

Relasi Nilai Budaya Dan Kepercayaan Terhadap Minat Masyarakat Pada Bank Syariah

Ismawati¹, Muh. Suherman K², Siti Radiatul Az-Zahra³

^{1,2,3}Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar

Email: ¹*ismawati@uin-alauddin.ac.id*, ²*mubsubermankuinam@gmail.com*, ³*stradiatulaz-zahra@gmail.com*

Abstract

The Islamic banking sector in Indonesia is a vital part of the country's growing financial system. As the country with the largest Muslim population, Indonesia has vast market potential. However, public participation is still below par compared to conventional banks. This gap suggests deeper factors beyond the technical side that influence public perception, particularly the strong influence of cultural values and belief systems in daily life. Indonesians tend to base their decisions on traditions, social customs, and religious principles. In this context, Islamic banks are seen not only as venues for economic transactions but also as institutions that must align with the moral and spiritual identities of their users. A lack of widespread understanding of the principle of profit-sharing and the prohibition of usury (*riba*) often creates doubts among communities with strong religious values. This study used qualitative methods with a descriptive analysis approach to explore this relationship. The results concluded that interest in Islamic banks is driven more by alignment with cultural identity and religious beliefs than simply material gain. However, this potential is hampered by a still-low technical understanding. Therefore, it is recommended that future researchers examine local cultural uniqueness more specifically. For banking practitioners, it is recommended to switch to a marketing strategy based on local wisdom to strengthen emotional closeness with the local community so that Islamic banking is more easily accepted widely.

Keywords: *Cultural Values, Trust, Customer Interest, Islamic Banks, Consumer Behavior.*

Abstrak

Sektor perbankan syariah di Indonesia merupakan bagian penting dari sistem keuangan nasional yang terus tumbuh. Sebagai negara dengan populasi Muslim terbesar, Indonesia memiliki potensi pasar luas. Namun, tingkat partisipasi masyarakat belum optimal dibandingkan bank konvensional. Kesenjangan ini menunjukkan adanya faktor mendalam di luar sisi teknis yang memengaruhi persepsi masyarakat, terutama kuatnya pengaruh nilai budaya dan sistem kepercayaan dalam kehidupan sehari-hari. Masyarakat Indonesia cenderung mengambil keputusan berdasarkan tradisi, kebiasaan sosial, dan prinsip religi. Dalam konteks ini, bank syariah tidak hanya dilihat sebagai tempat transaksi ekonomi, tetapi juga lembaga yang harus selaras dengan identitas moral dan spiritual penggunanya. Kurangnya pemahaman merata mengenai prinsip bagi hasil dan larangan *riba* sering kali menciptakan keraguan bagi masyarakat yang memiliki nilai religi kuat. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan analisis deskriptif untuk mendalami hubungan tersebut. Hasil penelitian menyimpulkan bahwa minat pada bank syariah lebih didorong oleh keselarasan identitas budaya dan keyakinan religi daripada sekadar keuntungan materi. Namun, potensi ini terhambat oleh pemahaman teknis yang masih rendah. Oleh karena itu, disarankan bagi peneliti selanjutnya untuk mengkaji keunikan budaya lokal secara lebih spesifik. Bagi praktisi perbankan, disarankan beralih ke strategi pemasaran berbasis kearifan lokal atau *local wisdom* guna memperkuat kedekatan emosional dengan masyarakat setempat agar perbankan syariah lebih mudah diterima secara luas.

Kata Kunci: Nilai Budaya, Kepercayaan, Minat Nasabah, Bank Syariah, Perilaku Konsumen.

Pendahuluan

Secara global, industri keuangan syariah telah menjadi tren baru yang menawarkan sistem ekonomi berbasis keadilan, transparansi, dan etika. Di Indonesia, sebagai negara dengan populasi Muslim terbesar di dunia, perbankan syariah memiliki potensi pasar yang sangat luas untuk menjadi pilar utama ekonomi nasional. Pemerintah melalui berbagai kebijakan strategis dan institusi keuangan terus berupaya memperluas jangkauan layanan ini agar dapat dinikmati oleh seluruh lapisan masyarakat sebagai alternatif dari sistem perbankan konvensional yang sudah lama mendominasi.¹ Upaya ini bertujuan untuk menciptakan ekosistem keuangan yang tidak hanya stabil secara profit, tetapi juga berkelanjutan secara sosial. Namun, meskipun didukung oleh regulasi yang kuat dan basis massa yang besar, pertumbuhan pangsa pasar (market share) perbankan syariah masih menghadapi tantangan besar dalam menarik minat masyarakat secara masif. Fenomena stagnasi pangsa pasar yang sulit menembus angka signifikan menunjukkan adanya tembusan psikologis yang belum terlampaui.²

Masih banyak kelompok masyarakat yang terjebak dalam keraguan atau belum sepenuhnya bersedia beralih dari sistem konvensional. Hal ini mengindikasikan bahwa pertimbangan masyarakat dalam memilih bank tidak hanya didasarkan pada aspek fitur produk, kemudahan teknologi, atau margin keuntungan saja, melainkan terdapat variabel non-teknis yang jauh lebih mendalam, sistematis, dan bersifat personal yang memengaruhi keputusan mereka. Salah satu variabel fundamental tersebut adalah nilai budaya. Di Indonesia, nilai budaya bukan sekadar tradisi, melainkan kompas dalam berperilaku ekonomi. Budaya masyarakat yang bersifat kolektif dan kental dengan nilai-nilai religiusitas membentuk persepsi khusus terhadap konsep bagi hasil dan keadilan distribusi kekayaan. Budaya ini menentukan bagaimana seseorang memandang riba, keuntungan, dan keberkahan dalam setiap transaksi.³

Ketika nilai budaya yang dianut seseorang sejalan dengan citra yang ditampilkan oleh perbankan syariah, maka akan muncul kedekatan emosional yang mendorong minat penggunaan layanan. Sebaliknya, hambatan budaya sering kali muncul ketika sosialisasi perbankan syariah dianggap terlalu kaku atau kurang menyentuh kearifan lokal yang ada di tengah masyarakat. Sejalan dengan faktor budaya, unsur kepercayaan (*trust*) muncul sebagai modal sosial yang mutlak diperlukan.⁴ Dalam industri jasa keuangan, kepercayaan adalah komoditas utama. Bagi masyarakat Indonesia, menempatkan dana di bank syariah bukan sekadar masalah keamanan finansial, melainkan juga masalah integritas moral dan spiritual. Masyarakat membutuhkan

¹ Roni Andespa, "Pengaruh Budaya Dan Keluarga Terhadap Minat Menabung Nasabah Bank Syari'ah," *Maqdis: Jurnal Kajian Ekonomi Islam* 2, no. 1 (2017).

