 0,05$, sesuai dengan dasar pengambilan keputusan dalam uji kolmogorov-smirnov maka regresi memenuhi asumsi normalitas. Dengan demikian asumsi atau persyaratan normalitas sebagai syarat uji regresi linier berganda sudah terpenuhi.

Tabel 2. Uji Normalitas *One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test*

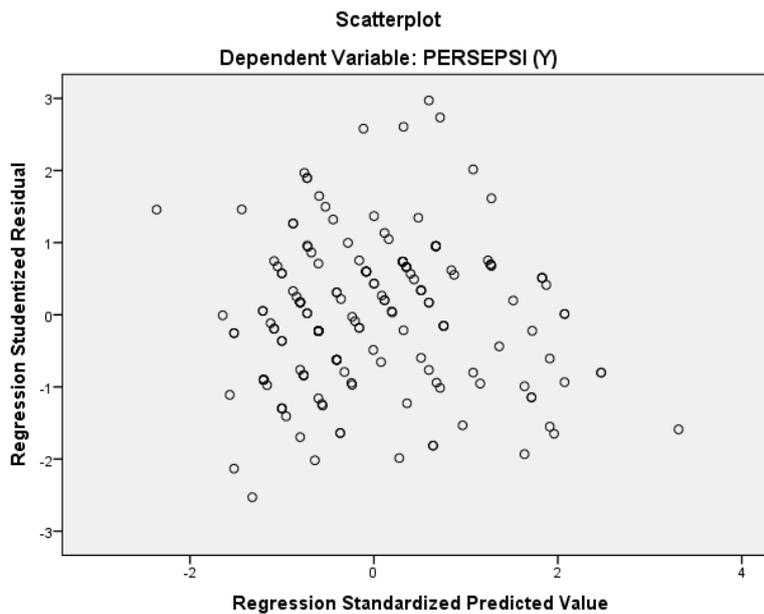
		Unstandardized Residual
N		177
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	1,06870041
Most Extreme Differences	Absolute	,061
	Positive	,061
	Negative	-,061
Kolmogorov-Smirnov Z		,817
Asymp. Sig. (2-tailed)		,517

Sumber: Data Diolah Peneliti (2024)

2.2. Uji Heterokedastisitas

Berdasarkan Gambar 1 uji heteroskedastisitas berikut terlihat bahwa titik-titik data tidak membentuk pola tertentu dan data menyebar di atas dan dibawah angka 0, maka dari itu dapat disimpulkan tidak terjadi gangguan asumsi heteroskedastisitas. Maka dengan terpenuhinya uji ini, artinya kedua persyaratan yang diperlukan untuk analisis data menggunakan regresi linier berganda pada penelitian ini sudah terpenuhi.

Gambar 1. Uji Heteroskedastisitas Scatterpot



Sumber: Data Diolah Peneliti (2024)

2.3. Uji Hipotesis

Berdasarkan hasil perhitungan didapat nilai uji F, Uji t dan Uji R-Square sebagai berikut:

Tabel 3. Uji Simultan F (F-test)

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	810,998	2	405,499	351,006	,000 ^b
Residual	201,013	174	1,155		
Total	1012,011	176			

Sumber: Data Diolah Peneliti (2024)

Berdasarkan hasil pengolahan data di atas di tabel 3, maka diketahui nilai F hitung adalah sebesar 351,006 > 3,05 F tabel maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis alternatif (H_a) diterima, maka artinya pengetahuan (X₁) dan status sosial (X₂) secara simultan berpengaruh terhadap persepsi (Y) masyarakat pada perbankan syariah di Jorong Kemakmuran Sinuruik.

