

## Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Kisaran Kota Menggunakan Produk Bank Syariah Indonesia

Danil Syahputra<sup>1\*</sup>

Universitas Muhammadiyah Asahan<sup>\*1</sup>

<sup>\*1</sup>*email:* [danilSyahputra686@gmail.com](mailto:danilSyahputra686@gmail.com)

<i>Artikel Info</i>			
<i>Received:</i> <i>November 19, 2024</i>	<i>Revised:</i> <i>December 24, 2024</i>	<i>Accepted:</i> <i>January, 19, 2025</i>	<i>Published:</i> <i>February 17, 2025</i>

<p><b>Abstract:</b> This research aims to test the variables of Service, Knowledge and Trust on interest in using Indonesian Sharia Bank products. This research was conducted in Kisaran City, Asahan Regency. The research approach used is quantitative, and what can be obtained comes from distributing questionnaires to research respondents. The tool used in data processing uses Smart PLS. The results obtained show that there is an influence of the Knowledge and Trust variables on the interest of the people of Kisaran City in using Bank Syariah Indonesia products.</p> <p><b>Keywords:</b> Service; Knowledge; Trust; Interest; Sharia Bank.</p>	<p><b>Abstrak:</b> Penelitian ini bertujuan untuk menguji variabel Pelayanan, Pengetahuan, dan kepercayaan terhadap minat menggunakan produk bank syariah indonesia. Penelitian ini dilakukan di Kisaran Kota, Kabupaten Asahan. Metode pendekatan penelitian yang digunakan yaitu kuantitatif, dan dapat yang didapatkan berasal dari penyebaran angket kepada responden penelitian. Alat yang digunakan dalam pengolahan data dengan menggunakan Smart PLS. Hasil yang didapatkan, terdapat pengaruh variabel Pengetahuan dan Kepercayaan terhadap minat masyarakat Kota Kisaran Menggunakan Produk Bank Syariah Indonesia.</p> <p><b>Kata Kunci:</b> Pelayanan; Pengetahuan; Kepercayaan; Minat; Bank Syariah.</p>
---	---

### A. Pendahuluan

Perkembangan ekonomi Islam di Indonesia sangat erat kaitannya dengan kemajuan bank syariah. Sejak didirikan pada tahun 1991, Bank Muamalat Indonesia sebagai bank syariah pertama telah membuka jalan bagi institusi keuangan lain untuk mengembangkan produk dan layanan yang sesuai dengan prinsip syariah (Munawaroh, 2021). Pertumbuhan bank syariah ini tidak hanya menciptakan alternatif bagi

masyarakat yang ingin bertransaksi secara halal, tetapi juga memperkuat sistem keuangan nasional. Pentingnya dukungan regulasi juga tidak dapat diabaikan. Dengan adanya Undang-Undang No. 21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah, kerangka hukum yang jelas telah dibentuk, memberikan legitimasi dan jaminan bagi bank syariah untuk beroperasi (Wulandari & Pradesyah, 2023). Regulasi ini juga mendorong bank-bank konvensional untuk membuka unit syariah, memperluas akses masyarakat terhadap layanan keuangan syariah.

Bank syariah di Indonesia telah mengembangkan berbagai produk, seperti pembiayaan murabahah, musyarakah, dan mudharabah, yang memungkinkan masyarakat untuk menikmati layanan perbankan sesuai dengan prinsip syariah. Selain itu, bank syariah juga aktif dalam program-program sosial, seperti zakat dan wakaf, yang berkontribusi pada pengentasan kemiskinan dan pemberdayaan masyarakat (Ismail, 2024). Di sektor investasi, bank syariah turut berperan melalui penerbitan sukuk dan reksa dana syariah. Ini memberikan pilihan investasi yang sesuai dengan nilai-nilai Islam, sekaligus meningkatkan literasi keuangan masyarakat. Sebagai hasil dari sinergi antara perkembangan ekonomi Islam dan bank syariah, Indonesia kini menjadi salah satu pasar bank syariah terbesar di dunia. Hal ini menunjukkan bahwa masyarakat semakin sadar dan percaya pada keberadaan produk keuangan yang tidak hanya menguntungkan, tetapi juga sesuai dengan prinsip moral dan etika Islam. Dengan terus berkembangnya bank syariah, diharapkan ekonomi Islam di Indonesia akan semakin kuat dan berkontribusi positif terhadap perekonomian nasional.