² Rahmat Ilyas, "Manajemen Permodalan Bank Syariah," *BISNIS : Jurnal Bisnis Dan Manajemen Islam* 5, no. 2 (2018): 323, <https://doi.org/10.21043/bisnis.v5i2.3017>.

³ Moh. Ali Wafa, "Hukum Perbankan Dalam Sistem Operasional Bank Konvensional Dan Bank Syariah," *Kordinat: Jurnal Komunikasi Antar Perguruan Tinggi Agama Islam* 16, no. 2 (2017): 259, <https://doi.org/10.15408/kordinat.v16i2.6441>.

⁴ Yusvita Nena Arinta, "Analisis Perbandingan Kinerja Keuangan Antara Bank Syariah Dan Bank Konvensional (Studi Kasus Pada Bank Syariah Mandiri Dan Bank Mandiri)," *Muqtasid: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah* 7, no. 1 (2016): 119, <https://doi.org/10.18326/muqtasid.v7i1.119-140>.

keyakinan penuh bahwa bank syariah secara konsisten menerapkan prinsip syariah *compliance* (kepatuhan syariah) dalam setiap lini operasionalnya, mulai dari akad hingga distribusi keuntungan.⁵

Ketidakpercayaan terhadap kemurnian sistem syariah sering kali menjadi penghambat utama bagi masyarakat untuk berpindah jalur dari bank konvensional. Kepercayaan ini sangat rentan; satu keraguan terhadap transparansi bank dapat meruntuhkan minat masyarakat yang telah dibangun dalam waktu lama. Lebih jauh lagi, relasi antara nilai budaya dan kepercayaan ini saling berkelindan dalam membentuk niat perilaku (*behavioral intention*) masyarakat. Budaya yang kuat akan memperkuat kepercayaan, dan kepercayaan yang terjaga akan memvalidasi nilai budaya yang diyakini. Di tengah era digitalisasi, di mana informasi mengalir sangat cepat, perbankan syariah dituntut untuk mampu menerjemahkan nilai budaya dan integritas mereka ke dalam bentuk transparansi yang nyata. Ketidakkampuan bank dalam mengelola aspek emosional dan sosiologis ini akan membuat mereka terus dipandang sebagai produk alternatif daripada produk utama.⁶

Berdasarkan kompleksitas kondisi tersebut, menjadi sangat krusial untuk mengkaji secara komprehensif bagaimana keterkaitan antara nilai budaya dan faktor kepercayaan dalam memengaruhi minat masyarakat. Memahami relasi ini tidak hanya bermanfaat bagi literasi akademik, tetapi juga memberikan gambaran nyata bagi para praktisi perbankan mengenai strategi apa yang paling efektif untuk mendekati calon nasabah secara emosional dan rasional. Dengan menyelaraskan nilai budaya yang hidup di masyarakat dan memperkuat pilar kepercayaan, bank syariah dapat meningkatkan daya saingnya di pasar nasional. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis secara mendalam mengenai Relasi Nilai Budaya dan Kepercayaan Terhadap Minat Masyarakat pada Bank Syariah.

Metodologi Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan analisis deskriptif sebagai landasan utama dalam memahami fenomena sosial yang terjadi di tengah masyarakat.⁷ Pendekatan kualitatif dipilih karena penelitian ini tidak hanya berfokus pada angka atau data statistik semata, melainkan lebih menitikberatkan pada pemahaman mendalam terhadap perilaku, pandangan, nilai, serta pengalaman masyarakat terkait keberadaan dan perkembangan bank syariah. Dengan pendekatan ini, peneliti dapat menggali berbagai realitas sosial yang muncul secara alami di lingkungan masyarakat sehingga mampu memperoleh gambaran yang lebih utuh dan komprehensif mengenai objek penelitian. Sifat penelitian ini adalah deskriptif, yaitu berusaha mendeskripsikan dan menjelaskan fenomena yang terjadi berdasarkan kondisi nyata di lapangan. Penelitian deskriptif tidak hanya memaparkan fakta-fakta yang ditemukan, tetapi juga mencoba memahami hubungan antarfenomena yang memengaruhi minat masyarakat

⁵ Yulia Putri et al., "Strategi Meningkatkan Minat Menabung Di Bank Syariah Melalui Penerapan Religiusitas" 16, no. 1 (2019): 77-88.

⁶ Firda Irlianti Datu, "Pengaruh Kepercayaan, Daya Tarik, Nilai Pelanggan Dan Religiusitas Terhadap Niat Nasabah Meningkatkan Simpanan Menabung Pada Bank Syariah Indonesia Cabang Bekasi," 2023.

⁷ Eko Haryono, "Metodologi Penelitian Kualitatif Di Perguruan Tinggi Keagamaan Islam," *E-Journal an-Nuur: The Journal of Islamic Studies* 13 (2023): 1-6.

terhadap bank syariah.⁸ Dalam konteks ini, penelitian diarahkan untuk mengetahui bagaimana nilai budaya dan sistem kepercayaan masyarakat berperan dalam membentuk persepsi, sikap, serta keputusan mereka dalam menggunakan layanan perbankan syariah.

Budaya yang diwariskan secara turun-temurun sering kali memengaruhi cara masyarakat memandang sistem ekonomi dan keuangan, termasuk penerimaan terhadap konsep syariah dalam dunia perbankan. Melalui metode kualitatif, penelitian ini berupaya memahami fenomena sosial secara utuh dan mendalam berdasarkan sudut pandang masyarakat sebagai subjek penelitian. Peneliti tidak hanya melihat masyarakat sebagai objek yang diamati, tetapi juga sebagai sumber utama informasi yang memiliki pengalaman, pemahaman, serta interpretasi tersendiri terhadap keberadaan bank syariah. Dengan demikian, penelitian ini mampu menggambarkan realitas sosial secara lebih manusiawi dan kontekstual, karena setiap informasi yang diperoleh berasal dari pengalaman nyata yang dialami langsung oleh masyarakat. Dalam pelaksanaannya, peneliti bertindak sebagai instrumen kunci yang memiliki peran penting dalam seluruh proses penelitian. Peneliti terlibat secara langsung dalam pengumpulan data melalui observasi, wawancara, maupun interaksi sosial dengan masyarakat. Peran peneliti sebagai instrumen utama memungkinkan proses penggalian data dilakukan secara fleksibel dan mendalam, sehingga berbagai informasi yang bersifat tersirat maupun simbolik dapat dipahami dengan lebih baik.⁹