Tabel 4. Uji Parsial (t-Test)

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	-,301	,463		-,649	,517		
Pengetahuan (X1)	,427	,028	,549	15,215	,000	,877	1,140
Status Sosial (X2)	,345	,023	,540	14,976	,000	,877	1,140

Sumber: Data Diolah Peneliti (2024)

Berdasarkan tabel 4 uji parsial t-test diatas diketahui untuk nilai signifikan (sig) pengetahuan adalah sebesar 0,000 karena nilai sig < probabilitas 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa pengetahuan masyarakat terhadap perbankan syariah berpengaruh positif dan signifikan terhadap persepsinya. Dan hasil uji t-test diatas juga diketahui nilai signifikansi (sig) status sosial adalah 0,000 karena nilai sig < α 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa ada pengaruh

positif dan signifikan status sosial masyarakat terhadap persepsi masyarakat terhadap perbankan syariah.

Tabel 5. Uji Koefisien Determinan (R- Square)

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,895 ^a	,801	,799	1,075

Sumber: Data Diolah Peneliti (2024)

Dari tabel 5 diatas dapat diketahui nilai (*R square*) 80,1 %. Artinya 80.1% dari persepsi masyarakat terhadap perbankan syariah dapat dijelaskan oleh pengaruh pengetahuan dan status sosial masyarakat. Sisanya 19,99% dipengaruhi oleh faktor lain.

3. Faktor Penentu Persepsi Masyarakat terhadap Perbankan Syariah

Hasil penelitian yang kami peroleh menunjukkan bahwa persepsi masyarakat terhadap perbankan syariah sangat dipengaruhi oleh pengetahuan mereka tentang perbankan dan status sosial ekonomi, dimana hal ini ditunjukkan oleh nilai R Square di atas. Pengetahuan yang mendalam tentang nilai-nilai agama dan prinsip-prinsip perbankan syariah berperan penting dalam membentuk persepsi positif terhadap bank syariah. Temuan ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Muchlis (2021), yang menyatakan bahwa sebagian besar nasabah tidak menggunakan layanan bank syariah disebabkan oleh kurangnya pemahaman tentang cara kerja bank syariah. Temuan ini menekankan pentingnya pengetahuan nasabah dalam membentuk persepsi positif terhadap perbankan syariah. Semakin baik pengetahuan nasabah tentang perbankan syariah, semakin luas pemahaman dan apresiasi mereka terhadap sistem tersebut (Widowati & Mustikawati, 2018).

Status sosial masyarakat, termasuk tingkat ekonomi, juga mempengaruhi persepsi terhadap perbankan syariah. Hasil penelitian menunjukkan bahwa masyarakat dengan status sosial yang lebih tinggi cenderung memiliki pandangan yang lebih positif terhadap perbankan syariah dibandingkan dengan mereka yang berada pada status sosial yang lebih rendah. Hal ini menunjukkan perlunya upaya untuk memperluas akses layanan ke semua lapisan masyarakat, terutama masyarakat ekonomi bawah, guna meningkatkan reputasi dan kepercayaan masyarakat terhadap perbankan syariah.

Temuan ini sejalan dengan penelitian sebelumnya oleh Kamarni et al. (2022), yang menunjukkan bahwa meskipun masyarakat berpenghasilan rendah memiliki pengetahuan dan literasi yang baik tentang perbankan dan produknya, akses mereka terhadap layanan perbankan syariah masih terbatas. Untuk mengatasi keterbatasan ini, perbankan syariah perlu mengembangkan kebijakan yang lebih inklusif dan ramah terhadap masyarakat berpenghasilan rendah. Ini bisa melibatkan pengenalan produk dan layanan yang lebih mudah diakses, dan penyediaan fasilitas edukasi, literasi keuangan yang lebih luas serta mendalam. Misalnya, program edukasi yang dirancang khusus untuk masyarakat ekonomi bawah dapat membantu mereka memahami manfaat dan prinsip-prinsip perbankan syariah, sehingga dapat meningkatkan kepercayaan dan kenyamanan mereka dalam menggunakan layanan ini. Bank syariah juga dapat menjalin kerja sama dengan lembaga-lembaga sosial dan pemerintah untuk memperluas jangkauan layanan mereka ke daerah-daerah yang kurang terlayani.

