

**EKSPLORASI PENGALAMAN DAN PERSEPSI KONSUMEN
DALAM MEMILIH PRODUK PERBANKAN SYARIAH PADA
NASABAH DI BANK SYARIAH INDONESIA KCP
PROBOLINGGO KRAKSAAN**

SKRIPSI



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
Oleh:
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
Fadilatul Najah Afrylia
NIM: 212105010097
JEMBER

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
MEI 2025**

**EKSPLORASI PENGALAMAN DAN PERSEPSI KONSUMEN
DALAM MEMILIH PRODUK PERBANKAN SYARIAH PADA
NASABAH DI BANK SYARIAH INDONESIA KCP
PROBOLINGGO KRAKSAAN**

SKRIPSI

diajukan Kepada Universitas Islam Negeri
Kiai Haji Achmad Siddiq Jember
untuk memenuhi salah satu persyaratan memperoleh
Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)
Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam
Program Studi Perbankan Syariah



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
Oleh:
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
Fadilatul Najah Afrylia
NIM: 212105010097
JEMBER

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
MEI 2025**

**EKSPLORASI PENGALAMAN DAN PERSEPSI KONSUMEN
DALAM MEMILIH PRODUK PERBANKAN SYARIAH PADA
NASABAH DI BANK SYARIAH INDONESIA KCP
PROBOLINGGO KRAKSAAN**

SKRIPSI

diajukan Kepada Universitas Islam Negeri
Kiai Haji Achmad Siddiq Jember
untuk memenuhi salah satu persyaratan memperoleh
Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)
Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam
Program Studi Perbankan Syariah

Oleh:

Fadilatul Najah Afrylia
NIM: 212105010097



Disetujui Pembimbing

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

Dr. H Fauzan, SPd., M.Si.
NIP. 197403122003121008

**EKSPLORASI PENGALAMAN DAN PERSEPSI KONSUMEN
DALAM MEMILIH PRODUK PERBANKAN SYARIAH PADA
NASABAH DI BANK SYARIAH INDONESIA KCP
PROBOLINGGO KRAKSAAN**

SKRIPSI

telah diuji dan diterima untuk memenuhi salah satu
persyaratan memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E)
Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam
Program Studi Perbankan Syariah

Hari : Selasa

Tanggal : 27 Mei 2025

Tim Penguji

Ketua

Sekretaris


Dr. Nurul Widyawati IR., S.Sos, M.Si

NIP. 197509052005012003


Ari Fahimatussyam Putra Nusantara, S.E., M.Ak

NIP. 199406302022032005

Anggota :

1. Dr. Nur Ika Mauliyah, S.E., M.Ak. ()
2. Dr. H. Fauzan, SPd., M.Si. ()

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
JEMBER

Menyetujui

Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam



Dr. H. Ubaidillah, M.Ag

NIP. 196812261996031001

MOTTO

الَّذِينَ يَسْتَمِعُونَ الْقَوْلَ فَيَتَّبِعُونَ أَحْسَنَهُ أُولَئِكَ الَّذِينَ هَدَاهُمُ اللَّهُ وَأُولَئِكَ هُمْ أُولُوا الْأَلْبَابِ ﴿١٨﴾

Artinya : (Yaitu) mereka yang mendengarkan perkataan lalu mengikuti apa yang paling baik di antaranya. Mereka itulah orang-orang yang telah diberi petunjuk oleh Allah dan mereka itulah ululalbab (orang-orang yang mempunyai akal sehat) (Q.S AZ-ZUMAR: ayat 18).*



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

* Depag RI, Alqur'an surah AZ-zummar dan terjemahan, 18.

PERSEMBAHAN

Dengan penuh rasa syukur kepada Allah SWT atas limpahan rahmat, hidayah, serta kekuatan yang telah diberikan selama proses penyusunan skripsi ini, karya sederhana ini saya persembahkan untuk:

1. Cinta pertama saya ayah tercinta Subaheri, ayah yang selalu semangat , terimakasih sudah menjadi garda terdepan saya, atas dukungan dan pengorbanan ayah hingga penulis mampu menyelesaikan studinya sampai sarjana.
2. Surgaku, Ibunda Tercinta Narti Terima kasih atas doa, pengorbanan, dan cinta yang selalu mendampingi setiap langkah hidup saya. Peran Ibu yang luar biasa adalah kekuatan terbesar saya hingga mampu menyelesaikan skripsi ini sebagai bukti kecil dari kasih sayang dan perjuangan Ibu.
3. Adikku tersayang Danang Ade Prasetyo. Terimakasih atas do'a dan dukungan yang telah diberikan kepada penulis.
4. Almamater UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember dan Dosen UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember Khususnya Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang telah ikhlas meluangkan waktu dan tenaganya untuk memberikan ilmu kepada penulis.

ABSTRAK

Fadilatul Najah Afrylia, Fauzan, 2025 :Eksplorasi Pengalaman Dan Persepsi Konsumen Dalam Memilih Produk Perbankan Syariah Pada Nasabah Di Bank Syariah Indonesia KCP Probolinggo Kraksaan

Kata kunci : ekplorasi pengalaman, persepsi konsumen, perbankan syariah

Bank syariah di Indonesia memiliki potensi besar karena mayoritas penduduknya beragama Islam (87,2%). Namun, hingga 2018, pangsa pasarnya baru 5,7%, menunjukkan kontribusi yang masih rendah. Hal ini dipengaruhi oleh persepsi negatif masyarakat terhadap bank syariah dibandingkan bank konvensional. BSI KCP Probolinggo Kraksaan, yang diresmikan pada 21 Oktober 2024, merupakan lembaga keuangan syariah baru di Kraksaan dan menawarkan produk sesuai prinsip syariah.

Berdasarkan kutipan diatas maka, Fokus masalah pada peneltian ini 1)Bagaimana pengalaman dan persepsi nasabah memengaruhi pemilihan produk perbankan syariah? 2)Bagaimana pandangan nasabah terhadap kesesuaian produk perbankan syariah dengan prinsip-prinsip syariah? 3)Bagaimana pihak bank dapat memahami faktor-faktor yang memengaruhi keputusan nasabah dalam memilih produk perbankan syariah.

Penelitian ini bertujuan 1)Untuk mengetahui bagaimana pengalaman dan persepsi nasabah memengaruhi pemilihan produk perbankan syariah. 2)Untuk mengetahui bagaimana pandangan nasabah terhadap kesesuaian produk perbankan syariah dengan prinsip-prinsip syariah.3)Untuk mengetahui bagaimana pihak bank dapat memahami faktor-faktor yang memengaruhi keputusan nasabah dalam memilih produk perbankan syariah.

Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif dengan pendekatan deskriptif dengan jenis penelitian deskriptif, pengumpulan data melalui observasi, wawancara, dokumentasi, analisis data serta keabsahan data menggunakan teknik triangulasi sumber dimana data dikumpulkan melalui wawancara mendalam terhadap nasabah yang sudah menggunakan produk perbankan syariah.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pengalaman dan persepsi nasabah berperan penting dalam keputusan memilih produk perbankan syariah. Faktor utama yang memengaruhi keputusan tersebut meliputi kepatuhan terhadap prinsip syariah, kepercayaan terhadap bank, transparansi layanan, serta kemudahan akses melalui digitalisasi. Selain itu, rekomendasi dari komunitas dan daya tarik produk unggulan, seperti tabungan haji dan umrah, juga berkontribusi dalam membentuk preferensi nasabah.Penerapan prinsip syariah secara konsisten, tanpa sekadar menjadi strategi pemasaran, meningkatkan rasa aman dan kepercayaan nasabah. Digitalisasi layanan perbankan syariah yang transparan turut memperkuat daya saingnya di era modern. Oleh karena itu, bank syariah perlu terus berinovasi dalam pengembangan produk serta meningkatkan kualitas layanan untuk mempertahankan loyalitas dan menarik lebih banyak nasabah.

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Bismillahirrahmanirrahim segenap puji syukur penulis sampaikan kepada Allah Karena atas rahmat dan karunianya perencanaan pelaksanaan dan penyelesaian skripsi sebagai salah satu syarat menyelesaikan program sarjana dapat terselesaikan dengan lancar .

kesuksesan ini dapat penulis peroleh karena dukungan banyak pihak titik oleh karena itu penulis menyadari dan menyampaikan Terima kasih yang sederhana dalamnya kepada :

1. Prof. Dr. H. Hepni, S.Ag., M.M., CPEM. Selaku Rektor UIN KHAS Jember yang telah memberikan kesempatan kepada saya untuk menuntut ilmu dikampus ini.
2. Dr. H. Ubaidillah, M.Ag Selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang telah memberikan dukungan serta menyediakan fasilitas untuk mahasiswa dalam proses perkuliahan.
3. Dr. H. M.F. Hidayatullah, S.H.I, M.S.I Selaku Ketua Jurusan Ekonomi Islam yang selalu merangkul serta memberikan dukungan tanpa henti kepada seluruh mahasiswa.
4. Ana Pratiwi, SE.,AK., MSA Selaku Koordinator program Studi Perbankan Syariah yang selalu memberikan motivasi dan arahan selama perkuliahan.
5. Dr. H Fauzan,SPd., M.Si. Selaku Pembimbing dalam menyelesaikan skripsi, Terimakasih atasa arahan, bimbingan, perhatian dan kesabaran yang diberikan

sehingga saya mampu menyelesaikan tugas akhir dengan baik dan sesuai harapan.