Didalam konteks perkembangan ekonomi dan keuangan di Indonesia, bank syariah memainkan peran penting dalam menyediakan alternatif bagi masyarakat yang ingin bertransaksi sesuai dengan prinsip-prinsip syariah (Putra & Pradesyah, 2023). Namun, meskipun potensi besar yang dimiliki, tingkat adopsi produk bank syariah di berbagai daerah, termasuk Kota Kisaran, masih tergolong rendah. Permasalahan ini menimbulkan pertanyaan mengenai faktor-faktor apa saja yang memengaruhi minat

masyarakat untuk menggunakan produk-produk tersebut. Aspek pelayanan menjadi sangat krusial. Pelayanan yang diberikan oleh bank syariah harus memenuhi harapan dan kebutuhan masyarakat. Kualitas pelayanan mencakup berbagai elemen, seperti kecepatan, keramahan, serta kemudahan dalam mengakses produk dan layanan. Jika pelayanan yang diberikan tidak memuaskan, masyarakat mungkin akan enggan untuk menggunakan produk bank syariah (Voronova, 2021) (Sartika & Radiansyah, 2022). Oleh karena itu, penelitian ini berupaya untuk mengidentifikasi bagaimana kualitas pelayanan memengaruhi minat masyarakat.

Pengetahuan masyarakat mengenai produk bank syariah juga menjadi faktor penting. Banyak orang masih belum sepenuhnya memahami konsep bank syariah dan perbedaannya dengan bank konvensional. Kurangnya pengetahuan dapat menyebabkan kesalahpahaman yang menghalangi masyarakat untuk mencoba layanan yang ditawarkan. Penelitian ini mengkaji sejauh mana pengetahuan masyarakat tentang bank syariah berkontribusi terhadap keputusan mereka untuk menggunakan produk tersebut (Tlemsani, 2020) (Pradesyah et al., 2023). Dengan meningkatkan pengetahuan melalui edukasi dan sosialisasi, diharapkan masyarakat dapat lebih terbuka untuk mencoba layanan bank syariah. Kepercayaan merupakan elemen yang tidak kalah penting. Dalam konteks keuangan, kepercayaan masyarakat terhadap lembaga keuangan sangat berpengaruh terhadap keputusan mereka untuk bertransaksi. Masyarakat perlu merasa yakin bahwa produk yang ditawarkan bank syariah aman, transparan, dan sesuai dengan prinsip syariah. Jika masyarakat merasa ragu atau tidak percaya, mereka cenderung memilih untuk tidak menggunakan produk bank syariah. Oleh karena itu, penelitian ini juga akan mengeksplorasi bagaimana faktor kepercayaan memengaruhi minat masyarakat dalam menggunakan produk bank syariah. Selain itu, perlu dicatat bahwa ada berbagai faktor eksternal yang juga dapat memengaruhi minat masyarakat, seperti kondisi ekonomi, kebijakan pemerintah, dan persepsi masyarakat terhadap bank syariah secara umum.

Penelitian ini akan berusaha untuk memfokuskan pada tiga faktor utama tersebut—pelayanan, pengetahuan, dan kepercayaan—namun juga akan mempertimbangkan konteks yang lebih luas dalam menganalisis data. Dengan memahami pengaruh dari ketiga faktor ini, diharapkan penelitian ini dapat memberikan wawasan yang berharga bagi pengelola bank syariah dalam merancang strategi pemasaran dan pelayanan yang lebih efektif, serta membantu meningkatkan minat masyarakat untuk menggunakan produk bank syariah. Selain itu, penelitian ini juga dapat menjadi referensi bagi pihak-pihak terkait dalam upaya meningkatkan literasi keuangan syariah di masyarakat, sehingga potensi pertumbuhan sektor perbankan syariah di Indonesia dapat tercapai secara optimal. Melalui penelitian ini, diharapkan akan diperoleh rekomendasi yang dapat bermanfaat bagi pengambilan keputusan dalam pengembangan produk dan layanan bank syariah, serta meningkatkan kesadaran masyarakat akan manfaat dari menggunakan layanan perbankan yang sesuai dengan prinsip syariah.