Peneliti berusaha membangun komunikasi yang terbuka dengan masyarakat agar mereka merasa nyaman dalam menyampaikan pandangan, keyakinan, serta pengalaman mereka terkait bank syariah. Selain itu, penelitian ini juga menitikberatkan pada bagaimana relasi antara nilai budaya dan kepercayaan benar-benar bekerja di lapangan. Dalam kehidupan masyarakat, budaya dan kepercayaan sering kali menjadi dasar dalam menentukan pilihan ekonomi dan keuangan. Sebagian masyarakat mungkin memandang bank syariah sebagai lembaga yang sesuai dengan nilai religius dan norma budaya mereka, sementara sebagian lainnya masih dipengaruhi oleh kebiasaan menggunakan sistem perbankan konvensional yang telah berlangsung lama. Oleh karena itu, penelitian ini berusaha mengidentifikasi bagaimana budaya lokal, tradisi, tingkat pemahaman agama, serta lingkungan sosial memengaruhi minat masyarakat terhadap bank syariah.¹⁰ Data yang diperoleh dari lapangan kemudian dikumpulkan, disusun, dan diolah secara sistematis agar menghasilkan informasi yang terstruktur dan mudah dipahami. Proses analisis dilakukan menggunakan analisis deskriptif, yaitu dengan menguraikan data berdasarkan tema, pola, dan hubungan antarfenomena yang ditemukan selama penelitian berlangsung. Analisis ini bertujuan untuk memberikan penjelasan yang rinci mengenai faktor-faktor yang memengaruhi minat masyarakat terhadap bank syariah serta bagaimana nilai-nilai syariah diterapkan dan diterima dalam kehidupan sosial masyarakat.

⁸ Noven Mukti, Tyagita Winaya; Suprayogi, "The Purpose of This Research Is to Find Similarities and Differences of Sharia Bank And," *Jurnal Ekonomi Syariah Teori Dan Terapan* 6, no. 6 (2019): 1137–52.

⁹ Mohamad Ainun Najib, "Penguatan Prinsip Syariah Pada Produk Bank Syariah," *Jurnal Jurisprudence* 7, no. 1 (2017): 15–28, <https://doi.org/10.23917/jurisprudence.v7i1.4351>.

¹⁰ Ilyas, "Manajemen Permodalan Bank Syariah."

Hasil Dan Pembahasan

A. Nilai Budaya

Nilai budaya merupakan seperangkat keyakinan, norma, adat istiadat, serta pandangan hidup yang tumbuh dan berkembang dalam suatu masyarakat serta diwariskan dari generasi ke generasi. Nilai budaya menjadi pedoman bagi masyarakat dalam berpikir, bersikap, dan bertindak dalam kehidupan sehari-hari. Keberadaan nilai budaya tidak hanya mencerminkan identitas suatu kelompok masyarakat, tetapi juga berfungsi sebagai dasar dalam membentuk pola perilaku sosial, hubungan antarindividu, serta cara masyarakat memandang berbagai aspek kehidupan, termasuk dalam bidang ekonomi dan keuangan. Dalam kehidupan masyarakat, nilai budaya memiliki pengaruh yang sangat kuat karena telah melekat dalam kebiasaan dan tradisi yang dijalankan secara terus-menerus. Nilai budaya membentuk cara masyarakat memahami apa yang dianggap baik, benar, pantas, dan bernilai dalam lingkungan sosial mereka. Oleh sebab itu, setiap keputusan yang diambil oleh individu maupun kelompok sering kali dipengaruhi oleh nilai budaya yang berlaku di sekitarnya. Nilai budaya juga menjadi alat kontrol sosial yang mengatur perilaku masyarakat agar tetap sesuai dengan norma dan aturan yang telah disepakati bersama. Nilai budaya pada dasarnya lahir dari pengalaman hidup masyarakat dalam jangka waktu yang panjang.¹¹

Pengalaman tersebut kemudian membentuk pola pikir dan kebiasaan yang diwariskan melalui pendidikan keluarga, lingkungan sosial, adat istiadat, maupun tradisi keagamaan. Dalam proses pewarisan tersebut, nilai budaya terus berkembang mengikuti perubahan zaman, namun tetap mempertahankan unsur-unsur pokok yang menjadi identitas masyarakat. Oleh karena itu, nilai budaya sering kali menjadi faktor penting dalam menentukan sikap masyarakat terhadap perubahan sosial dan perkembangan modernisasi. Dalam konteks sosial ekonomi, nilai budaya turut memengaruhi perilaku masyarakat dalam melakukan aktivitas ekonomi, termasuk dalam memilih lembaga keuangan yang digunakan. Masyarakat yang memiliki budaya religius yang kuat cenderung mempertimbangkan aspek moral dan agama dalam kegiatan ekonomi mereka. Hal ini dapat memengaruhi minat masyarakat terhadap lembaga keuangan syariah yang dianggap sesuai dengan nilai-nilai agama dan budaya yang mereka anut. Sebaliknya, masyarakat yang telah terbiasa dengan sistem ekonomi konvensional mungkin membutuhkan proses adaptasi yang lebih panjang dalam menerima konsep ekonomi syariah.¹²

Nilai budaya juga memiliki peran penting dalam membangun kepercayaan masyarakat. Dalam banyak komunitas, keputusan ekonomi sering kali tidak hanya didasarkan pada keuntungan material semata, tetapi juga mempertimbangkan nilai kebersamaan, kejujuran, gotong royong, dan rasa saling percaya. Nilai-nilai tersebut menjadi bagian dari budaya masyarakat yang memengaruhi cara mereka menjalin hubungan dengan lembaga keuangan maupun sesama anggota masyarakat. Oleh karena itu, keberhasilan suatu lembaga, termasuk bank syariah, tidak hanya ditentukan oleh kualitas layanan, tetapi juga oleh kemampuannya memahami dan menyesuaikan diri dengan nilai budaya masyarakat setempat. Selain itu, nilai budaya dapat menjadi kekuatan dalam menciptakan stabilitas sosial dan memperkuat identitas masyarakat. Budaya yang menjunjung tinggi solidaritas, musyawarah, dan kerja sama akan mendorong terciptanya hubungan sosial yang harmonis dalam kehidupan bermasyarakat. Nilai-nilai tersebut juga dapat mendukung penerapan prinsip-prinsip syariah yang menekankan keadilan, kejujuran, serta keseimbangan dalam aktivitas ekonomi. Dengan demikian, hubungan antara nilai budaya dan prinsip syariah memiliki keterkaitan yang erat dalam membentuk perilaku sosial dan ekonomi masyarakat.

¹¹ Andespa, "Pengaruh Budaya Dan Keluarga Terhadap Minat Menabung Nasabah Bank Syari'ah."

¹² Rulli Nasrullah, *Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya Dan Sosioteknologi* (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2015).