6. Kepala Bank Syariah Indonesia KCP Probolinggo Kraksaan yang telah memberikan kesempatan serta waktu untuk melakukan penelitian pada nasabahnya.
7. Bapak dan Ibu Dosen UIN KHAS JEMBER, Khususnya dosen fakultas ekonomi dan bisnis islam yang telah memberikan ilmu yang bermanfaat sebagai bekal hidup.
8. Pihak pihak yang telah membantu peneliti dalam melakukan penelitian, yang tidak bisa disebutkan satu persatu sehingga bisa menyelesaikan skripsi dengan baik dan lancar.

Jember, 27 Mei 2025

Peneliti

Fadilatul Najah Afrylia

NIM. 212105010097

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
MOTTO.....	iv
PERSEMBAHAN.....	v
ABSTRAK.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
A. Konteks Penelitian.....	1
B. Fokus Penelitian.....	12
C. Tujuan penelitian.....	13
D. Manfaat Penelitian.....	13
1. Manfaat Teoritis.....	13
2. Manfaat praktis.....	14
E. Definisi Istilah.....	16
1. Persepsi Konsumen.....	16
2. Produk perbankan syariah.....	17
F. Sistematika Pembahasan.....	18
BAB II.....	20
KAJIAN PUSTAKA.....	20
A. Penelitian Terdahulu.....	20
B. Kajian Teori.....	37
1. Eksplorasi Pengalaman.....	38
2. Persepsi konsumen.....	41
3. Produk Perbankan Syariah.....	46

4. Produk Jasa.....	48
BAB III.....	52
METODE PENELITIAN.....	52
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	52
B. Lokasi Penelitian.....	52
C. Subyek Penelitian.....	53
D. Teknik Pengumpulan Data.....	54
E. Analisis Data.....	58
F. Keabsahan Data.....	60
G. Tahap – tahap Penelitian.....	61
BAB IV.....	63
PENYAJIAN DATA DAN ANALIS.....	63
A. Gambaran Obyek Penelitian.....	63
B. Penyajian data dan Analisis.....	67
C. Pembahasan Temuan.....	83
BAB V.....	95
PENUTUP.....	95
A. KESIMPULAN.....	95
B. SARAN.....	97
DAFTAR PUSTAKA.....	98

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
 KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
 J E M B E R

DAFTAR TABEL

Table 1.1 Perbedaan dan Persamaan	5
Tabel 1.2 jumlah kantor UUS dan BUS 2024	7
Tabel 1.3 jumlah kantor UUS dan BUS 2015	7
Tabel 2.1 Tabulasi Penelitian Terdahulu	33



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Bank Syariah Indonesia KCP Probolinggo Kraksaan	63
Gambar 1.2 Observasi	66
Gambar 1.3 wawancara Bersama bapak haji sono.....	70
Gambar 1.4 wawancara Bersama dan bukti memakai Bank Syariah Ibu Mutmainah	71
Gambar 1.5 wawancara Bersama Citra Ela Pramudita	72
Gambar 1.6 wawancara Bersama Ibu Narti.....	73
Gambar 1.7 wawancara Bersama Mbak Mila	81



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

BAB I

PENDAHULUAN

A. Konteks Penelitian

Manusia dilahirkan dan hidup dalam berbagai cara, dan meskipun keinginan mereka pada awalnya bersifat mendasar dan terbatas, keinginan mereka menjadi lebih bervariasi seiring dengan kemajuan masyarakat, namun instrumen yang tersedia untuk memenuhi kebutuhan ini juga terbatas. Cara untuk memenuhi kebutuhan selalu menyebabkan ketidakseimbangan yang lebih besar di antara keduanya, Karena keterbatasan ini, hanya satu ilmu yang diperlukan untuk mengatasi masalah ini, yaitu ilmu ekonomi.¹ Ilmu ekonomi hadir sebagai alat untuk memahami perilaku manusia dalam memenuhi kebutuhannya, bagaimana mereka membuat pilihan di tengah kelangkaan, serta bagaimana sistem dan kebijakan dapat dirancang untuk mencapai kesejahteraan bersama. Ilmu ekonomi tidak hanya membahas tentang uang, tetapi juga tentang pilihan, efisiensi, pemerataan, dan pembangunan. Dengan kata lain, ilmu ekonomi menjadi kunci penting dalam menciptakan keseimbangan antara kebutuhan manusia dan keterbatasan sumber daya yang dimiliki.

Bagi masyarakat di negara maju seperti Eropa, Amerika, dan Jepang, bank bukan lagi hal asing. Bank telah menjadi mitra penting dalam memenuhi kebutuhan keuangan, seperti menyimpan uang, investasi, transfer, pembayaran, dan penagihan. Selain itu, peran bank sangat signifikan dalam

¹ Nurul Setianingrum, *Perkembangan Pemikiran Ekonomi dari Masa ke Masa* (Tangerang: Indigoe Media, 2023), 1

mendukung perekonomian. Bank dianggap sebagai "darah" perekonomian, sehingga kemajuan suatu bank dapat mencerminkan kemajuan negara tersebut. Semakin maju suatu negara, semakin besar pula peran perbankan dalam mengelola ekonomi dan memenuhi kebutuhan masyarakat serta pemerintahnya.

Sebaliknya, di negara berkembang seperti Indonesia, pemahaman masyarakat tentang bank masih terbatas. Banyak yang hanya melihat bank sebagai tempat meminjam atau menyimpan uang, bahkan ada yang salah memahami fungsi bank secara keseluruhan. Minimnya edukasi mengenai dunia perbankan menyebabkan kesalahpahaman dan rendahnya literasi keuangan. Kondisi ini juga memengaruhi pengelolaan perbankan nasional, yang sering kali kurang memahami konsep perbankan secara menyeluruh.

Bank adalah lembaga keuangan yang menghimpun dana dari masyarakat, menyalurkan kembali dana tersebut, dan menyediakan berbagai jasa keuangan lainnya. Lembaga keuangan sendiri adalah entitas yang bergerak di bidang keuangan, baik dalam menghimpun, menyalurkan, maupun keduanya. Lembaga keuangan tidak hanya mencakup bank, tetapi juga berbagai institusi lain seperti perusahaan asuransi, perusahaan pembiayaan, dana pensiun, dan pasar modal. Semua lembaga ini berperan penting dalam menjaga kelancaran sistem keuangan dan mendukung pembangunan ekonomi secara umum.²

² Nurul Ichsan Hasan, *Pengantar Perbankan* (Jakarta: Gaung Persada Press Group, 2014). 1

Kegiatan perbankan di Indonesia ada 3 jenis yakni bank sentral, bank konvensional, dan bank syariah. Bank sentral adalah institusi yang memiliki peran penting dalam meningkatkan perekonomian suatu negara. Oleh karena itu, fungsi, tujuan, dan tanggung jawabnya serta bagaimana bank sentral beroperasi dan terorganisir adalah beberapa aspek krusial yang perlu dipahami. Bank sentral secara umum bertindak sebagai bankir untuk seluruh sistem perbankan. Dalam konteks ini, bank sentral memberikan pinjaman jangka pendek kepada bank untuk memenuhi kebutuhan dana jangka pendek mereka. Selain itu, pada awal keberadaannya, bank-bank sentral juga melakukan aktivitas komersial seperti bank-bank umum lainnya.

Seiring perkembangan zaman, saat ini bank sentral dirancang sebagai lembaga yang bertugas mengatur kebijakan publik, dengan tujuan utama menjaga stabilitas moneter dan mendukung kestabilan sistem keuangan. Bank sentral juga menyediakan elemen penting dalam sistem pembayaran, yaitu mata uang tunai untuk masyarakat dan menyelesaikan transfer antarbank melalui rekening yang ada di bank sentral. Selain itu, bank sentral juga berperan dalam mengawasi dan mengatur kegiatan perbankan agar berjalan sesuai dengan ketentuan yang berlaku serta menjaga kepercayaan masyarakat terhadap sistem keuangan. Dalam konteks ekonomi modern, peran bank sentral semakin kompleks, mencakup pengendalian inflasi, menjaga nilai tukar, serta mendukung pertumbuhan ekonomi yang berkelanjutan. Di Indonesia, peran ini dijalankan oleh Bank Indonesia, yang bekerja sama dengan Otoritas Jasa Keuangan (OJK) dalam mengawasi stabilitas sistem

keuangan, termasuk perbankan syariah. Dengan demikian, bank sentral tidak hanya menjadi penggerak utama dalam menjaga stabilitas ekonomi nasional, tetapi juga menjadi fondasi penting bagi terciptanya sistem keuangan yang sehat, inklusif, dan adaptif terhadap perubahan zaman.

Bank konvensional dan bank syariah sama-sama badan usaha yang mengumpulkan dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya kepada masyarakat untuk meningkatkan kualitas hidup orang banyak. Sementara itu, pengertian Bank menurut UU No. 10 tahun 1998 yang menyempurnakan UU No. 7 tahun 1992, adalah badan usaha yang mengumpulkan dana dari masyarakat dalam bentuk kredit dan atau bentuk lainnya untuk meningkatkan kualitas hidup orang banyak. Dalam menjalankan fungsinya, bank tidak hanya bertugas sebagai penghimpun dan penyalur dana, tetapi juga menyediakan berbagai layanan keuangan yang mempermudah transaksi masyarakat, seperti layanan pembayaran, transfer dana, dan produk investasi. Bank berperan penting dalam mendukung pertumbuhan ekonomi dengan menyalurkan dana ke sektor-sektor produktif, sehingga dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat secara luas. Selain itu, bank juga diatur dan diawasi oleh otoritas yang berwenang untuk menjaga stabilitas dan keamanan sistem keuangan nasional.