Pentingnya memperhatikan kebutuhan dan persepsi masyarakat ekonomi bawah tidak hanya untuk meningkatkan reputasi perbankan syariah, tetapi juga untuk menciptakan inklusi keuangan yang lebih baik di masyarakat. Dengan memberikan akses yang lebih baik dan

layanan yang lebih sesuai dengan kebutuhan mereka, perbankan syariah dapat memainkan peran penting dalam mendukung pertumbuhan ekonomi yang lebih merata dan berkelanjutan. Upaya ini juga dapat membantu mengurangi ketidaksetaraan ekonomi dan sosial, serta mendorong partisipasi yang lebih luas dalam sistem keuangan syariah. Dengan demikian, perbankan syariah tidak hanya menjadi pilihan yang lebih menarik bagi berbagai lapisan masyarakat, tetapi juga berkontribusi pada pembangunan sosial dan ekonomi yang lebih adil dan inklusif.

Persepsi masyarakat terhadap perbankan syariah memiliki peran penting dalam mendukung keberlanjutan perbankan syariah. Namun saat ini, persepsi masyarakat terhadap perbankan syariah masih bervariasi. Beberapa orang bahkan menganggap bahwa perbankan syariah tidak berbeda secara signifikan dari perbankan konvensional dalam hal nilai transaksi (Lubis & Edi, 2024; Muchlis, 2021; Oktaviani & Rachmawati, 2019). Namun hasil penelitian kami menunjukkan hal yang berbeda. Persepsi masyarakat terhadap perbankan syariah dinilai sudah baik oleh masyarakat. Namun, persepsi ini tergantung pada pengetahuan mereka tentang nilai-nilai syariah pada perbankan dan pengetahuan mereka tentang praktik perbankan syariah itu sendiri.

Hasil penelitian kami menunjukkan bahwa persepsi masyarakat terhadap perbankan syariah dipengaruhi oleh pengetahuan mereka tentang perbankan dan status sosial ekonomi. Pengetahuan yang mendalam tentang nilai-nilai agama dan prinsip-prinsip perbankan syariah berperan penting dalam membentuk persepsi positif terhadap bank syariah. Temuan ini sebenarnya sejalan dengan hasil penelitian Muchlis (2021), meskipun agak berbeda secara narasi, tetapi penelitiannya menunjukkan bahwa sebagian besar nasabah yang tidak menggunakan layanan bank syariah disebabkan karena kurangnya pemahaman tentang cara kerja bank syariah. Oleh karena itu, temuan ini menegaskan kembali pentingnya pembentukan pengetahuan nasabah dalam membentuk persepsi positif terhadap perbankan syariah. Semakin baik pengetahuan nasabah tentang perbankan syariah, semakin luas pemahaman dan apresiasi mereka terhadap perbankan tersebut (Widowati & Mustikawati, 2018).

Status sosial masyarakat, termasuk tingkat ekonomi, juga mempengaruhi persepsi terhadap perbankan syariah. Hasil penelitian menunjukkan bahwa masyarakat dengan status sosial yang lebih tinggi cenderung memiliki pandangan yang lebih positif terhadap perbankan syariah dibandingkan dengan mereka yang berada pada status sosial yang lebih rendah. Hal ini menunjukkan perlunya upaya untuk memperluas akses layanan ke semua lapisan masyarakat, terutama masyarakat ekonomi bawah, guna meningkatkan reputasi dan kepercayaan masyarakat terhadap perbankan syariah.