## B. Metode Penelitian

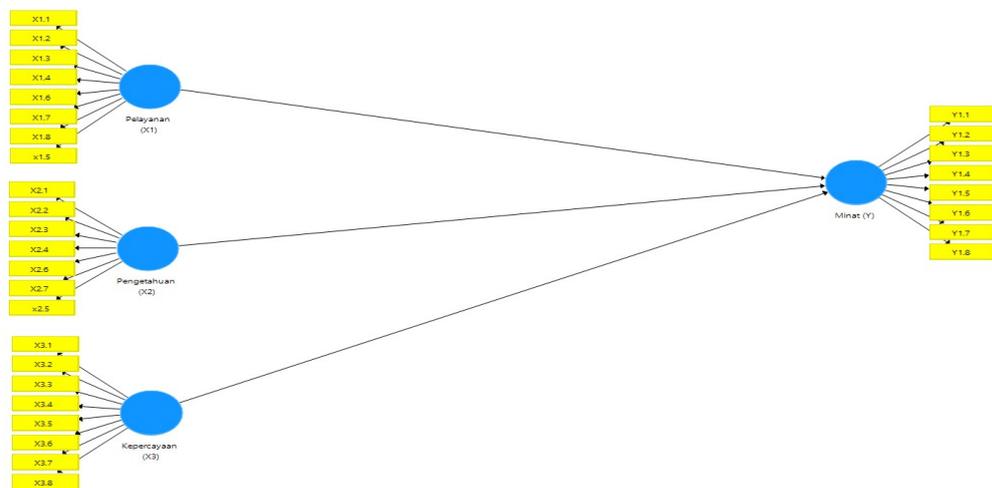
Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, dengan alat analisis yang digunakan yaitu SmartPLS. Data dikumpulkan langsung dari responden penelitian, dengan cara melakukan penyebaran angket melalui google form, kemudian data tersebut ditabulasi berdasarkan pernyataan dan variabel yang digunakan dalam penelitian. Adapun hipotesis penelitian yang ditawarkan dalam penelitian ini yaitu :

- 1 H<sub>0</sub> : Tidak ada pengaruh pelayanan terhadap minat masyarakat kisaran kota menggunakan produk bank syariah  
Ha : Ada pengaruh pelayanan terhadap minat masyarakat kisaran kota menggunakan produk bank syariah
- 2 H<sub>0</sub> : Tidak ada pengaruh pengetahuan terhadap minat masyarakat kisaran kota menggunakan produk bank syariah  
Ha : Ada pengaruh pengetahuan terhadap minat masyarakat kisaran kota menggunakan produk bank syariah

- 3 H<sub>0</sub> : Tidak ada pengaruh kepercayaan terhadap minat masyarakat kisaran kota menggunakan produk bank syariah  
H<sub>a</sub> : Ada pengaruh kepercayaan terhadap minat masyarakat kisaran kota menggunakan produk bank syariah