Secara keseluruhan, nilai budaya merupakan bagian fundamental yang tidak dapat dipisahkan dari kehidupan masyarakat karena berfungsi sebagai pedoman dalam mengatur sikap, perilaku, serta pola interaksi sosial antarindividu. Nilai budaya lahir dari proses panjang pengalaman sosial yang diwariskan dari generasi ke generasi sehingga menjadi identitas sekaligus karakter suatu masyarakat. Dalam kehidupan sehari-hari, nilai budaya memengaruhi cara masyarakat berpikir, mengambil keputusan, menentukan prioritas, hingga membentuk pandangan terhadap berbagai perubahan sosial dan ekonomi yang terjadi di lingkungan mereka. Oleh sebab itu, keberadaan nilai budaya memiliki pengaruh yang sangat besar dalam menentukan arah perkembangan suatu komunitas. Dalam konteks perkembangan ekonomi modern, khususnya terkait penerimaan masyarakat terhadap sistem perbankan syariah, nilai budaya memiliki posisi yang sangat strategis.¹³ Masyarakat yang memiliki budaya religius, semangat kebersamaan, kejujuran, serta prinsip kehati-hatian dalam transaksi ekonomi cenderung lebih mudah menerima konsep perbankan syariah. Hal ini disebabkan karena sistem perbankan syariah tidak hanya menawarkan layanan keuangan, tetapi juga membawa nilai-nilai etika, keadilan, transparansi, dan prinsip tolong-menolong yang selaras dengan budaya masyarakat tertentu.

B. Kepercayaan Terhadap Minat Masyarakat

Kepercayaan merupakan salah satu faktor utama yang sangat memengaruhi minat masyarakat dalam menentukan pilihan dan mengambil keputusan terhadap suatu layanan, produk, maupun lembaga tertentu. Dalam kehidupan sosial dan ekonomi, kepercayaan menjadi fondasi penting yang mampu menciptakan rasa aman, nyaman, dan keyakinan masyarakat terhadap kualitas serta kredibilitas suatu institusi. Semakin tinggi tingkat kepercayaan masyarakat, maka semakin besar pula minat mereka untuk menggunakan, mendukung, dan berpartisipasi dalam layanan yang ditawarkan. Sebaliknya, rendahnya tingkat kepercayaan dapat menyebabkan masyarakat bersikap ragu, enggan, bahkan menolak suatu sistem atau kebijakan yang diperkenalkan.¹⁴ Dalam konteks ekonomi dan perbankan, kepercayaan masyarakat memiliki hubungan yang sangat erat dengan minat untuk menggunakan layanan keuangan, termasuk perbankan syariah. Masyarakat akan memiliki minat yang tinggi apabila mereka meyakini bahwa lembaga tersebut mampu menjalankan operasional secara profesional, amanah, transparan, dan sesuai dengan prinsip-prinsip yang dijanjikan. Kepercayaan juga muncul dari pengalaman positif masyarakat, kualitas pelayanan yang baik, keamanan transaksi, serta kemampuan lembaga dalam menjaga kepentingan nasabah. Oleh karena itu, reputasi lembaga menjadi faktor penting dalam membangun keyakinan masyarakat terhadap suatu produk atau sistem keuangan.¹⁵

Selain itu, kepercayaan masyarakat juga dipengaruhi oleh tingkat pengetahuan dan pemahaman terhadap suatu layanan. Semakin baik pemahaman masyarakat mengenai manfaat, sistem kerja, dan tujuan suatu lembaga, maka semakin besar kemungkinan munculnya rasa percaya. Dalam perbankan syariah misalnya, masyarakat yang memahami konsep bagi hasil, larangan riba, serta prinsip keadilan dalam transaksi ekonomi cenderung memiliki minat yang lebih tinggi untuk menggunakan layanan tersebut. Sebaliknya, kurangnya informasi dan minimnya sosialisasi dapat menyebabkan munculnya keraguan sehingga minat masyarakat menjadi rendah. Kepercayaan juga dapat dibangun melalui pendekatan sosial dan budaya yang sesuai dengan karakter masyarakat. Sikap jujur, tanggung jawab, konsistensi pelayanan, serta keterbukaan informasi menjadi aspek penting dalam meningkatkan keyakinan publik. Dengan adanya kepercayaan yang kuat, masyarakat tidak hanya tertarik untuk

¹³ Andespa, "Pengaruh Budaya Dan Keluarga Terhadap Minat Menabung Nasabah Bank Syari'ah."

¹⁴ Bank Syariah, "Pengaruh Pengetahuan, Religiusitas Dan Kepercayaan Terhadap Minat Menabung," *Journal of Comprehensive Islamic Studies I* (2022): 133–56, <https://journal.centristm.or.id/index.php/jocis/index>.

¹⁵ Ade Julia Sari and Riyan Pradesyah, "Pengaruh Literasi Keuangan Syariah Dan Kepercayaan Terhadap Minat Masyarakat Bandar Parkland, Klang Selangor Malaysia Melakukan Transaksi Di Bank Islam," *Maneggio: Jurnal Ilmiah Magister Manajemen* 6 (2023): 44–53, <https://journal.centristm.or.id/index.php/jocis/index>.

menggunakan suatu layanan, tetapi juga dapat menjadi bagian dari upaya pengembangan dan penyebaran pengaruh positif lembaga tersebut di lingkungan sosialnya.¹⁶ Oleh karena itu, membangun dan menjaga kepercayaan masyarakat harus menjadi prioritas utama dalam meningkatkan minat dan partisipasi masyarakat terhadap berbagai sektor kehidupan, khususnya dalam bidang ekonomi dan perbankan.

C. Relasi Nilai Budaya Dan Kepercayaan Terhadap Minat Masyarakat Pada Bank Syariah

Dalam upaya mengetahui relasi nilai budaya, terdapat berbagai literatur yang dapat kepercayaan terhadap minat masyarakat dijadikan sebagai rujukan. Literatur literatur tersebut berkaitan dan menjadi pedoman dalam penelitian ini, yaitu. Bank syariah adalah lembaga keuangan yang terutama bergerak di bidang jasa penyimpanan, pembiayaan, dan lalu lintas pembayaran. Bank-bank ini beroperasi sesuai dengan prinsip-prinsip syariah Islam, yang dipandu oleh ajaran Al-Quran dan Hadits. Oleh karena itu, bank syariah menghindari segala aktivitas yang melibatkan riba dan secara ketat mematuhi praktik-praktik yang sejalan dengan syariah Islam. Perbedaan mendasar antara bank syariah dan bank konvensional terletak pada pelarangan transaksi berbasis bunga dalam perbankan syariah, sedangkan bank konvensional mengandalkan sistem bunga. Perbedaan yang signifikan ini sangat berdampak pada operasi dan berbagai produk yang ditawarkan oleh bank syariah.¹⁷