Untuk mengatasi keterbatasan ini, perbankan syariah perlu mengembangkan kebijakan yang lebih inklusif dan ramah terhadap masyarakat berpenghasilan rendah. Ini bisa melibatkan pengenalan produk dan layanan yang lebih mudah diakses serta penyediaan fasilitas edukasi dan literasi keuangan yang lebih luas dan mendalam. Misalnya, program edukasi yang dirancang khusus untuk masyarakat ekonomi bawah dapat membantu mereka memahami manfaat dan prinsip-prinsip perbankan syariah, sehingga dapat meningkatkan kepercayaan dan kenyamanan mereka dalam menggunakan layanan ini. Bank syariah juga dapat menjalin kerja sama dengan lembaga-lembaga sosial dan pemerintah untuk memperluas jangkauan layanan mereka ke daerah-daerah yang kurang terlayani.

Memperhatikan kebutuhan dan persepsi masyarakat ekonomi bawah tidak hanya untuk meningkatkan reputasi perbankan syariah semata, tetapi juga untuk menciptakan inklusi keuangan yang lebih baik di masyarakat sehingga mempercepat proses pembangunan ekonomi di daerah (Elfadhli et al., 2024). Dengan memberikan akses yang lebih baik dan layanan yang lebih sesuai dengan kebutuhan masyarakat, perbankan syariah dapat memainkan peran penting dalam mendukung pertumbuhan ekonomi yang lebih merata dan berkelanjutan. Upaya ini juga dapat membantu mengurangi ketidaksetaraan ekonomi dan sosial, serta mendorong partisipasi yang lebih luas dalam sistem keuangan syariah. Dengan demikian, perbankan syariah tidak hanya menjadi pilihan yang lebih menarik bagi berbagai lapisan masyarakat, tetapi juga berkontribusi pada pembangunan sosial dan ekonomi yang lebih adil dan inklusif.

Temuan penelitian ini memiliki relevansi dengan perkembangan perbankan syariah di Indonesia, yang menjadikan fokus pada persepsi masyarakat sebagai landasan penting untuk strategi peningkatan inklusi keuangan dan kepercayaan masyarakat. Di samping itu, penelitian ini juga telah berhasil mengidentifikasi dua faktor utama yang mempengaruhi persepsi masyarakat terhadap perbankan syariah, yaitu pengetahuan dan status sosial, yang memberikan kontribusi signifikan bagi pengembangan kebijakan yang lebih inklusif.

Meskipun begitu, penelitian ini juga memiliki keterbatasan lokasi penelitian, yang mungkin tidak sepenuhnya mewakili persepsi masyarakat di daerah lain di Indonesia, sehingga membatasi generalisasi hasilnya. Selain itu, penelitian ini hanya mengkaji 2 (dua) faktor, yaitu pengetahuan dan status sosial, yang memberikan gambaran yang terbatas tentang persepsi masyarakat. Penggunaan metode survei dalam penelitian ini juga memiliki keterbatasan dalam menggali alasan mendalam di balik persepsi masyarakat, yang mungkin dapat lebih diperkaya dengan metode kualitatif tambahan seperti wawancara mendalam. Terakhir, ketergantungan pada teknik *simple random sampling* dalam pemilihan responden meskipun bermanfaat untuk representativitas, mungkin tidak sepenuhnya mencerminkan pandangan dari semua kelompok masyarakat, terutama mereka yang memiliki pandangan unik atau sangat berbeda tentang perbankan syariah.

Kesimpulan dan Rekomendasi

Berdasarkan temuan penelitian ini, persepsi masyarakat terhadap perbankan syariah dinilai baik, terutama dalam hal adopsi prinsip-prinsip syariah. Meskipun demikian, faktor lain seperti risiko dan keuntungan juga turut mempengaruhi penilaian masyarakat terhadap perbankan syariah. Pengetahuan masyarakat tentang perbankan syariah dan status sosial ekonomi menjadi penentu utama dalam membentuk persepsi positif terhadap perbankan syariah. Hasil penelitian ini menegaskan bahwa peningkatan pengetahuan dan pemahaman masyarakat tentang prinsip-prinsip syariah serta perbankan syariah sangat penting dalam memperkuat persepsi positif tersebut. Selain itu, masyarakat dengan status sosial ekonomi yang lebih tinggi cenderung memiliki pandangan yang lebih positif terhadap perbankan syariah. Hasil temuan ini juga memberikan rekomendasi yang perlu menjadi pertimbangan kebijakan kepada pihak terkait yakni, sebagai berikut:

1. Peningkatan edukasi dan literasi keuangan: Bank syariah perlu meningkatkan program edukasi yang komprehensif, khususnya bagi masyarakat dengan tingkat pengetahuan yang rendah tentang perbankan syariah. Program ini dapat mencakup pelatihan, seminar,

- dan kampanye literasi keuangan yang fokus pada pemahaman prinsip-prinsip syariah dan produk-produk perbankan syariah.
2. Pengembangan produk dan layanan yang inklusif: perbankan syariah perlu mengembangkan produk dan layanan yang lebih inklusif, yang dapat diakses oleh semua lapisan masyarakat, termasuk mereka yang berada pada status sosial ekonomi yang lebih rendah. Ini bisa mencakup penawaran produk keuangan dengan persyaratan yang lebih mudah dipenuhi dan layanan keuangan berbasis digital untuk menjangkau masyarakat yang lebih luas.
 3. Kolaborasi dengan pemerintah dan lembaga sosial: perbankan syariah perlu menjalin kemitraan dengan pemerintah dan lembaga sosial untuk memperluas jangkauan layanan ke daerah-daerah yang kurang terlayani. Kolaborasi ini dapat berupa penyediaan fasilitas edukasi keuangan di komunitas-komunitas terpencil, serta program-program inklusi keuangan yang didukung oleh pemerintah.
 4. Penyesuaian strategi pemasaran: mengingat peran penting status sosial dalam membentuk persepsi masyarakat, bank syariah perlu menyesuaikan strategi pemasaran mereka untuk lebih responsif terhadap kebutuhan dan preferensi berbagai segmen masyarakat, termasuk segmen masyarakat dengan status sosial ekonomi rendah.
 5. Pemantauan dan evaluasi berkelanjutan: penting bagi perbankan syariah untuk secara rutin memantau dan mengevaluasi persepsi masyarakat terhadap layanan mereka, serta mengidentifikasi faktor-faktor yang dapat mempengaruhi persepsi tersebut. Evaluasi ini akan membantu dalam merumuskan kebijakan yang lebih efektif dan responsif terhadap dinamika perubahan persepsi masyarakat.

Dengan penerapan kebijakan-kebijakan ini, diharapkan perbankan syariah dapat meningkatkan inklusi keuangan, memperkuat kepercayaan masyarakat, dan berkontribusi pada pertumbuhan ekonomi yang lebih merata dan berkelanjutan.

Ucapan Terima Kasih dan Penyandang Dana

Penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah berkontribusi dalam penelitian ini serta dalam penulisan artikel ini. Dukungan, bantuan, dan saran dari berbagai pihak sangat berharga dalam menyelesaikan penelitian ini dengan baik. Terima kasih atas kerja sama dan kontribusi yang telah diberikan.

Konflik Kepentingan

Penulis menyatakan bahwa tidak memiliki konflik kepentingan yang terlibat dalam proses penelitian dan penulisan artikel ini. Semua hasil dan kesimpulan yang disajikan dalam artikel ini sepenuhnya didasarkan pada data dan analisis yang objektif.