### C. Hasil dan Pembahasan

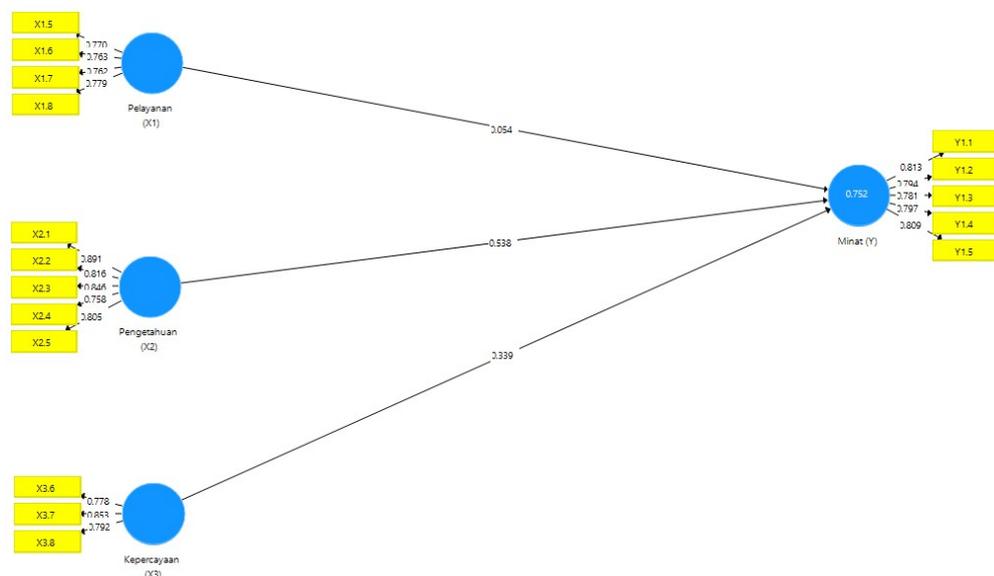
Pengambilan data penelitian yang dilakukan dalam penelitian ini dengan cara menyebarkan angket penelitian kepada responden. Adapun pernyataan dari masing-masing variabel Pelayanan (X1) sebanyak 8 pernyataan, kemudian variabel Pengetahuan (X2) sebanyak 7 pernyataan, kemudian variabel Kepercayaan (X3) sebanyak 8 pernyataan, dan variabel Minat (Y) sebanyak 8 pernyataan. Setelah didapatkannya data, maka peneliti melakukan pengolahan data dengan menggunakan SmartPLS, Adapun hasil yang didapatkan pada awal model adalah sebagai berikut :



**Gambar 1. Model Awal**

Gambar di atas menggambarkan model awal yang dibuat dengan menggunakan SmartPLS dengan masing-masing pernyataan pada variabel yang digunakan pada penelitian. Kemudian setelah itu, dilakukan uji outerloading untuk melihat validitas dari

masing-masing pernyataan pada angket penelitian, Adapun hasil yang didapatkan setelah melakukan uji outerloading adalah sebagai berikut :



**Gambar 2. Gambar Pengujian Outerloading**

Gambar di atas menunjukkan, bahwa dari variabel Pengetahuan (X1) ada sebanyak 4 pernyataan yang valid dari 8 pernyataan yang diajukan, atau dalam kata lain adanya sebanyak 4 pernyataan yang dinyatakan memenuhi dalam uji outerloading. Kemudian pada variabel Pengetahuan (X2) ada 5 pernyataan yang memenuhi dari 7 pernyataan yang diajukan. Kemudian pada variabel Kepercayaan (X3) ada 3 pernyataan dari 8 pernyataan yang diajukan, kemudian yang terakhir pada variabel Minat (Y) ada 5 pernyataan yang dinyatakan memenuhi uji outerloading dari 8 pernyataan yang diajukan. Adapun table dari hasil uji outerloading yang didapatkan adalah sebagai berikut :

**Tabel.1. Uji Validitas (Outer Loading)**

	Kepercayaan (X3)	Minat (Y)	Pelayanan (X1)	Pengetahuan (X2)
X1.5			0,770	
X1.6			0,763	
X1.7			0,762	
X1.8			0,779	
X2.1				0,891
X2.2				0,816
X2.3				0,846
X2.4				0,758
X2.5				0,805
X3.6	0,778			
X3.7	0,853			
X3.8	0,792			
Y1.1		0,813		
Y1.2		0,794		
Y1.3		0,781		
Y1.4		0,797		
Y1.5		0,809		