Perbankan melakukan tiga tugas utama: menerima dan meminjam uang, dan menyediakan layanan pengiriman uang. Dalam sejarah ekonomi Islam, sistem mengenai dunia perbankan sudah tercipta sejak zaman Nabi Muhammad (saw). Sejak masa tersebut, pembiayaan yang dilakukan dengan kontrak yang sesuai dengan prinsip-prinsip syariah telah menjadi bagian integral dari tradisi Muslim. Praktik-praktik seperti menerima simpanan, meminjamkan uang untuk keperluan konsumsi dan bisnis, serta melakukan pengiriman uang telah umum dilakukan sejak zaman Nabi Muhammad (saw). Sistem ini mencerminkan komitmen terhadap prinsip-prinsip keadilan dan tanggung jawab dalam pengelolaan keuangan yang sesuai dengan ajaran Islam (Fikri et al., 2023). Dua cendekiawan besar Pakistan, Abul A'la Al-Maududi (1961) dan Muhammad Hamidullah (1944-1962), juga telah menulis esai yang lebih mendalam dan menyeluruh tentang ide-ide perbankan Islam. Penelitian mereka sangat penting untuk memastikan bahwa bank-bank Islam tetap mengikuti prinsip syariah berdasarkan Al-Quran dan Hadis. Penelitian ini akan menemukan hal-hal yang harus selalu diperhatikan dalam operasi perbankan Islam.¹⁸

Pembahasan Perkembangan perbankan syariah di Indonesia menunjukkan adanya pertumbuhan yang cukup signifikan dalam beberapa tahun terakhir. Namun, pertumbuhan tersebut belum sepenuhnya diikuti oleh meningkatnya minat masyarakat secara merata untuk

¹⁶ Dyah Kusumawati and Saifudin, "Pengaruh Persepsi Harga Dan Kepercayaan Terhadap Minat Beli Secara Online Saat Pandemi Covid-19 Pada Masyarakat Millenia Di Jawa Tengah," *Jurnal Akuntansi Dan Bisnis* 6, no. 01 (2020): 1–13, <https://journal.uir.ac.id/index.php/JAB/article/view/299>.

¹⁷ Faisal Umardani Hasibuan et al., "Pengaruh Pengetahuan Masyarakat Dan Minat Penerapan Nilai Islam Terhadap Keputusan Menggunakan Tabungan Perbankan Syariah (Studi Kasus Masyarakat Kota Langsa)," *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam* 6, no. 01 (2020): 22–33, <https://jurnal.stie-aas.ac.id/index.php/jei/article/view/790/486>.

¹⁸ Kurnia Mahmuda Nainggolan and Habibatur Ridhah, "Analisis Pemahaman Masyarakat Tentang Perbankan Syariah Dan Pengaruhnya Terhadap Minat Menabung," *Tanmiyah Impact: Islamic Economics & Business Service Journal* 1, no. 3 (2025): 1–13.

menggunakan layanan bank syariah. Kondisi ini menunjukkan bahwa keputusan masyarakat dalam memilih lembaga keuangan tidak hanya dipengaruhi oleh faktor ekonomi dan teknologi, tetapi juga dipengaruhi oleh nilai budaya dan tingkat kepercayaan yang berkembang di tengah masyarakat. Dalam konteks penelitian ini, nilai budaya dan kepercayaan menjadi dua variabel penting yang memiliki relasi erat dalam membentuk minat masyarakat terhadap bank syariah. Nilai budaya masyarakat Indonesia yang cenderung religius, kolektif, dan menjunjung tinggi prinsip kebersamaan memiliki pengaruh besar terhadap pola perilaku ekonomi masyarakat. Pengetahuan merupakan segala informasi yang diketahui dan disimpan dalam benak nasabah.

Dalam tingkatan yang umum, pengetahuan dapat didefinisikan sebagai informasi yang disimpan didalam ingatan seseorang. sedangkan pengetahuan nasabah adalah kumpulan semua informasi yang sesuai dengan fungsi nasabah dipasar, baik berupa pengalaman, maupun produk atau jasa yang dimiliki nasabah.¹⁹ Budaya tersebut membentuk cara pandang masyarakat terhadap konsep keuangan, termasuk mengenai riba, keadilan, dan keberkahan dalam transaksi ekonomi. Dalam teori perilaku konsumen, budaya merupakan faktor mendasar yang memengaruhi keputusan seseorang dalam memilih suatu produk atau layanan. Literasi keuangan syariah adalah pemahaman dan keterampilan dalam mengelola keuangan sesuai prinsip Islam, termasuk pengetahuan akad, produk, dan layanan syariah. Tingkat literasi ini memengaruhi kemampuan individu membedakan perbankan syariah dan konvensional serta menentukan minat dalam menggunakan produk bank syariah.²⁰ Persepsi masyarakat adalah cara atau pandangan sekelompok individu dalam suatu komunitas atau lingkungan sosial dalam menafsirkan, memahami, dan memberikan makna terhadap suatu objek, fenomena, peristiwa, atau isu tertentu.²¹

Hal ini relevan dengan kondisi masyarakat Muslim Indonesia yang umumnya mempertimbangkan aspek halal dan kesesuaian syariat dalam aktivitas ekonomi mereka. Bank syariah hadir sebagai lembaga keuangan yang menawarkan sistem berbasis prinsip syariah seperti larangan riba, sistem bagi hasil, dan transaksi yang adil. Konsep ini secara teoritis memiliki kesesuaian dengan nilai budaya masyarakat Muslim Indonesia. Minat dapat dikatakan suatu ketertarikan terhadap sesuatu dan kecenderungan memilih apa yang diinginkan. Salah satunya dengan ketertarikan dan kecenderungan terhadap minat menabung, misalnya kecenderungan seseorang yang religius cenderung memilih bank syariah dari pada bank konvensional karena berdasarkan syariat agama konsep riba dalam bank konvensional itu tidak dibenarkan dalam islam.²² Ketika masyarakat merasa bahwa sistem perbankan syariah sejalan dengan keyakinan agama dan budaya yang mereka anut, maka akan muncul kedekatan emosional yang mendorong minat untuk menggunakan layanan tersebut. perilaku konsumen Indonesia berkaitan dengan religiusitas dilihat dari cara pengambilan keputusan pembelian produk. Perilaku konsumen Indonesia yang religius terlihat dari masyarakat Indonesia sangat peduli terhadap sesuatu yang diperbolehkan atau tidak diperbolehkan dalam agama, misalnya seorang muslim tidak akan membeli produk tanpa label halal yang dikeluarkan oleh MUI karena MUI sebagai suatu lembaga

¹⁹D I Bank Syariah, "No Title," 2020.

²⁰"No Title," 2025.

²¹"No Title."

²²Putri et al., "Strategi Meningkatkan Minat Menabung Di Bank Syariah Melalui Penerapan Religiusitas."

yang menjamin kehalalan suatu produk. Hal itu pun berlaku untuk pemilihan bank dalam menabung.²³ Dengan demikian, budaya tidak hanya berfungsi sebagai identitas sosial, tetapi juga menjadi dasar pertimbangan dalam pengambilan keputusan ekonomi.