Terdapat perbandingan antara bank syariah dan bank konvensional, diantaranya:

Tabel 1.1
Tabel perbandingan

BANK ISLAM	BANK KONVENSIONAL
1. Melakukan investasi-investasi yang halal saja. 2. Berdasarkan prinsip bagi hasil, jual-bali, atau sewa. 3. <i>Profit dan falah oriented</i> . 4. Hubungan dengan nasabah dalam bentuk hubungan kemitraan. 5. Penghimpunan dan penyaluran dana harus sesuai dengan fatwa Dewan Pengawas Syariah.	1. Investasi yang hala dan haram memakai perangkat bunga. 2. <i>Profit Oriented</i> . 3. Hubungan dengan nasabah dalam bentuk hubungan debitor. 4. Tidak terdapat dewan sejenis.

Sumber: diolah oleh peneliti 2024

Perbedaan utama antara bank syariah dan bank konvensional adalah bahwa riba, atau bunga, tidak diperbolehkan dalam pembiayaan bank syariah. Kredit atau pendanaan di bank konvensional dilakukan dengan cara meminjam uang, yang kemudian peminjam diharuskan membayar bunga dengan rasio tertentu.³ Bank Konvensional beroperasi berdasarkan prinsip-prinsip umum perbankan yang berfokus pada keuntungan melalui mekanisme bunga, sementara Bank Syariah didasarkan pada prinsip-prinsip hukum Islam yang telah ditetapkan. Berdasarkan Undang-Undang No. 21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah, Bank Syariah adalah lembaga perbankan yang melaksanakan kegiatan usahanya sesuai dengan prinsip syariah, yaitu prinsip hukum Islam yang diatur melalui fatwa Majelis Ulama Indonesia (MUI).

³M.F. Hidayatullah, "Manajemen Investasi Bank Syariah", *Jurnal Human Falah* 1, no. 2, (2014): 71, <https://jurnal.uinsu.ac.id/index.php/humanfalah/article/view/171>

Dengan demikian, Bank Syariah tidak hanya fokus pada aspek ekonomi, tetapi juga mempertimbangkan aspek moral dan etika sesuai dengan ajaran Islam. Hal ini menjadikan Bank Syariah sebagai alternatif perbankan yang menawarkan pendekatan holistik dalam pengelolaan keuangan, yang tidak hanya berorientasi pada profit, tetapi juga pada kesejahteraan sosial.⁴

Munculnya banyak lembaga keuangan perbankan dan non-bank yang mengklaim didirikan berdasarkan prinsip-prinsip syariah menandai dimulainya perluasannya. Pembentukan organisasi-organisasi ini mendorong pemerintah untuk membuat sejumlah undang-undang untuk mengendalikan dan meningkatkan operasi mereka. Bank Muamalat Indonesia (BMI) didirikan pada tahun 1991. Didirikan pada tahun 1992, ini adalah bank syariah pertama di Indonesia. Karena tidak ada kerangka hukum untuk mengendalikannya dan sedikit dukungan kelembagaan dari pemerintah, pertumbuhan lembaga keuangan syariah di Indonesia pada tahun 1990-an berjalan lambat.

Berdirinya Bank Muamalat Indonesia (BMI), bank syariah pertama di negara ini, ekonomi syariah mulai menyebar di seluruh Indonesia pada awal 1990-an. Proyek ini didorong oleh keinginan masyarakat Muslim untuk mendapatkan pilihan keuangan yang sesuai dengan syariah, khususnya dalam hal menghindari riba. Setelah reformasi 1998, pemerintah mulai memberikan perhatian lebih besar pada ekonomi syariah dengan memberlakukan undang-undang yang mendukungnya, seperti Undang-Undang Perbankan Syariah pada tahun 2004. Ekosistem yang lebih luas untuk kegiatan ekonomi syariah di

⁴ Ramadani & Hadian, "Analisis Persepsi Konsumen Bank Syariah Indonesia, Studi pada Mahasiswa Universitas Serang Raya", (*Jurnal Manajemen Perusahaan Jumpa*, 1, no. 2 (2022): 9-20, <https://journal.um-surabaya.ac.id/Mas/article/view/24561>

Indonesia juga tercipta dengan munculnya lebih banyak lembaga keuangan syariah, termasuk asuransi dan pasar modal syariah.⁵

Seiring berjalannya waktu perbankan syariah di Indonesia mulai berkembang dan bermunculan sehingga jumlah Bank Syariah di Indonesia terus mengalami peningkatan dari tahun ke tahun. Berdasarkan data Statistik Perbankan Syariah 2024, tercatat ada 14 Bank Umum Syariah (BUS) dengan 2.008 kantor. Sementara itu, menurut data Statistik Perbankan Syariah 2015, terdapat 12 BUS dengan 1.990 kantor. Data ini menunjukkan bahwa secara umum, dari tahun 2015 hingga 2024, jumlah BUS di Indonesia mengalami pertumbuhan (SPS, 2024).⁶ Lebih singkatnya melihat tabel berikut:

Tabel 1.2
Jumlah Kantor UUS dan BUS 2024

JUMLAH KANTOR 2024	
BUS (Bank Umum Syariah)	UUS (Unit Usaha Syariah)
14	2008

Sumber: diolah Oleh peneliti 2024

Tabel 1.3
Jumlah Kantor BUS dan UUS 2015

JUMLAH KANTOR 2015	
BUS (Bank Umum Syariah)	UUS (Unit Usaha Syariah)
12	1990

Sumber: diolah Oleh peneliti 2024

Bank syariah di Indonesia juga memiliki potensi besar karena mayoritas penduduk Indonesia beragama Islam, mencapai 87,2%. Namun, hingga tahun 2018, pangsa pasar bank syariah hanya sekitar 5,7%, yang menunjukkan masih kecilnya kontribusi yang berhasil diraih. Hal ini

⁵ Abdillah Halim, "Perkembangan Ekonomi Syariah di Indonesia," *Investama Jurnal Ekonomi dan Bisnis* 8, no. 2 (2022), 107
<https://www.ejournal.iaingawi.ac.id/index.php/investama/article/view/962>

⁶ SPS (Statistic Perbankan Syariah), Juni 2024, [Statistik Perbankan Syariah - Juni 2024](#)

disebabkan oleh beberapa faktor, seperti persepsi masyarakat terhadap bank syariah yang kurang baik dibandingkan dengan bank konvensional. Bank syariah dianggap masih baru dengan berbagai kekurangan, seperti pelayanan yang kurang cepat, produk yang belum lengkap, dan teknologi yang tertinggal dibandingkan bank konvensional. Selain itu, pengetahuan masyarakat tentang produk dan layanan bank syariah juga masih sangat terbatas. Karena bank syariah beroperasi berdasarkan prinsip syariah, produk yang ditawarkan menggunakan istilah-istilah dalam bahasa Arab yang kurang familiar bagi masyarakat Indonesia. Akibatnya, hanya sedikit produk yang dikenal dengan baik oleh masyarakat, yang berdampak pada terbatasnya akses mereka terhadap produk seperti simpanan, pendanaan, dan layanan keuangan lainnya. Padahal, bank syariah memiliki produk yang cukup lengkap, tidak kalah dengan bank konvensional, namun masih kurang dikenal oleh masyarakat.⁷

Prinsip ajaran Islam, bunga bank (riba) tidak diperbolehkan, namun dalam praktiknya, masyarakat masih kurang memahami kegiatan usaha, produk, dan layanan perbankan syariah yang secara konseptual tidak berbasis bunga. Hal ini menyebabkan rendahnya minat masyarakat untuk menggunakan bank syariah. Faktor dominan yang mempengaruhi keputusan konsumen dalam menggunakan perbankan syariah adalah persepsi, biaya, manfaat, dan agama. Faktor ekonomi, agama, dan faktor eksternal menjadi pendorong utama bagi nasabah dalam memilih perbankan syariah. Faktor personal adalah yang paling dominan mempengaruhi keputusan konsumen,

⁷ Abdul Hasan Asy'ari, "Persepsi, Motivasi, dan Pengetahuan Masyarakat Dalam Memilih Produk Bank Syariah di Banjarmasin," *Jurnal Ilmiah Ekonomi Bisnis* 2, no. 7 (2021): 159-168, <https://ejournal.stiepancasetia.ac.id/jiecb/article/view/583>

sedangkan faktor eksternal yang paling berpengaruh adalah keamanan dan kenyamanan.⁸

Konsumen merupakan bagian terpenting dalam bisnis perbankan. Bank tidak hanya sekadar menjadi tempat bergantung konsumen atau nasabah, melainkan bank yang justru sangat bergantung pada mereka. Ketika bank berhasil memenangkan hati konsumennya, hal ini berdampak positif dengan meningkatnya dana yang diterima dari masyarakat. Dalam perbankan syariah, berbagai produk ditawarkan kepada konsumen dengan perbedaan utama terletak pada penetapan harga, baik harga jual maupun beli, dibandingkan dengan bank konvensional. Produk yang diberikan juga sangat sesuai dengan prinsip Islam, termasuk dalam pelayanan. Beberapa faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen dalam memilih bank syariah meliputi produk, promosi, dan kualitas pelayanan. Ketiga faktor ini menjadi aspek penting yang perlu diperhatikan oleh bank syariah Indonesia, termasuk Bank Syariah Indonesia KCP Probolinggo Kraksaan, untuk meningkatkan jumlah konsumen.⁹