Tabel di atas menunjukkan bahwa ada beberapa pernyataan yang memenuhi standart pengujian outerloading yang dilakukan di dalam penelitian, dimana nilai outerloading >0,7. Artinya, pernyataan yang dinyatakan valid atau memenuhi kriteria dalam pengujian outerloading dipaparkan di dalam table. Langkah selanjutnya adalah melakukan pengujian Kemudian dilanjutkan dengan melakukan Uji reliabilitas, guna untuk membuktikan akurasi, konsistensi dan ketepatan instrumen dalam mengukur konstruk. Pada *PLS-SEM* dan menggunakan program *Smart PLS 3*, untuk menghitung reliabilitas suatu konstruk dengan indikator refleksif dapat dilakukan dengan dua cara yaitu dengan *Cronbach's Alpha* dan *Composite Reliability*. Konstruk dinyatakan *reliable* jika nilai *composite reliability* maupun *cronbach alpha* di atas 0,70 (Fajri et al., 2022). Adapun hasil pengolahan data yang dilakukan adalah sebagai berikut :

**Tabel.2. Reabilitas Construk**

	Cronbach's Alpha	rho_A	Composite Reliability	Average Variance Extracted (AVE)
--	------------------	-------	-----------------------	----------------------------------

Kepercayaan (X3)	0,736	0,745	0,850	0,654
Minat (Y)	0,859	0,860	0,898	0,638
Pelayanan (X1)	0,769	0,771	0,852	0,591
Pengetahuan (X2)	0,881	0,886	0,914	0,679

Tabel di atas menunjukkan bahwa model utama sudah memenuhi persyaratan pengujian konvergen validitas, dimana nilai alpha Cronbach variabel  $> 0,7$ , kemudian nilai composite reliability  $> 0,7$  dan AVE  $< 0,5$ . Artinya, bahwa semua instrument pada masing-masing variabel yang digunakan didalam penelitian telah memenuhi uji konvergen validitas yang dilakukan. Selanjutnya dilakukan pengujian t-statistik yang akan membandingkan nilai t-tabel dengan tingkat kesalahan  $\alpha = 5\%$ , Adapun nilai t-tabel yang didapatkan sebesar 1,66, artinya hipotesis penelitian akan diterima bila memiliki nilai t-statistik  $> 1,66$ , dan nilai P values  $< 0,05$ . Adapun hasil pengujian statistic yang dilakukan adalah sebagai berikut :

**Tabel 3. Uji t-statistik**

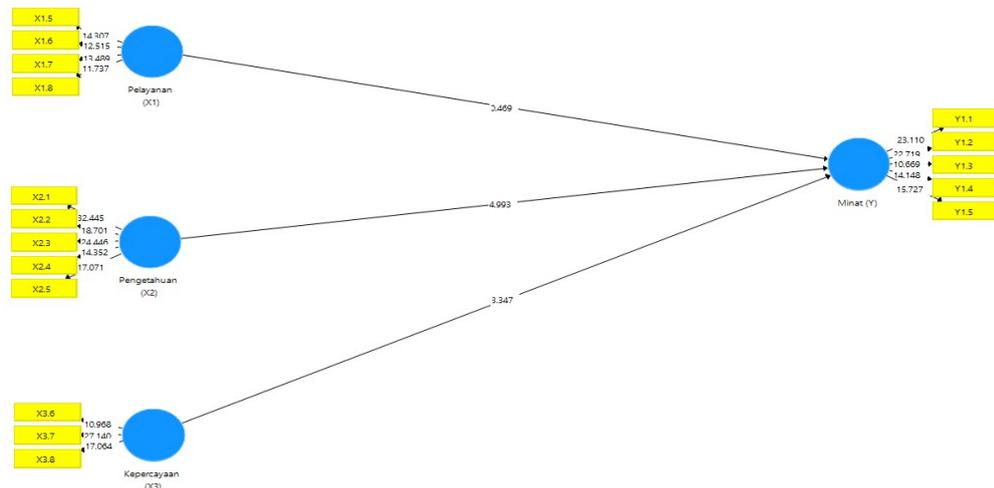
	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T Statistics ( O/STDEV )	P Values
Kepercayaan (X3) -> Minat (Y)	0,339	0,338	0,101	3,347	0,001
Pelayanan (X1) -> Minat (Y)	0,054	0,061	0,115	0,469	0,639
Pengetahuan (X2) -> Minat (Y)	0,538	0,538	0,108	4,993	0,000