Mereka melihat bank syariah bukan sekadar tempat menyimpan uang, tetapi juga sebagai bentuk implementasi nilai agama dalam kehidupan sehari-hari. Hal ini sesuai dengan teori nilai budaya yang menyatakan bahwa perilaku individu sangat dipengaruhi oleh sistem nilai yang diyakini dan diwariskan dalam lingkungan sosialnya. Semakin kuat budaya religius yang dimiliki seseorang, maka semakin besar pula kemungkinan individu tersebut memilih lembaga keuangan yang sesuai dengan prinsip agamanya. Selain faktor budaya, kepercayaan juga menjadi unsur penting dalam meningkatkan minat masyarakat terhadap bank syariah. Dalam industri jasa keuangan, kepercayaan merupakan modal utama karena masyarakat menyerahkan sebagian aset dan aktivitas finansialnya kepada lembaga perbankan. Kepercayaan dalam konteks bank syariah tidak hanya berkaitan dengan keamanan dana, tetapi juga berkaitan dengan keyakinan bahwa bank benar-benar menjalankan prinsip syariah secara konsisten dan transparan. Teori trust atau kepercayaan menjelaskan bahwa seseorang akan tertarik menggunakan suatu layanan apabila terdapat keyakinan terhadap integritas, kompetensi, dan konsistensi pihak penyedia layanan.

Dalam praktiknya, masyarakat sering kali masih meragukan apakah bank syariah benar-benar berbeda dari bank konvensional. Sebagian masyarakat menganggap bahwa sistem bank syariah hanya mengganti istilah bunga menjadi bagi hasil tanpa adanya perbedaan yang mendasar. Keraguan seperti ini menjadi hambatan besar dalam meningkatkan minat masyarakat terhadap bank syariah. Indonesia yang merupakan salah satu negara yang mayoritas penduduknya beragama Islam. Jumlah nasabah bank syariah di Indonesia dari tahun 2014 – 2017 selalu mengalami peningkatan setiap tahunnya. Akan tetapi jumlah tersebut masih sangat kecil jika dibandingkan dengan jumlah masyarakat Muslim di Indonesia. Partisipasi umat Islam terhadap bank syariah masih sangat minim, jika dihitung dalam persentase hanya sekitar 9,13 % dibandingkan dengan jumlah masyarakat Muslim di Indonesia. Jadi masyarakat muslim di Indonesia belum sepenuhnya ikut berpartisipasi didalam pengembangan perbankan syariah.²⁴

Kurangnya pemahaman masyarakat mengenai konsep akad, sistem bagi hasil, dan mekanisme operasional bank syariah turut memperlemah tingkat kepercayaan masyarakat. Kondisi ini menunjukkan bahwa keberhasilan bank syariah tidak hanya ditentukan oleh kualitas produk, tetapi juga oleh kemampuan lembaga dalam membangun edukasi dan transparansi kepada masyarakat. Semakin tinggi tingkat pemahaman masyarakat terhadap sistem syariah, maka semakin besar pula tingkat kepercayaan yang terbentuk. Relasi antara nilai budaya dan kepercayaan dalam penelitian ini menunjukkan hubungan yang saling memperkuat. Budaya religius membentuk keyakinan awal masyarakat terhadap pentingnya menggunakan lembaga keuangan yang sesuai syariat. Selanjutnya, kepercayaan terhadap integritas bank syariah akan memperkuat keputusan masyarakat untuk menjadi nasabah. Dengan kata lain, budaya menciptakan dasar emosional dan spiritual, sedangkan kepercayaan menjadi faktor penguat dalam tindakan nyata masyarakat untuk menggunakan layanan bank syariah. Di sisi lain, apabila

²³Putri et al.

²⁴Hasibuan et al., "Pengaruh Pengetahuan Masyarakat Dan Minat Penerapan Nilai Islam Terhadap Keputusan Menggunakan Tabungan Perbankan Syariah (Studi Kasus Masyarakat Kota Langsa)."

kepercayaan masyarakat terhadap bank syariah menurun akibat isu transparansi atau ketidaksesuaian praktik dengan prinsip syariah, maka nilai budaya yang sebelumnya mendukung juga dapat melemah.

Hal ini menunjukkan bahwa budaya dan kepercayaan tidak dapat dipisahkan dalam membentuk minat masyarakat. Keduanya bekerja secara simultan dan saling berkaitan dalam memengaruhi perilaku konsumen terhadap bank syariah. Penelitian ini juga menemukan bahwa pendekatan budaya lokal atau local wisdom memiliki pengaruh yang cukup efektif dalam meningkatkan kedekatan masyarakat dengan bank syariah. Masyarakat Indonesia cenderung lebih mudah menerima suatu lembaga apabila pendekatan yang digunakan sesuai dengan karakter sosial dan budaya setempat. Oleh karena itu, strategi pemasaran bank syariah tidak cukup hanya menonjolkan aspek formal keagamaan, tetapi juga harus mampu menyentuh nilai sosial dan budaya masyarakat lokal. Misalnya, di beberapa daerah yang memiliki budaya gotong royong dan kekeluargaan yang kuat, konsep bagi hasil dalam bank syariah dapat diposisikan sebagai bentuk kerja sama yang adil dan saling menguntungkan. Pendekatan seperti ini lebih mudah dipahami masyarakat dibandingkan penjelasan teknis mengenai akad syariah yang cenderung formal dan sulit dipahami oleh masyarakat awam.²⁵

Dengan demikian, integrasi antara nilai budaya lokal dan strategi komunikasi perbankan syariah menjadi faktor penting dalam membangun minat masyarakat. Hasil penelitian ini relevan dengan penelitian sebelumnya yang menyatakan bahwa religiusitas dan kepercayaan memiliki pengaruh positif terhadap minat masyarakat menggunakan bank syariah. Perbankan syariah adalah sistem perbankan yang beroperasi sesuai dengan prinsip-prinsip syariah Islam. Berbeda dengan perbankan konvensional yang menggunakan bunga (riba) sebagai basis keuntungan, perbankan syariah mendasarkan transaksinya pada prinsip bagi hasil (mudharabah, musyarakah), jual beli (murabahah), dan sewa (ijarah). Konsep utama dalam perbankan syariah adalah keadilan, transparansi, dan menghindari unsur-unsur yang dilarang dalam Islam, seperti riba, gharar (ketidakpastian), dan maysir (judi).²⁶

Dalam era digitalisasi saat ini, tantangan bank syariah menjadi semakin kompleks. Arus informasi yang cepat membuat masyarakat lebih kritis dalam menilai kredibilitas lembaga keuangan. Oleh karena itu, transparansi dan konsistensi dalam menjalankan prinsip syariah menjadi sangat penting untuk menjaga kepercayaan masyarakat. Bank syariah tidak cukup hanya menggunakan label “syariah”, tetapi harus mampu membuktikan implementasi nilai-nilai Islam secara nyata dalam seluruh operasionalnya. Selain itu, literasi keuangan syariah masyarakat Indonesia masih tergolong rendah. Banyak masyarakat yang belum memahami perbedaan mendasar antara sistem bunga dan bagi hasil. Akibatnya, sebagian masyarakat masih menganggap bank syariah dan bank konvensional memiliki sistem yang sama. Kondisi ini menunjukkan perlunya peningkatan edukasi dan sosialisasi yang lebih efektif dan mudah dipahami masyarakat. Berdasarkan hasil analisis, dapat dipahami bahwa minat masyarakat

²⁵ Satrio Novianto and Fauzatul Laily Nisa, “Pengaruh Kepercayaan Nasabah Terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah,” *As-Syirkah: Islamic Economics & Financial Journal* 3 (2024): 1177–89, <https://doi.org/10.56672/assyirkah.v3i3.283>.