Pengalaman nasabah (*customer experience*) ini dapat dilihat dari sisi bagaimana konsumen mengonsumsi atau menggunakan produk itu, dalam situasi apa konsumen mengkonsumsinya, bagaimana keterlibatan konsumen

⁸ Siti Umi Hanik & Jati Handayani, "Keputusan Nasabah Dalam Memilih Perbankan Syariah (Studi Kasus Pada Nasabah Bank Syariah Mandiri)," *Jurnal Akuntansi Bisnis dan Perbankan Indonesia* 2, no. 22 (2014): 188-202, [Keputusan Nasabah Dalam Memilih Perbankan Syariah... - Google Scholar](#)

⁹ Bayu Dinandra Putra, & Koko Hermanto, "Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Dalam Memilih Jasa Perbankan Syariah (Studi Kasus PT. Bank NTB Syariah Kcp Lunyuk)," *Journal of Innovation Research and Knowledge* 9, no. 1 (2022): 1003-1014, <https://bajangjournal.com/index.php/JIRK/article/view/1436>

dalam proses konsumsi atau penggunaan produk. Pengetahuan konsumen merupakan informasi tentang suatu produk atau layanan yang sudah diketahui dan dipahami oleh konsumen setelah dipromosikan, yang dapat mempengaruhi perilaku mereka dalam menggunakan produk atau layanan tersebut serta memberikan manfaat bagi mereka. Ada beberapa faktor yang mempengaruhi tingkat pengetahuan dan pemahaman konsumen terkait informasi yang diperoleh melalui media yang dirancang khusus untuk menjangkau masyarakat luas, seperti media cetak dan media online.

Persepsi konsumen yang cenderung memilih bank syariah masih tergolong rendah, yang disebabkan oleh dominasi bank konvensional serta kurangnya pemahaman masyarakat mengenai bank syariah. salah satu faktor utama dalam mengenalkan produk bank syariah kepada masyarakat adalah melalui peningkatan pengetahuan dan pemahaman tentang bank syariah. Sedang minat untuk memilih produk tabungan tidak secara signifikan dipengaruhi oleh pengetahuan tentang produk.¹⁰ Hal ini menunjukkan bahwa meskipun edukasi mengenai produk penting, keputusan konsumen juga sangat dipengaruhi oleh faktor lain seperti kualitas layanan, kepercayaan terhadap institusi, pengalaman pribadi, serta rekomendasi dari orang terdekat. Oleh karena itu, bank syariah perlu menggabungkan strategi edukasi dengan peningkatan kualitas pelayanan dan inovasi produk untuk menarik minat nasabah secara lebih efektif.

¹⁰ Anisa Yuri, Mufti Alam Adha, & Riduwan, "Pengaruh Pengetahuan Masyarakat Tentang Produk, Pelayanan Dan Lokasi Bank Dalam Memilih Jasa Bank Syariah di Kota Yogyakarta," *Al Maal Journal of Islamic Economics and Banking* 4, no. 2 (2023):135. <https://jurnal.umt.ac.id/index.php/jieb/article/view/6854>

Bank Syariah Indonesia KCP Probolinggo Kraksaan merupakan salah satu lembaga keuangan syariah yang terbilang masih baru pada daerah kraksaan yang diresmikan pada hari Senin (21/10/2024). Bank Syariah Indonesia KCP Probolinggo menyediakan berbagai produk perbankan sesuai dengan prinsip-prinsip syariah. Namun, meskipun banyaknya produk yang tersedia, masih terdapat kesenjangan dalam pemahaman dan persepsi nasabah terhadap produk perbankan syariah. Beberapa nasabah mungkin masih memiliki keterbatasan informasi atau persepsi yang berbeda dibandingkan dengan bank konvensional. Oleh karena itu, penting untuk meneliti lebih lanjut bagaimana pengalaman dan persepsi konsumen dalam memilih produk perbankan syariah.

Faktor-faktor yang memengaruhi keputusan nasabah dalam menggunakan layanan perbankan syariah dapat bervariasi. Beberapa di antaranya adalah religiusitas, promosi, dan literasi keuangan yang berperan dalam membentuk minat dan kepercayaan nasabah. Di sisi lain, kualitas layanan, inovasi produk, serta kemudahan akses juga menjadi pertimbangan utama dalam pemilihan produk perbankan syariah. Variasi faktor ini menunjukkan bahwa masih diperlukan kajian lebih lanjut untuk memahami bagaimana setiap aspek tersebut berpengaruh dalam konteks yang berbeda.

Secara lebih luas, perbankan syariah di Indonesia terus mengalami perkembangan yang pesat, didukung oleh peningkatan kesadaran masyarakat terhadap keuangan berbasis syariah. Namun, tantangan dalam meningkatkan pangsa pasar perbankan syariah masih tetap ada, termasuk kurangnya literasi

keuangan syariah dan persepsi masyarakat yang belum sepenuhnya memahami keunggulan bank syariah dibandingkan bank konvensional. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi pengalaman dan persepsi konsumen dalam memilih produk perbankan syariah di Bank Syariah Indonesia KCP Probolinggo Kraksaan. Oleh karena itu peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Eksplorasi Pengalaman Dan Persepsi Konsumen Dalam Memilih Produk Perbankan Syariah Pada Nasabah Di Bank Syariah Indonesia Kcp Probolinggo Kraksaan”**

B. Fokus Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi pengalaman dan persepsi konsumen atau nasabah dalam memilih produk perbankan syariah di Bank Syariah Indonesia KCP Probolinggo Kraksaan. Penelitian ini menggali pengalaman dan persepsi nasabah menjalani seluruh tahapan dalam memilih produk perbankan syariah, mulai dari tahap pencarian informasi, penilaian berbagai pilihan produk, hingga faktor-faktor yang memengaruhi keputusan akhir mereka.¹¹ Selain itu, penelitian ini juga berusaha memahami pandangan nasabah mengenai kesesuaian produk perbankan syariah dengan prinsip-prinsip syariah yang dianut. Fokus penelitian ini meliputi :

1. Bagaimana pengalaman dan persepsi nasabah memengaruhi pemilihan produk perbankan syariah?

¹¹ Imran & Bambang Hendrawan, "Pengaruh Persepsi Masyarakat Batam Tentang Bank Syariah Terhadap Minat Menggunakan Produk Bank Syariah," *Journal of Applied Business Administration* 1, no. 2 (2017): 209-218.

<https://jurnal.polibatam.ac.id/index.php/JABA/article/view/621>

2. Bagaimana pandangan nasabah terhadap kesesuaian produk perbankan syariah dengan prinsip-prinsip syariah?
3. Bagaimana pihak bank dapat memahami faktor-faktor yang memengaruhi keputusan nasabah dalam memilih produk perbankan syariah?

C. Tujuan penelitian

Tujuan penelitian adalah Gambaran tentang arahan yang akan di tuju dalam melakukan penelitian. Tujuan penelitian harus mengacu pada masalah-masalah yang telah dirumuskan sebelumnya.¹²

1. Untuk mengetahui bagaimana pengalaman dan persepsi nasabah memengaruhi pemilihan produk perbankan syariah.
2. Untuk mengetahui bagaimana pandangan nasabah terhadap kesesuaian produk perbankan syariah dengan prinsip-prinsip syariah.
3. Untuk mengetahui bagaimana pihak bank dapat memahami faktor-faktor yang memengaruhi keputusan nasabah dalam memilih produk perbankan syariah.

D. Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian berisi tentang kontribusi yang akan diberikan setelah selesai melakukan penelitian. Manfaat penelitian dapat berupa manfaat teoritis dan manfaat praktis, seperti manfaat bagi peneliti, instansi dan Masyarakat secara keseluruhan. Adapun manfaat bagi peneliti¹³

1. Manfaat Teoritis

¹² Tim Penyusun Buku Pedoman Karya Tulis Ilmiah UIN KHAS Jember, *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah* (Jember: UIN KHAS Jember, 2021), 45

¹³ Tim Penyusun, 46

Manfaat teoritis dari penelitian ini adalah memberikan pemahaman lebih dalam tentang bagaimana pengalaman dan persepsi konsumen memengaruhi keputusan mereka dalam memilih produk perbankan syariah. Penelitian ini juga membantu memperluas pengetahuan tentang perilaku konsumen di perbankan syariah, yang bisa digunakan untuk memperkaya teori yang sudah ada. Selain itu, temuan dari penelitian ini dapat menjadi dasar bagi penelitian berikutnya untuk mengembangkan teori yang lebih mendalam tentang eksplorasi pengalaman dan persepsi konsumen dalam memilih layanan perbankan syariah.