Referensi

- Bouzekouk, S., & Mansor, F. (2024). The factors influencing the selection of fund management companies by Malaysian retail investors in the context of islamic unit trust funds. *Borsa Istanbul Review*, *October 2023*, 1–11. <https://doi.org/10.1016/j.bir.2024.06.007>
- Butarbutar, M., Anisah, H. U., Theng, B. P., Setyawati, C. Y., Nobelson, Islami, P. Y. N., Sari, I. P., Sufyati, Waruwu, D., Anwar, K., Dahlan, T., Sisca, & Triwardani, D. (2022). *Metodologi Penelitian: Pendekatan Multidisipliner* (A. Sudirman (ed.)). CV. MEDIA SAINS INDONESIA.
- Dalimunthe, N., Lubis, N. K., Islam, U., Sumatera, N., & Ekonomi, P. (2023). Peran Lembaga Perbankan Terhadap Pembangunan Eekonomi: Fungsi Dan Tujuannya Dalam Menyokong Ketenagakerjaan. *Jurnal Masharif Al-Syariah: Jurnal Ekonomi Dan*

- Perbankan Syariah*, 8(30), 956–963.
<https://doi.org/https://doi.org/10.30651/jms.v8i4.20997>
- Elfadhli, Budiman, F., & Bonavido, N. (2024). The Role Of The Regional Development Agency In The Economic Development. *E-Jurnal Apresiasi Ekonomi*, 12(1), 21–28.
- Firmansyah, D., & Dede. (2022). Teknik Pengambilan Sampel Umum dalam Metodologi Penelitian : Literature Review General Sampling Techniques in Research Methodology : Literature Review. *Jurnal Ilmiah Pendidikan Holistik*, 1(2), 85–114.
<https://doi.org/10.55927>
- Hasibuan, F. U., Wahyuni, R., Ekonomi, F., Bisnis, D., Islam, M. P. N., & Keputusan, T. (2020). Pengaruh Pengetahuan Masyarakat dan Minat Penerapan Nilai Islam Terhadap Keputusan Menggunakan Tabungan Perbankan Syariah (Studi Kasus Masyarakat Kota Langsa). *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 6(01), 22–33.
<https://doi.org/http://dx.doi.org/10.29040/jiei.v6i1.790>
- Iffah, L., Abdullah, M. F., & Aini, Y. N. (2018). Persepsi Nasabah Terhadap Tingkat Kualitas Pelayanan. *FALAH Jurnal Ekonomi Syariah*, 3(1), 79–96.
- Jayanti, F., & Arista, N. T. (2018). Persepsi Mahasiswa Terhadap Pelayanan Perpustakaan Universitas Trunojoyo Madura. *Kompetensi*, 12(2), 205–223.
- Kamarni, N., Handra, H., & Anshori, M. (2022). The Financial Inclusion of Islamic Banking for Low-Income Communities: Case Study In West Sumatera. *JEBIS: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 8(1), 32–53. <https://doi.org/10.20473/jebis.v8i1.30449>
- Kontot, K., Hamali, J., & Abdullah, F. (2016). Determining Factors of Customers ' Preferences : A Case of Deposit Products in Islamic Banking. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 224(August 2015), 167–175.
<https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2016.05.435>
- Lubis, R. S., & Edi, S. (2024). Analisis Persepsi Masyarakat Terhadap Produk-produk Perbankan Syariah : Studi Kasus pada Masyarakat Desa Sei Rotan. *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*, 5(6), 3495–3503.
<https://doi.org/https://doi.org/10.47467/elmal.v5i6.2640>
- Maswadeh, S. N. (2015). An Evaluation of SMEs Satisfaction toward Jordanian Islamic Banks Service Quality. *Procedia Economics and Finance*, 23(October 2014), 86–94.
[https://doi.org/10.1016/S2212-5671\(15\)00463-3](https://doi.org/10.1016/S2212-5671(15)00463-3)
- Menne, F., Surya, B., Yusuf, M., Suriani, S., Ruslan, M., & Iskandar, I. (2022). Optimizing the Financial Performance of SMEs Based on Sharia Economy : Perspective of Economic Business Sustainability and Open Innovation. *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*, 8(1), 18. <https://doi.org/10.3390/joitmc8010018>
- Muchlis, M. (2021). Persepsi Nasabah Terhadap Bank Syariah di Indonesia. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 7(03), 1793–1798.
<https://doi.org/http://dx.doi.org/10.29040/jiei.v7i3.3602>
- Nugraha, C. A., Riyanto, J., & Gozali, I. (2017). Pengaruh Persepsi Dan Nilai Nasabah Terhadap Tingkat Kepercayaan Bank (Studi Pada Nasabah Bank BPR Syariah Di Kota Semarang). *Media Ekonomi Dan Manajemen*, 32(1), 71–79.
- Oktaviani, A., & Rachmawati, L. (2019). Persepsi nasabah Tentang Kepatuhan Syariah dan Good Corporate Governance Terhadap Loyalitas Nasabah BNI Syariah Kantor Cabang Surabaya. *Jurnal Ekonomi Islam*, 2(2), 162–169.