²⁶ Nainggolan and Ridhah, “Analisis Pemahaman Masyarakat Tentang Perbankan Syariah Dan Pengaruhnya Terhadap Minat Menabung.”

terhadap bank syariah dipengaruhi oleh kombinasi antara nilai budaya dan kepercayaan. Nilai budaya memberikan landasan normatif dan spiritual bagi masyarakat dalam memilih lembaga keuangan, sedangkan kepercayaan menjadi faktor penentu dalam tindakan penggunaan layanan bank syariah. Ketika kedua faktor tersebut berjalan secara seimbang, maka potensi perkembangan bank syariah akan semakin besar.²⁷

Dengan demikian, bank syariah perlu membangun strategi yang tidak hanya berorientasi pada keuntungan ekonomi, tetapi juga memperhatikan aspek sosial, budaya, dan emosional masyarakat. Menurut Shah et al niat untuk membeli adalah penganalisisan dari sebuah keputusan dan juga menganalisis tentang alasan konsumen membeli suatu produk di tempat tertentu. Jadi, pemasar akan belajar tentang alasan seorang konsumen memiliki niat membeli untuk suatu produk. Niat beli juga dapat diartikan sebagai kecenderungan konsumen untuk pembelian merek yang paling disukai.²⁸ Setelah terjadinya evaluasi beberapa macam merek oleh konsumen maka nantinya pilihan akan menuju pada suatu yang paling pas dengan keinginan konsumen. Selain itu niat dapat tumbuh karna adanya faktor eksternal dan juga faktor internal. Faktor eksternal yaitu religiusitas. Sedangkan faktor internal yang berpengaruh pada niat menabung nasabah yaitu kepercayaan, daya tarik, dan nilai pelanggan. dimana kepercayaan mencakup segala pola berpikir, merasakan dan bertindak.²⁹ Pendekatan berbasis budaya lokal, peningkatan transparansi, penguatan edukasi syariah, serta konsistensi dalam menjalankan prinsip Islam menjadi langkah penting untuk meningkatkan minat masyarakat terhadap bank syariah di Indonesia.³⁰

Kesimpulan

Kesimpulan Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa nilai budaya dan kepercayaan memiliki relasi yang sangat erat dalam memengaruhi minat masyarakat terhadap bank syariah. Nilai budaya masyarakat Indonesia yang religius, kolektif, dan menjunjung tinggi prinsip keadilan menjadi landasan penting dalam membentuk persepsi masyarakat terhadap sistem perbankan syariah. Masyarakat cenderung lebih tertarik menggunakan bank syariah ketika sistem yang ditawarkan dianggap sejalan dengan keyakinan agama, norma sosial, dan budaya yang mereka anut. Dengan demikian, keputusan masyarakat dalam memilih bank tidak hanya didasarkan pada pertimbangan ekonomi semata, tetapi juga dipengaruhi oleh aspek moral, spiritual, dan budaya. Selain nilai budaya, faktor kepercayaan juga menjadi unsur utama yang menentukan minat masyarakat terhadap bank syariah. Kepercayaan masyarakat terbentuk melalui keyakinan bahwa bank syariah mampu menjalankan prinsip-prinsip syariah secara konsisten, transparan, dan sesuai dengan ajaran Islam. Namun, penelitian ini menemukan bahwa masih rendahnya pemahaman masyarakat mengenai konsep akad, sistem bagi hasil, dan

²⁷ Nur Rifai and Taufiq Wijaya, "Persepsi Masyarakat Non Muslim Terhadap Minat Menjadi Nasabah Bank Syariah," *Journal of Finance and Islamic Banking* 2, no. 1 (2019): 93–112, <https://doi.org/10.22515/jfib.v2i1.1811>.

²⁸ Lailatul Maulidya, Husni Awali, and Pratomo Cahyo Kurniawan, "Pengaruh Literasi Keuangan Syariah Terhadap Minat Masyarakat Menggunakan Produk Perbankan Syariah," *Jurnal Sahmiyya* 4, no. 2 (2025): 427–34, <https://e-journal.uingusdur.ac.id/sahmiyya/article/view/12655/3199>.

²⁹ Datu, "Pengaruh Kepercayaan, Daya Tarik, Nilai Pelanggan Dan Religiusitas Terhadap Niat Nasabah Meningkatkan Simpanan Menabung Pada Bank Syariah Indonesia Cabang Bekasi."

³⁰ G.W.I. Awal Habibah and Afriani Nur Hasanah, "PENGETAHUAN MASYARAKAT TENTANG PERBANKAN SYARIAH TERHADAP MINAT MENABUNG DIBANK SYARIAH (Studi Pada Masyarakat Desa Pagar Puding Kec . Tebo Ulu)," *Jurnal Margin* 1, no. 1 (2021): 44–57, <https://e-journal.lp2m.uinjambi.ac.id/ojs/index.php/margin/article/view/841/458>.

mekanisme operasional bank syariah menyebabkan munculnya keraguan terhadap perbedaan antara bank syariah dan bank konvensional. Kondisi tersebut menjadi salah satu hambatan utama dalam meningkatkan partisipasi masyarakat terhadap perbankan syariah. Penelitian ini juga menunjukkan bahwa hubungan antara nilai budaya dan kepercayaan bersifat saling memperkuat. Budaya religius membentuk kesadaran awal masyarakat untuk memilih lembaga keuangan yang sesuai syariat, sedangkan kepercayaan menjadi faktor yang memperkuat keputusan masyarakat untuk menggunakan layanan bank syariah secara nyata.

Oleh karena itu, keberhasilan perbankan syariah tidak hanya ditentukan oleh kualitas produk dan layanan, tetapi juga oleh kemampuan bank dalam membangun kedekatan emosional, meningkatkan literasi keuangan syariah, serta menjaga integritas dan transparansi operasionalnya. Berdasarkan temuan tersebut, disarankan agar praktisi perbankan syariah lebih mengembangkan strategi pendekatan berbasis budaya lokal atau local wisdom agar lebih mudah diterima oleh masyarakat. Selain itu, peningkatan edukasi dan sosialisasi mengenai prinsip-prinsip perbankan syariah perlu dilakukan secara lebih sederhana, efektif, dan berkelanjutan agar masyarakat memiliki pemahaman yang lebih baik terhadap sistem bank syariah. Bagi peneliti selanjutnya, penelitian ini dapat dikembangkan dengan mengkaji pengaruh budaya lokal tertentu secara lebih spesifik serta menambahkan variabel lain seperti kualitas layanan digital, loyalitas nasabah, dan pengaruh media sosial terhadap minat masyarakat menggunakan bank syariah.