2. Manfaat praktis

Selain manfaat teoritis, ada juga manfaat praktis. Adapun manfaat praktis pada penelitian ini sebagai berikut:

a. Manfaat bagi peneliti

Manfaat praktis bagi peneliti yakni memberikan pemahaman yang lebih mendalam tentang bagaimana konsumen membuat keputusan dalam memilih layanan perbankan syariah. Penelitian ini juga membantu peneliti mengembangkan keterampilan dalam metode kualitatif, seperti wawancara dan analisis data, serta memperkuat kemampuan untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang memengaruhi perilaku konsumen. Selain itu, peneliti dapat menggunakan temuan ini sebagai landasan untuk penelitian lanjutan atau untuk memberikan saran praktis kepada pelaku industri perbankan syariah dalam meningkatkan layanan dan strategi pemasaran mereka.

b. Manfaat bagi Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember

Manfaat praktis bagi kampus khususnya Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember, dari penelitian ini adalah Data dan temuan penelitian ini dapat digunakan sebagai sumber bacaan, panduan, dan referensi untuk penelitian selanjutnya, terutama dalam konteks analisis pengalaman dan persepsi konsumen dalam memilih produk perbankan syariah. Selain itu, hasil penelitian ini juga dapat menjadi bahan pertimbangan bagi pihak kampus, khususnya program studi Perbankan Syariah, dalam mengembangkan kurikulum, materi pembelajaran, serta kegiatan akademik yang relevan dengan kebutuhan industri dan dinamika perilaku konsumen. Dengan demikian, penelitian ini tidak hanya memberikan kontribusi ilmiah, tetapi juga mendukung peningkatan kualitas pendidikan dan relevansi lulusan dengan dunia kerja.

c. Manfaat bagi Bank Syariah Indonesia KCP Probolinggo Kraksaan

Manfaat praktis bagi Bank Syariah Indonesia KCP Probolinggo Kraksaan dari penelitian ini adalah dapat memberikan wawasan kepada manajemen bank tentang pengalaman nasabah, sehingga mereka dapat mengevaluasi dan meningkatkan kualitas layanan yang diberikan. Dengan memahami apa yang diinginkan nasabah, bank dapat menyesuaikan layanan untuk memenuhi harapan mereka. Temuan ini juga dapat dijadikan sebagai dasar dalam merancang

strategi pemasaran yang lebih tepat sasaran, meningkatkan loyalitas nasabah, serta menciptakan inovasi produk dan layanan yang sesuai dengan kebutuhan pasar lokal. Dengan demikian, bank dapat memperkuat posisinya dalam persaingan industri perbankan, khususnya di wilayah Probolinggo dan sekitarnya.

E. Definisi Istilah

Definisi istilah ialah berisi pengertian istilah-istilah penting yang menjadi titik perhatian peneliti didalam judul penelitian. Tujuannya adalah agar tidak terjadi kesalahpahaman terhadap makna istilah sebagaimana dimaksud oleh peneliti.¹⁴ Ini sangat penting untuk memastikan bahwa pemahaman terhadap hasil penelitian tidak menimbulkan kebingungan dan agar semua pihak, baik peneliti maupun pembaca, memiliki pemahaman yang seragam mengenai istilah yang dimaksud.

1. Persepsi Konsumen

Persepsi konsumen merupakan suatu potensi penting, terutama dalam mencari dan mempelajari berbagai ilmu, baik ilmu umum maupun agama dalam kehidupan sehari-hari. Hal ini juga berlaku untuk persepsi atau pengetahuan mengenai perbankan syariah. Bank syariah memiliki produk-produk yang khas dan sesuai dengan prinsip-prinsip syariah. Persepsi konsumen tentang perbankan syariah berperan dalam memperdalam pemahaman mereka mengenai konsep bank syariah dan produk-produk

¹⁴ Tim Penyusun Buku Pedoman Karya Tulis Ilmiah UIN KHAS Jember, *Pedoman Penulisan Karya*, 46

yang ditawarkan. Dengan demikian, persepsi positif konsumen dapat meningkatkan pengetahuan mereka tentang perbankan syariah.¹⁵

2. Produk perbankan syariah

Persepsi mengenai produk bank syariah mencakup tingkat pengetahuan dan pemahaman masyarakat tentang produk serta layanan yang ditawarkan oleh bank syariah. Beberapa ahli ekonomi muslim telah mengemukakan bahwa salah satu hambatan dalam pengembangan bank syariah adalah kurangnya pemahaman masyarakat mengenai produk dan operasional bank syariah. Oleh karena itu, penting untuk melakukan penelitian yang mengukur seberapa besar pemahaman masyarakat terhadap produk dan jasa bank syariah. Tingkat pemahaman yang baik mengenai produk bank syariah diharapkan dapat memengaruhi perilaku masyarakat dalam berinvestasi dan menggunakan layanan yang disediakan oleh bank syariah.¹⁶ Produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan kepada pasar untuk menarik perhatian, dibeli, digunakan, atau dikonsumsi, serta mampu memenuhi kebutuhan atau keinginan. Sementara itu, ada yang mendefinisikan produk sebagai kumpulan sifat fisik, jasa, dan simbol yang memberikan manfaat atau kepuasan bagi pengguna atau pembeli. Ada juga menyatakan bahwa produk adalah sekumpulan atribut yang memberikan nilai tergantung pada seberapa baik atribut tersebut dikelola.

¹⁵ Siti Rhomadoni & Khairan, "Persepsi Masyarakat Terhadap Produk perbankan Syariah di Bandar Lor Kota Kediri," *Jurnal At-Tamwil: Kajian Ekonomi Syariah* 4, no. 2, (2022): 186, <https://ejournal.uit-lirboyo.ac.id/index.php/perbankan/article/view/2980>

¹⁶ Imran & Bambang Hendrawan, "Pengaruh Persepsi Masyarakat Batam Tentang Bank Syariah Terhadap Minat Menggunakan Produk Bank Syariah," *Journal of Applied Business Administration* 1, no. 2 (2017): 209-218, <https://jurnal.polibatam.ac.id/index.php/JABA/article/view/621>.

Berdasarkan definisi-definisi ini, dapat disimpulkan bahwa produk merupakan segala sesuatu yang ditawarkan di pasar untuk dibeli oleh konsumen, memberikan manfaat, dan menciptakan kepuasan bagi penggunanya.¹⁷

F. Sistematika Pembahasan

Sistematika pembahasan penulisan dari awal hingga kesimpulan dijelaskan dalam pembahasan sistematis. Tidak seperti daftar isi, pembahasan sistematis ditulis dalam bentuk narasi deskriptif.¹⁸

BAB I adalah mencakup beberapa aspek, yaitu konteks penelitian, fokus penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian, Definisi istilah, Selain itu juga membahas sistematika pembahasan yang menjelaskan tentang penelitian.

BAB II, memuat isi tinjauan pustaka yang berkaitan dengan penyelidikan pengalaman dan persepsi konsumen dalam memilih produk perbankan syariah yang mencakup penelitian teoritis dan penelitian sebelumnya dijelaskan.

BAB III adalah membahas mengenai pendekatan penelitian dan jenis penelitian, subjek, dan objek penelitian, teknik pengumpulan data ,teknik analisis data, serta teknik keabsahaan data.

¹⁷ Agung Gita Subakti, Darwin Tenironama, & Ari Yuniarso, "Analisis Persepsi Konsumen," *Tourism and Hospitality Essentials Journal* 8, no. 1 (2018): 31-38. <https://ejournal.upi.edu/index.php/thejournal/article/view/11687>

¹⁸ Tim Penyusun Buku Pedoman Karya Tulis Ilmiah UIN KHAS Jember, *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah*, 93

BAB IV adalah hasil penelitian, yang berisikan tentang inti atau hasil penelitian, objek penelitian, penyajian data, analisis data, dan pembahasan.

BAB V adalah kesimpulan dan saran, yang berisi kesimpulan dan hasil penelitian yang dilengkapi dengan saran peneliti



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

A. Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu ini adalah hal penting dalam penelitian saat ini adalah penggunaan teori-teori dari penelitian sebelumnya sebagai landasan, di mana hasil-hasil tersebut dapat menjadi data pendukung. Data yang diambil oleh peneliti sebagai dukungan harus relevan dengan masalah yang sedang dibahas. Penelitian ini berlandaskan pada penelitian terdahulu yang membahas topik serupa. Beberapa penelitian sebelumnya digunakan sebagai referensi metodologi dalam penelitian ini, yaitu:

1. Ryasid, Habibi, Dongoran, Wulandari, & Syahbudi, "Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pilihan Konsumen Terhadap Produk Dan Layanan Keuangan Syariah" *Musytari Neraca Manajemen, Akuntansi, dan Ekonomi*.²⁰

Penelitian terdahulu menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Data dikumpulkan melalui teknik observasi, wawancara, dan dokumentasi. Dan focus penelitiannya adalah untuk menganalisis faktor-faktor yang memengaruhi keputusan konsumen terhadap produk dan layanan keuangan syariah. Penelitian ini bertujuan untuk memahami bagaimana pengetahuan, pelayanan, dan lokasi berperan dalam preferensi konsumen.

²⁰ Ryasid Habibi, "Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pilihan Konsumen Terhadap Produk Dan Layanan Keuangan Syariah," *Musytari Neraca Manajemen, Akuntansi, dan Ekonomi* 3, no. 5 (2024): 120, <https://journal.stiem.ac.id/index.php/jureq/article/view/76>

Hasil dari penelitian tersebut adalah yang dilakukan oleh penelitian tersebut adalah menunjukkan bahwa terdapat tiga faktor yang mempengaruhi pilihan konsumen terhadap produk dan layanan keuangan syariah, yaitu faktor pengetahuan, faktor pelayanan, dan faktor lokasi. Dari ketiga faktor tersebut, faktor pengetahuan dianggap paling dominan dalam mempengaruhi keputusan konsumen.