Dari hasil uji statistic yang dilakukan, bahwa dapat dilihat pada variabel Pelayanan X1, nilai t-statistik sebesar  $0,469 < 1,66$ , dan nilai P values sebesar  $0,639 > 0,05$ , artinya tidak ada pengaruh signifikan pelayanan terhadap minat masyarakat menggunakan produk bank syariah. Hal ini tidak sejalan dengan penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Furqan Uki, 2022), dalam penelitiannya mengungkapkan bahwa pelayanan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat masyarakat Selangor, Malaysia. Perbedaan hasil ini mungkin saja diakibatkan oleh

budaya yang ada di masing-masing negara, sehingga memiliki hasil yang berbeda dengan hasil yang dilakukan oleh peneliti saat ini.

Kemudian selanjutnya variabel pengetahuan (X2) memiliki nilai t-statistik sebesar  $4,993 > 1,66$  dan nilai P values sebesar  $0,00 < 0,05$ , artinya ada pengaruh signifikan variabel pengetahuan terhadap minat masyarakat untuk menggunakan produk bank syariah Indonesia yang ada di Kisaran Kota. Kemudian variabel kepercayaan (X3) memiliki nilai statistic sebesar  $3,347 > 1,66$ , dan nilai P Values sebesar  $0,01 < 0,05$ , yang artinya ada pengaruh secara signifikan variabel kepercayaan terhadap minat masyarakat kota kisaran menggunakan produk bank syariah Indonesia.

Hasil penelitian tersebut juga dikonfirmasi dari inner model yang didapatkan, Adapun inner model yang didapatkan dari hasil pengolahan data yang dilakukan adalah sebagai berikut :



**Gambar 3. Inner Model**

Hasil di atas dimasukkan dalam model persamaan  $\eta_1 = 0,469 \xi_1 + 4,993 \xi_2 + 3,347 \xi_3 + \zeta$ . Dan kemudian dapat dilihat juga atau di evaluasi melalui inner model yang didapatkan.

#### **D. Simpulan**

Hasil pembahasan yang dilakukan, dari pengolahan data yang didapatkan, bahwa dapat disimpulkan, variabel yang digunakan didalam penelitian memiliki pengaruh yang signifikan (X2, dan X3), sementara itu pada variabel pelayanan (X1) tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat masyarakat Kota Kisaran menggunakan produk bank syariah. Disarankan untuk penelitian selanjutnya mengkaji lebih dalam lagi terkait dengan variabel pelayanan, dan mengembangkan responden penelitian, dengan menggunakan indikator yang sama.

#### **E. Daftar Pustaka**

- Fajri, N., Hamidah, & Anshari, M. R. (2022). Efektifitas Penggunaan Strategi Pembelajaran Card Sort Dalam Meningkatkan Kemampuan Membaca Al-Qur'an Pada Anak di TPA Sidomulyo Kota Palangka Raya. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 8(19), 150–157.
- Furqan Uki, R. P. (2022). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Good Corporate Governace (GCG) terhadap Minat Transaksi di Bank Islam (Studi Kasus di Bandar Park Land, Slangor, Malaysia)*. 4, 1349–1358.
- Ismail, A. H. (2024). *Mudharabah Financing In Increasing The Income Of Halal Msmes*. 5, 1841–1847.
- Kamal, C. R. (2024). A Perspective on the Existence and Development of Islamic Banking in India. In *Contributions to Management Science* (pp. 207–214). [https://doi.org/10.1007/978-3-031-48770-5\\_17](https://doi.org/10.1007/978-3-031-48770-5_17)
- Karimuddin. (2024). Bank Interest In The Contemporary Era: Problem Of Ad'afan Muda'afah Interpretation In Determining Law Of Usury. *MILRev: Metro Islamic Law Review*, 3(1), 43–65. <https://doi.org/10.32332/milrev.v3i1.8948>
- Lum, I. (2021). A Comparative Study Of Islamic Finance In Australia And The Uk. In *A Comparative Study of Islamic Finance in Australia and the UK*. <https://doi.org/10.4324/9780429294808>
- Munawaroh. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah Mandiri (Studi Kasus Pada Kantor Cabang Pembantu Pulo Brayan Medan). *AGHNIYA: Jurnal Ekonomi Islam*, 3(1). <https://doi.org/10.30596/aghniya.v3i1.5848>
- Pitluck, A. Z. (2021). Islamic Finance in the Global North: Secular Incubators,