Daftar Pustaka

- Andespa, Roni. "Pengaruh Budaya Dan Keluarga Terhadap Minat Menabung Nasabah Bank Syari'ah." *Maqdis: Jurnal Kajian Ekonomi Islam* 2, no. 1 (2017).
- Arinta, Yusvita Nena. "Analisis Perbandingan Kinerja Keuangan Antara Bank Syariah Dan Bank Konvensional (Studi Kasus Pada Bank Syariah Mandiri Dan Bank Mandiri)." *Muqtasid: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah* 7, no. 1 (2016): 119. <https://doi.org/10.18326/muqtasid.v7i1.119-140>.
- Datu, Firda Irlianti. "Pengaruh Kepercayaan, Daya Tarik, Nilai Pelanggan Dan Religiusitas Terhadap Niat Nasabah Meningkatkan Simpanan Menabung Pada Bank Syariah Indonesia Cabang Bekasi," 2023.
- Habibah, G.W.I. Awal, and Afriani Nur Hasanah. "PENGETAHUAN MASYARAKAT TENTANG PERBANKAN SYARIAH TERHADAP MINAT MENABUNG DIBANK SYARIAH (Studi Pada Masyarkat Desa Pagar Puding Kec . Tebo Ulu)." *Jurnal Margin* 1, no. 1 (2021): 44–57. <https://e-journal.lp2m.uinjambi.ac.id/ojs/index.php/margin/article/view/841/458>.
- Haryono, Eko. "Metodologi Penelitian Kualitatif Di Perguruan Tinggi Keagamaan Islam." *E-Journal an-Nuur: The Journal of Islamic Studies* 13 (2023): 1–6.
- Hasibuan, Faisal Umardani, Rahma Wahyuni, Fakultas Ekonomi, Dan Bisnis, Minat Penerapan Nilai-nilai Islam, and Teori Keputusan. "Pengaruh Pengetahuan Masyarakat Dan Minat Penerapan Nilai Islam Terhadap Keputusan Menggunakan Tabungan Perbankan Syariah (Studi Kasus Masyarakat Kota Langsa)." *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam* 6, no. 01 (2020): 22–33. <https://jurnal.stie-aas.ac.id/index.php/jei/article/view/790/486>.
- Ilyas, Rahmat. "Manajemen Permodalan Bank Syariah." *BISNIS : Jurnal Bisnis Dan Manajemen Islam* 5, no. 2 (2018): 323. <https://doi.org/10.21043/bisnis.v5i2.3017>.
- Kusumawati, Dyah, and Saifudin. "Pengaruh Persepsi Harga Dan Kepercayaan Terhadap Minat Beli Secara Online Saat Pandemi Covid-19 Pada Masyarakat Millenia Di Jawa Tengah." *Jurnal Akuntansi Dan Bisnis* 6, no. 01 (2020): 1–13.

- <https://journal.uyr.ac.id/index.php/JAB/article/view/299>.
- Maulidya, Lailatul, Husni Awali, and Pratomo Cahyo Kurniawan. "Pengaruh Literasi Keuangan Syariah Terhadap Minat Masyarakat Menggunakan Produk Perbankan Syariah." *Jurnal Sahmiyya* 4, no. 2 (2025): 427–34. <https://e-journal.uingsdur.ac.id/sahmiyya/article/view/12655/3199>.
- Mukti, Tyagita Winaya; Suprayogi, Noven. "The Purpose of This Research Is to Find Similarities and Differences of Sharia Bank And." *Jurnal Ekonomi Syariah Teori Dan Terapan* 6, no. 6 (2019): 1137–52.
- Nainggolan, Kurnia Mahmuda, and Habibatur Ridhah. "Analisis Pemahaman Masyarakat Tentang Perbankan Syariah Dan Pengaruhnya Terhadap Minat Menabung." *Tanmiyah Impact: Islamic Economics & Business Service Journal* 1, no. 3 (2025): 1–13.
- Najib, Mohamad Ainun. "Penguatan Prinsip Syariah Pada Produk Bank Syariah." *Jurnal Jurisprudence* 7, no. 1 (2017): 15–28. <https://doi.org/10.23917/jurisprudence.v7i1.4351>.
- Nasrullah, Rulli. *Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya Dan Sosioteknologi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2015.
- "No Title," 2025.
- Novianto, Satrio, and Fauzatul Laily Nisa. "Pengaruh Kepercayaan Nasabah Terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah." *As-Syirkah: Islamic Economics & Finacial Journal* 3 (2024): 1177–89. <https://doi.org/10.56672/assyirkah.v3i3.283>.
- Putri, Yulia, Ani Solihat, Rani Rahmayani, Iis Iskandar, Andry Trijumansyah, Universitas Bina, Sarana Informatika, Minat Menabung, and Bank Syariah. "Strategi Meningkatkan Minat Menabung Di Bank Syariah Melalui Penerapan Religiusitas" 16, no. 1 (2019): 77–88.
- Rifai, Nur, and Taufiq Wijaya. "Persepsi Masyarakat Non Muslim Terhadap Minat Menjadi Nasabah Bank Syariah." *Journal of Finance and Islamic Banking* 2, no. 1 (2019): 93–112. <https://doi.org/10.22515/jfib.v2i1.1811>.
- Sari, Ade Julia, and Riyan Pradesyah. "Pengaruh Literasi Keuangan Syariah Dan Kepercayaan Terhadap Minat Masyarakat Bandar Parkland, Klang Selangor Malaysia Melakukan Transaksi Di Bank Islam." *Maneggio: Jurnal Ilmiah Magister Manajemen* 6 (2023): 44–53. <https://journal.centris.or.id/index.php/jocis/index>.
- Syariah, Bank. "Pengaruh Pengetahuan , Religiusitas Dan Kepercayaan Terhadap Minat Menabung." *Journal of Comprehensive Islamic Studies* I (2022): 133–56. <https://journal.centris.or.id/index.php/jocis/index>.
- Syariah, D I Bank. "No Title," 2020.
- Wafa, Moh. Ali. "Hukum Perbankan Dalam Sistem Operasional Bank Konvensional Dan Bank Syariah." *Kordinat: Jurnal Komunikasi Antar Perguruan Tinggi Agama Islam* 16, no. 2 (2017): 259. <https://doi.org/10.15408/kordinat.v16i2.6441>.