2. Ahmad Fatoni, Addirrahman, Erwin Saputra Siregar. "analisis rendahnya Minat Masyarakat Menjadi Nasabah Bank Syariah Desa Mekarsari Kecamatan Kumpeh Kabupaten Muaro Jambi." *Jurnal Penelitian Ilmu Ekonomi dan Keuangan Syariah (JUPIEKES)*²¹

Penelitian ini menggunakan metodologi penelitian kualitatif . tujuan dari penelitian tersebut ialah bertujuan untuk mengetahui kurangnya minat masyarakat memilih produk perbankan syariah. Jenis penelitian ini adalah penelitian kualitatif dan metode teknik pengumpulan data adalah observasi, wawancara dan dokumentasi. Penelitian ini melibatkan 30 responden yang ada di Desa Mekar Sari Kecamatan Kumpeh yang terdiri dari berbagai profesi. Dari hasil penelitian yang peneliti lakukan sebanyak 8 responden menyatakan tertarik dengan bank syariah akan tetapi hanya terdapat 3 responden saja yang sudah menggunakan jasa dari perbankan syariah, dan sisanya 14 responden tidak berminat dan menggunakan jasa perbankan konvensional kemudian 8 responden yang tidak menanggapi

²¹ Ahmad Fatoni, Addirrahman,& Erwin Saputra Siregar, "Analisis Rendahnya Minat Masyarakat Menejadi Nasabah Bank Syariah Desa Mekarsari Kecamatan Kumpeh Kabupaten Muaro Jambi," *Jurnal Penelitian Ilmu Ekonomi Dan Keuangan Syariah* 2, no. 1 (2024): 24-56, <https://journal.staiyiqbaubau.ac.id/index.php/jupiekcs/article/view/961>

karena mereka berasumsi bahwa bank syariah dan bank konvensional sama saja.

Hasil dari penelitian tersebut ialah minat masyarakat Desa Mekar Sari Kecamatan Kumpeh dalam menggunakan jasa bank syariah masih dirasa sangat rendah. Sesuai dengan hasil hasil wawancara di lapangan yang berjumlah 30 responden. Dari 30 responden ini terdiri dari berbagai kalangan yang berbeda-beda, sebanyak 8 responden menyatakan tertarik dengan bank syariah akan tetapi hanya terdapat 3 responden saja yang sudah menggunakan jasa dari perbankan syariah, dan sisanya 14 responden tidak berminat dan menggunakan jasa perbankan konvensional kemudian 8 responden yang tidak menanggapi karena mereka berasumsi bahwa bank syariah dan bank konvensional sama saja. Adapun faktor yang menjadi penyebab kurangnya minat masyarakat dalam menggunakan jasa perbankan syariah di Desa Mekar Sari Kecamatan Kumpeh Kabupaten Muaro Jambi diantaranya faktor kepribadian, motivasi, sikap kepercayaan, gaya hidup, agama, pengalaman, keluarga, budaya, masyarakat dan pelayanan. Dari sejumlah faktor tersebut yang menjadi penyebab faktor utama ialah faktor promosi menjadi faktor yang paling dominan dalam mempengaruhi minat masyarakat untuk menjadi nasabah di bank syariah.

3. Sri Nawang, Anhugrah Nurika Anwar, & Hariz Safidun Riqqoh, “Analisis Perilaku Konsumen Dalam Memilih Produk Perbankan Syariah Indonesia.” *Jurnal Manajemen Dakwah*²²

Metode penelitian tersebut menggunakan kualitatif. Penelitian ini mengkaji perilaku konsumen dalam pemilihan produk perbankan syariah di Indonesia. Faktor- faktor seperti tingkat religiusitas, kepercayaan, sikap, dan persepsi masyarakat berpengaruh besar terhadap minat konsumen. Penghambat seperti kurangnya kesadaran, efektivitas sosialisasi, dan tekanan pengaruh materi juga memengaruhi keputusan konsumen.

Kesimpulan dari penjelasan di atas adalah bahwa perilaku konsumen dalam memilih produk perbankan syariah sangat dipengaruhi oleh faktor-faktor seperti tingkat religiusitas, kepercayaan, sikap, dan persepsi masyarakat. Namun, hingga saat ini minat masyarakat terhadap perbankan syariah masih tergolong rendah yang dikarenakan kurangnya kesadaran, kurangnya efektivitas sosialisasi, dan tekanan pengaruh materi dan persaingan hidup. Namun, upaya untuk mengatasi penghambatan ini dapat dilakukan melalui edukasi, sosialisasi yang lebih efektif, serta perbaikan citra dan kinerja bank syariah. Proses pengambilan keputusan konsumen pengaruh tersebut dipengaruhi oleh elemen-elemen dari luar dan dari dalam. Elemen-elemen eksternal mencakup budaya, aspek sosial, dan lokasi bank, sedangkan elemen-elemen internal melibatkan faktor pribadi dan psikologis. Selama proses pengambilan keputusan, individu

²² Sri Nawang Eat Al. ”Analisis Perilaku Konsumen Dalam Memilih Produk Perbankan Syariah Indonesia,” *Jurnal Manajemen Dakwah* 2, no. 1 (2024): 19, <https://ejournal.uinsaid.ac.id/index.php/mada/article/view/8402>

menilai tingkat kepercayaan, kepuasan, pengetahuan, dan persepsi mereka terhadap produk perbankan syariah. Faktor biaya, keyakinan, dan lokasi bank juga memengaruhi keputusan konsumen. Dalam konteks perbankan syariah di Indonesia, penting bagi bank syariah untuk meningkatkan edukasi dan pemahaman masyarakat tentang produk perbankan syariah. Ini akan membantu mengatasi faktor-faktor penghambat dan mendekati harapan masyarakat dalam memilih produk perbankan syariah. Keseluruhan, pemahaman perilaku konsumen dalam memilih produk perbankan syariah adalah kunci untuk meningkatkan minat dan partisipasi masyarakat dalam sistem keuangan yang sesuai dengan prinsip-prinsip Islam.

4. Ahmad Dalhar Muarif & Wakhrodi, “Minat Masyarakat Muslim terhadap Jasa Bank Syariah Perspektif Bank Syariah dan Perilaku Masyarakat” *Journal of Indonesian sharia economics*.²³

Penelitian ini bersifat kualitatif dengan menggunakan pendekatan studi kasus untuk memperoleh pemahaman yang lebih mendalam penerimaan bank syariah di kalangan masyarakat. Beberapa kasus digunakan untuk menyajikan alasan dan motivasi yang mendorong penerimaan bank syariah. Data mencakup praktik dan alasan sosial ekonomi, serta partisipasi responden dalam memilih atau tidak menggunakan jasa bank syariah, motivasi, dan alasan-alasan. Situasi sosio

²³ Ahmad Dalhar Muarif & Wahrodi, “Minat Masyarakat Muslim Terhadap Jasa Bank Syariah Perspektif Bank Syariah Dan Perilaku Masyarakat,” *Journal of Indonesian Sharia Economics* 3, no. 2 (2024): 15

kultural responden digunakan untuk lebih mengontekstualisasikan penerimaan mereka terhadap bank syariah.

Hasil dari penelitian tersebut menemukan bahwa minat masyarakat muslim terhadap bank syariah tidak didorong oleh faktor budaya (agama), namun oleh aksesibilitas masyarakat. Tanpa adanya kantor yang terjangkau, masyarakat tidak dapat mengakses bank syariah, sehingga mereka punya pilihan selain menggunakan jasa bank konvensional yang mana di setiap wilayah terdapat kantor perwakilannya. Oleh karena itu, faktor place (tempat) sangat berpengaruh terhadap minat masyarakat menggunakan jasa bank syariah. Studi ini merekomendasikan kepada bank syariah untuk melaksanakan strategi pemasaran yang sesuai dengan keinginan masyarakat. Secara empiris, penelitian ini menunjukkan perlunya memperluas pemahaman masyarakat dengan menggunakan promosi dan literasi bank syariah. Oleh karena itu, perspektif subjektif diperlukan untuk mengungkap pengalaman empiris masyarakat dan penerimaan bank syariah.

5. Irma Damayanti, Ahsan Putra Hafiz, & Refky Fielnanda.” Analisis Persepsi Masyarakat Dalam Menggunakan Produk Bank Syariah (Studi Pada Masyarakat Desa Kampung Baru, Kec. Muara Tembesi)” *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, Akuntansi*²⁴

²⁴ Irma Damayanti, Ahsan Putra Hafiz, & Riefky Fielnanda, “Analisis Persepsi Masyarakat Dalam Menggunakan Produk Bank Syariah (Studi Pada Masyarakat Desa Kampung Baru, Kec. Muara Tembesi),” *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, Akuntansi* 3, no. 2 (2023): 164-172, <https://journal.sinov.id/index.php/sinoveka/article/view/261>

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana Persepsi Masyarakat Kampung Baru, Kec. Muara Tembesi tentang bank syariah. penulis menggunakan metode kualitatif dengan menggunakan metode pengumpulan data dengan cara wawancara, observasi, dokumentasi dan penarikan kesimpulan. Hasil penelitian ini menemukan persepsi dari masyarakat Kampung Baru berbeda-beda.

Hasil dari penelitian tersebut diperoleh persepsi yang berbeda dari informan mengenai Bank Syariah. Alasan Informan Menjadi Nasabah Bank Konvensional Hasil penelitian dari data primer yang diperoleh peneliti terdapat 22 informan yang masih menggunakan bank konvensional. Hal ini dikarenakan mereka lebih nyaman dan transaksi di bank konvensional lebih mudah dibanding bank syariah, akses yang lebih mudah karena jangkauan bank konvensional yang sudah cukup meluas dibanding bank syariah serta berhubungan dengan pekerjaan yang mengharuskan informan menggunakan bank konvensional Faktor yang mempengaruhi persepsi masyarakat Desa Kampung Baru adalah faktor dalam diri, situasi dan Lokasi.