Elementary Accommodation, and Strategic Negligence. In *Handbook of Contemporary Islam and Muslim Lives* (Vol. 2, pp. 719–746). [https://doi.org/10.1007/978-3-030-32626-5\\_67](https://doi.org/10.1007/978-3-030-32626-5_67)

Pradesyah, R. (2020). Pengaruh Promosi Dan Pengetahuan Terhadap Minat Masyarakat Melakukan Transaksi Di Bank Syariah (Studi Kasus Di Desa Rahuning). *Al-Sharf: Jurnal Ekonomi Islam*, 1(2), 113–122. <https://doi.org/10.56114/al-sharf.v1i2.65>

Pradesyah, R., Muhammadiyah, U., & Utara, S. (2023). *The Influence Of Sharia Hotel Literacy , Service And Promotion On Consumers ' Decisions To Use Sharia Hotel Services In Medan City , With.* 4, 815–827.

Putra, R., & Pradesyah, R. (2023). The Impact Of Social Media And Lifestyle On The Decision To Become A Customer At Pt. Bank Syariah Indonesia Kcp Tomang Elok MedaN. *NBER Working Papers*, 6(3), 89. <https://doi.org/https://doi.org/10.31538/ijjse.v6i3.3951>

Qaruty, R. Al. (2024). The Impact of Necessity on Deposit Guarantee in Islamic Banks: An Applied Jurisprudential Study. In *Contributions to Management Science* (pp. 227–242). [https://doi.org/10.1007/978-3-031-48770-5\\_19](https://doi.org/10.1007/978-3-031-48770-5_19)

Radiansyah, M. (2020). Analisis Faktor-Faktor Kualitas Pelayanan Pada Minat Nasabah Non Muslim Terhadap Bank Syariah(Pt Bank Muamalat Indonesia Tbk. Kantor Cabang Kota Pematangsiantar). *Al-Sharf: Jurnal Ekonomi Islam*, 1(2), 204–227. <https://doi.org/10.56114/al-sharf.v1i2.73>

Sartika, & Radiansyah, M. (2022). Pengaruh Persepsi Konsumen Dan Motivasi Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Kartu Indosat Ooredoo (Studi Kasus Masyarakat Harjosari 1 Kec. Medan Amplas). *Al-Sharf: Jurnal Ekonomi Islam*, 3(3), 409–426. <https://doi.org/10.56114/al-sharf.v3i3.446>

Tlemsani, I. (2020). Comparative study of the Islamic interbank benchmark verses conversional rates. *Journal of Islamic Marketing*, 11(6), 1351–1365. <https://doi.org/10.1108/JIMA-03-2019-0053>

Voronova, E. Y. (2021). Islamic (partner) accounting and its comparison with international financial accounting standards (ifrs). *Universal Journal of Accounting and Finance*, 9(2), 267–274. <https://doi.org/10.13189/UJAF.2021.090217>

Wulandari, P., & Pradesyah, R. (2023). Ekosistem Perbankan Syariah Dalam Mendukung. *Tabarru'*, 6 (November). [https://doi.org/https://doi.org/10.25299/jtb.2023.vol6\(2\).14183](https://doi.org/https://doi.org/10.25299/jtb.2023.vol6(2).14183)