- <https://doi.org/http://journal.unesa.ac.id/index.php/jie>
- Otoritas Jasa Keuangan, R. (2024). *Statistik Perbankan Syariah* (Edisi Mei, Issue April). Departemen Pengelolaan dan Data Statistik Otoritas Jasa Keuangan.
- Riaz, U., Burton, B., & Fearfull, A. (2023). Critical Perspectives on Accounting Emotional propensities and the contemporary Islamic banking industry. *Critical Perspectives on Accounting*, 94(January 2020), 102449. <https://doi.org/10.1016/j.cpa.2022.102449>
- Sholikin, E. R., & Pratiwi, I. E. (2020). Persepsi Masyarakat Terhadap Bank Syariah (Studi Kasus : Masyarakat Distrik Abepura). *El Mudhorib : Jurnal Kajian Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 1(1), 46–58. <https://doi.org/https://doi.org/10.53491/elmudhorib.v1i1.88>
- Sugioyono. 2019. *Metode Penelitian & Pengembangan: Research and Development*. Ed: Cetakan ke-4. Bandung: Alfabeta.
- Utama, A. S. (2020). Perkembangan Perbankan Syariah Di Indonesia. *Unes Law Review*, 2(3), 290–298. <https://doi.org/https://doi.org/10.31933/unesrev.v2i3.121>
- Widowati, A. S., & Mustikawati, R. I. (2018). Pengaruh Pengetahuan produk Tabungan, Reputasi Bank, dan Persepsi Nasabah Mengenai Suku Bunga Simpanan Terhadap Keputusan Menabung Nasabah. *JURNAL NOMINAL*, VII(2), 141–156. <https://doi.org/10.21831/nominal.v7i2.21643>
- Wijanarko, A., & Rachmawati, L. (2020). Pengaruh Literasi Keuangan Syariah, Islamic Branding, Dan Religiusitas Terhadap Keputusan Mahasiswa dalam Memilih Layanan Keuangan Syariah. *Jurnal Ekonomika Dan Bisnis Islam*, 3(1), 104–116. <https://journal.unesa.ac.id/index.php/jei/article/view/26476>
- Zainudin, Wahyuni, E., Mustaqim, Septiani, R., & Budiman, F. (2024). Memahami Peran Karakteristik Bisnis dalam Menghadapi Tantangan Global. *RISALAH IQTISADIAH: Journal of Sharia Economics*, 3(1), 38–46.
- Zhafira, N. H., Ertika, Y., & Chairiyaton. (2020). Persepsi Mahasiswa Terhadap Perkuliahan Daring Sebagai Sarana Pembelajaran Selama Masa Karantina Covid-19. *Jurnal Bisnis Dan Kajian Strategi Manajemen*, 4, 37–45.
- Zuhirsyan, M., & Nurlinda, N. (2021). Pengaruh Religiusitas, Persepsi dan Motivasi Nasabah Terhadap Keputusan Memilih Perbankan Syariah. *Jurnal Perbankan Syariah*, 2(2), 114–130. <https://doi.org/https://doi.org/10.46367/jps.v2i2.342>