6. Salvia, “Minat Mahasiswa Program Studi Ekonomi Syariah Menabung di Bank Mini Syariah Sekolah Tinggi Agama Islam Auliaurasyidin Tembilahan (Doctoral dissertation, STAI Auliaurasyidin Tembilahan)”²⁵

²⁵ Salvia & Desi, “Minat Mahasiswa Program Studi Ekonomi Syariah Menabung di Bank Mini Syariah Sekolah Tinggi Agama Islam Auliaurasyidin Tembilahan,”(Skripsi STAI Auliaurasyidin Tembilahan 2022).

Metodologi penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif deskriptif. Tujuan dari penelitian deskriptif ini adalah untuk menyelidiki dan mengkarakterisasi suatu gejala menggunakan informasi yang dikumpulkan dari lapangan. Pengumpulan data terbuka merupakan andalan metode kualitatif yang digunakan untuk mengidentifikasi tema dalam data yang tersedia.

Hasil dari penelitian tersebut ialah Berdasarkan rangkuman hasil angket yang ada pada jurnal, minat mahasiswa Program Studi Ekonomi syariah untuk menabung di Bank Mini Syariah STAI Auliaurasyidin Tembilahan masuk dalam kategori “Sangat Baik”. Mahasiswa Program Studi Ekonomi Islam STAI Auliaurasyidin Tembilahan menunjukkan minat menabung di Bank Mini Syariah sebesar “87,6%”, masuk dalam kategori “Sangat Baik” karena persentasenya berada pada kisaran 81% sampai dengan 100%. Hal ini menunjukkan bahwa faktor motivasi mahasiswa berperan terhadap minat menabung di Bank Mini Syariah. Berdasarkan hasil angket, sebanyak 42 mahasiswa memilih unsur niat, 58 mahasiswa memilih unsur motivasi, dan 30 mahasiswa memilih unsur perhatian. Selain itu, variabel yang mempengaruhi minat menabung sebanyak “89,8%” masuk dalam kategori “Sangat Baik”.

Persamaan dan perbedaaan anantara penelitian dilakukan Salvia dengan penelitian yang dilakukan pada Bank Syariah Indonesia KCP Probolinggo Kraksaan menjadikan Bank Syariah sebagai subjek utama penelitian mereka, dan sama-sama meneliti minat nasabah.

Metode pengumpulan data yang menjadikan perbedaannya. Instrumen utama yang digunakan dalam penelitian Salvia untuk mengumpulkan informasi tentang minat mahasiswa dalam menabung adalah kuesioner terbuka. Wawancara mendalam digunakan oleh peneliti di Bank Syariah Indonesia KCP Probolinggo Kraksaan.

7. Siti Rhomadoni & Khairan, "Persepsi Masyarakat Terhadap Produk perbankan Syariah di Bandar Lor Kota Kediri." *Jurnal At-Tamwil: Kajian Ekonomi Syariah*.²⁶

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi. Data yang diperoleh kemudian dianalisis menggunakan model Milles and Humbles, yang mencakup reduksi data, penyajian data, dan Kesimpulan. Fokus penelitian adalah untuk mengeksplorasi dan menganalisis persepsi masyarakat terhadap produk-produk perbankan syariah di Kelurahan Bandarlor, Kota Kediri, serta faktor-faktor yang mempengaruhi persepsi tersebut, seperti pengetahuan, sikap, minat, dan kebutuhan masyarakat.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi masyarakat terhadap produk perbankan syariah di Kelurahan Bandarlor, Kota Kediri, masih sangat kurang. Mayoritas masyarakat belum mengetahui tentang produk-produk perbankan syariah dan sistem akad yang ada di bank syariah.

²⁶ Siti Rhomadoni & Khairan, "Persepsi Masyarakat Terhadap Produk perbankan Syariah di Bandar Lor Kota Kediri," *Jurnal At-Tamwil: Kajian Ekonomi Syariah* 4, no. 2 (2022): 186. <https://ejournal.uit-lirboyo.ac.id/index.php/perbankan/article/view/2980>

Masyarakat beranggapan bahwa pihak bank syariah kurang bersosialisasi kepada mereka. Faktor-faktor yang mempengaruhi persepsi masyarakat terhadap produk perbankan syariah meliputi pengetahuan, sikap, minat, dan kebutuhan.

Penelitian yang dilakukan oleh Rhomadoni, Siti, dan penelitian di Bank Syariah Indonesia KCP Probolinggo Kraksaan dibandingkan. Penelitian "Persepsi Masyarakat terhadap Produk Perbankan Syariah di Bandar Lor, Kota Kediri" ini merupakan gabungan antara pendekatan deskriptif dan pendekatan kualitatif, dengan pengumpulan data melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan.

Perbedaannya terletak pada topik dan konsentrasi penelitian. Nasabah yang telah memanfaatkan produk perbankan syariah, khususnya yang telah menggunakan produk di Bank Syariah Indonesia Kcp Probolinggo Kraksaan. Tujuan utamanya adalah untuk menyelidiki bagaimana konsumen membuat penilaian tentang produk perbankan syariah dan faktor-faktor yang memengaruhi keputusan tersebut.

Sebaliknya, penelitian Rhomadoni berfokus pada pendapat masyarakat umum di Kelurahan Bandarlor, Kota Kediri, yang belum membuka rekening di bank syariah. Penelitian ini mengkaji bagaimana masyarakat umum memandang produk perbankan syariah dari segi kebutuhan, minat, sikap, dan pengetahuan mereka. Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi masyarakat umum terhadap produk

perbankan syariah masih kurang, terutama karena kurangnya sosialisasi dan pemahaman.

Dengan demikian, jika penelitian Rhomadoni menjelaskan persepsi mereka yang belum pernah mengenal atau terlibat dalam perbankan syariah, penelitian di Bank Syariah Indonesia KCP Probolinggo Kraksaan memberikan wawasan dari perspektif pengguna produk syariah.

8. Edi Sapruodin.” Persepsi Masyarakat Terhadap Produk Perbankan Syariah (Studi Di Desa Tawang Rejo Kecamatan Air Periukan Kabupaten Seluma)²⁷

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui Untuk mengetahui persepsi masyarakat terhadap produk perbankan syariah di BNI syariah KCP seluma. Dan untuk mengetahui faktor apa yang mempengaruhi persepsi masyarakat terhadap produk perbankan syariah di BNI Syariah KCP Seluma. Untuk mengungkapkan persoalan tersebut secara mendalam dan menyeluruh, peneliti menggunakan metode Deskriptif Kualitatif. Adapun teknik pengumpulan data yang digunakan adalah teknik interview/wawancara kepada masyarakat Desa Tawang Rejo.

Hasil dari penelitian tersebut ialah Mayoritas masyarakat belum mengetahui produk dan akad perbankan syariah di KCP Seluma akibat minimnya sosialisasi dan promosi. Rendahnya pemahaman ini mempengaruhi persepsi mereka, sehingga banyak yang belum tertarik atau memutuskan untuk bertransaksi di bank syariah. Faktor utama yang

²⁷ Edi Sapruodin, ”Persepsi Masyarakat Terhadap Produk Perbankan Syariah (Studi Di Desa Tawang Rejo Kecamatan Air Periukan Kabupaten Seluma),”(Skripsi, IAIN Bengkulu, 2021), 78

mempengaruhi persepsi tersebut meliputi pengetahuan, sikap, minat, dan kebutuhan, yang masih rendah karena kurangnya edukasi mengenai perbankan syariah.

9. Reni Fatmawati.” Persepsi Masyarakat Pekanbaru Tentang Perbankan Syariah Dan Penyebab Masyarakat Tidak Memilih Bank Syariah” *Jurnal Daya Saing*²⁸

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui apa penyebab Masyarakat tidak menggunakan produk bank syariah dan jenis penelitian yang dilakukan peneliti adalah kualitatif.

Hasil dari penelitian tersebut Masyarakat memiliki beragam persepsi terhadap bank syariah, di antaranya pengetahuan yang masih rendah akibat minimnya informasi dari pelaku bisnis dan pemasaran. Banyak yang menganggap bank syariah sama dengan bank konvensional karena kurangnya edukasi, serta berpikir bahwa bank syariah hanya untuk mereka yang memahami prinsip Islam. Selain itu, sebagian besar masyarakat menganggap bunga bank konvensional haram karena menyerupai riba.

Beberapa faktor yang menghambat penggunaan bank syariah meliputi kurangnya pengetahuan masyarakat tentang produk, daya tarik produk yang dianggap kurang, serta sistem yang dinilai kurang merakyat. Promosi yang minim edukasi menyebabkan masyarakat tidak terdorong memilihnya. Selain itu, skema bagi hasil dinilai kurang menguntungkan

²⁸ Reni Farwati. ”Persepsi Masyarakat Pekanbaru Tentang Perbankan Syariah Dan Penyebab Masyarakat Tidak Memilih Bank Syariah,” *Journal of Kompetif* 5, no 2 (2021): 72-85, <https://ejournal.kompetif.com/index.php/dayasaing/article/view/344/297>

dibandingkan bunga bank konvensional, serta kurangnya *event*, promosi, dan branding. Jaringan kantor cabang dan ATM yang masih terbatas juga menjadi kendala.

10. Fitria Sinaga. "Faktor- Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Menggunakan Jasa Perbankan Syariah (Studi Kasus Bank Mandiri Syariah Kantor Cabang Pembantu Cindeu)"²⁹

Tujuan dari penelitian ini yaitu agar masyarakat mengetahui apakah prinsip bank, produk, pelayanan, sosial, pribadi, psikologi, budaya, harga dan promosi dapat berpengaruh terhadap keputusan nasabah/masyarakat memilih menggunakan jasa perbankan syariah.

Hasil Berdasarkan penelitian, faktor psikologis dan pemasaran berpengaruh terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan jasa Bank Syariah Mandiri (BSM) Cirendeui. Faktor psikologis mencakup motivasi, persepsi, proses belajar, keyakinan, dan sikap. Faktor paling dominan adalah keyakinan terhadap prinsip syariah, di mana 100% responden setuju bahwa BSM menerapkan prinsip syariah dalam setiap transaksi, sehingga menjadi alasan utama mereka memilih bank tersebut. Faktor pemasaran meliputi produk, promosi, iklan, dan pelayanan. Produk menjadi faktor paling dominan, terutama melalui penyebaran brosur langsung kepada masyarakat, yang disetujui oleh 100% responden. Hal ini memudahkan nasabah mengenal produk BSM, meskipun sebagian hanya

²⁹ Fitria Sinaga, "Faktor- Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Menggunakan Jasa Perbankan Syariah (Studi Kasus Bank Mandiri Syariah Kantor Cabang Pembantu Cindeu),"(Skripsi, Universitas Muhamadiyah Jakarta, 2021), 1-80

mengetahui produk yang mereka gunakan tanpa memahami sistem perbankan secara keseluruhan.

Tabel 2.1
Tabulasi Penelitian Terdahulu

No	Identitas Penelitian Terdahulu	Persamaan	Perbedaan
1	Ryasid, Habibi, Dongoran, Wulandari, & Syahbudi, M, “Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pilihan Konsumen Terhadap Produk Dan Layanan Keuangan Syariah” (2024)	1.fokus penelitian elemen-elemen yang memengaruhi pilihan nasabah terhadap layanan dan produk keuangan syariah 2.Menggunakan metode penelitian kualitatif.	1. objek penelitian faktor eksternal dalam keputusan konsumen. 2. Penelitian ini fokus pada pengalaman dan persepsi nasabah di Bank syariah Indonesia KCP Probolinggo kraksaan
2	Ahmad Fatoni, addiarahman, Erwin Saputra siregar. “analisis rendahnya Minat Masyarakat Menjadi Nasabah Bank Syariah Desa Mekarsari Kecamatan Kumpeh Kabupaten Muaro Jambi” (2024)	sama-sama menggunakan pendekatan kualitatif	1. Fokus Studi Bank syariah Indonesia KCP Probolinggo Kraksaan mengeksplorasi pengalaman dan persepsi nasabah, sedangkan Ahmad Fatoni, dkk., meneliti rendahnya minat masyarakat terhadap bank syariah. 2. Objek Penelitian Bank syariah Indonesia KCP Probolinggo Kraksaan meneliti nasabah bank syariah, sedangkan Ahmad Fatoni, meneliti masyarakat umum, termasuk yang belum menjadi nasabah.
3	Sri Nawang, Anhugrah Nurika Anwar,, Hariz	1.Metode Sama-sama menggunakan	1. Objek penelitian di Bank syariah Indonesia KCP Probolinggo

No	Identitas Penelitian Terdahulu	Persamaan	Perbedaan
	Safidun Riqqoh. “Analisis Perilaku Konsumen Dalam Memilih Produk Perbankan Syariah Indonesia.” (2024)	metode kualitatif. 2. Fokus Mengkaji faktor yang memengaruhi keputusan konsumen memilih perbankan syariah.	Kraksaan fokus pada nasabah lokal, sementara penelitian Sri Nawang, dkk., berskala nasional. 2. Fokus Studi Bank syariah Indonesia KCP Probolinggo Kraksaan meneliti pengalaman dan persepsi nasabah, sedangkan Sri Nawang, dkk., mengkaji faktor makro seperti religiusitas dan kepercayaan. 3. Tujuan Bank syariah Indonesia KCP Probolinggo Kraksaan memahami pengalaman nasabah, sedangkan Sri Nawang, dkk., menganalisis faktor pendorong dan penghambat dalam memilih perbankan syariah
4	dalhar muarif & wakhrodi. “Minat Masyarakat Muslim terhadap Jasa Bank Syariah Perspektif Perilaku Bank Syariah dan Masyarakat (2024)	1. Metode sama-sama menggunakan metode kualitatif. 2. Fokus Meneliti faktor yang memengaruhi minat masyarakat terhadap bank syariah.	1. Fokus Studi Bank syariah Indonesia KCP Probolinggo Kraksaan meneliti pengalaman dan persepsi nasabah, sedangkan Dalhar Muarif & Wakhrodi menyoroti alasan sosial-ekonomi dan motivasi masyarakat.
5	Irma Damayanti, Ahsan Putra Hafiz, & Refky	1. Menggunakan metode kualitatif.	1. Fokus Studi Bank syariah Indonesia KCP Probolinggo Kraksaan

No	Identitas Penelitian Terdahulu	Persamaan	Perbedaan
	Fieelnanda.” Analisis Persepsi Masyarakat Dalam Menggunakan Produk Bank Syariah (Studi Pada Masyarakat Desa Kampung Baru, Kec. Muara Tembesi (2023)	2. Fokus Meneliti faktor yang memengaruhi persepsi masyarakat terhadap bank syariah.	meneliti pengalaman dan persepsi nasabah bank syariah, sedangkan Irma Damayanti, dkk., menganalisis persepsi masyarakat umum, termasuk pengguna bank konvensional. 2. Objek Penelitian Bank syariah Indonesia KCP Probolinggo Kraksaan fokus pada nasabah bank syariah, sedangkan Irma Damayanti, dkk., meneliti masyarakat yang mayoritas masih menggunakan bank konvensional.
6	Salvia Desi.” Minat Mahasiswa Program Studi Ekonomi Syariah Menabung Di Bank Mini Syariah Sekolah Tinggi Agama Islam Auliaurasyidin Tembilahan “ (2022)	1. Kedua penelitian berfokus pada syariah sebagai subjek utama. 2. Keduanya meneliti minat nasabah dalam menggunakan layanan perbankan syariah.	1. Penelitian Salvia menggunakan kuesioner terbuka untuk mengumpulkan data tentang minat menabung mahasiswa. 2. Penelitian di Bank syariah Indonesia KCP Probolinggo Kraksaan menggunakan wawancara mendalam untuk menggali pengalaman dan persepsi nasabah.
7	Rhomadoni. “ persepsi Masyarakat terhadap produk perbankan syariah di bandar lor kota kediri” (2022)	sama-sama menggunakan pendekatan kualitatif	Persepsi masyarakat yang belum memiliki rekening di bank syariah.
8	Edi Sapruodin.” Persepsi	1. Metode Sama-sama	1. Bank syariah Indonesia KCP Probolinggo

No	Identitas Penelitian Terdahulu	Persamaan	Perbedaan
	Masyarakat Terhadap Produk Perbankan Syariah (Studi Di Desa Tawang Rejo Kecamatan Air Periukan Kabupaten Seluma (2021)	menggunakan metode kualitatif. 2. Fokus Meneliti faktor yang memengaruhi persepsi masyarakat terhadap bank syariah	Kraksaan meneliti pengalaman dan persepsi nasabah, sedangkan Edi Sapruodin fokus pada persepsi masyarakat umum. 2. Bank syariah Indonesia KCP Probolinggo Kraksaan menekankan pengalaman individu dalam memilih produk syariah, sementara Edi Sapruodin menyoroti rendahnya pengetahuan sebagai faktor utama.
9	Reni Fatmawati.” Persepsi Masyarakat Pekanbaru Tentang Perbankan Syyariah Dan Penyebab Masyarakat Tidak Emilih Bank Syariah” (2021)	Menggunakan metode kualitatif.	1. Bank syariah Indonesia KCP Probolinggo Kraksaan meneliti pengalaman nasabah, sedangkan Reni Fatmawati meneliti alasan masyarakat tidak memilih bank syariah.
10	Fitria Sinaga.” Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Menggunakan Jasa Perbankan Syariah (Studi Kasus Bank Mandiri Syariah Kantor Cabanag Pembantu Cindeu (2021)	1. Metode sama-sama menggunakan metode kualitatif. 2. Fokus Meneliti faktor yang memengaruhi keputusan nasabah dalam memilih bank syariah	1. Perbedaan terletak pada objek penelitian.

Sumber: data diolah peneliti 2024

Dapat disimpulkan bahwa penelitian di Bank Syariah Indonesia KCP Probolinggo Kraksaan berfokus pada eksplorasi pengalaman dan persepsi nasabah yang telah menggunakan layanan bank syariah. Sementara itu, penelitian lain lebih menyoroti faktor yang memengaruhi minat atau hambatan masyarakat dalam memilih bank syariah, seperti kurangnya edukasi, akses terbatas, dan anggapan bahwa bank syariah sama dengan bank konvensional. Beberapa penelitian menekankan faktor psikologis, pemasaran, dan keyakinan sebagai faktor utama dalam keputusan memilih bank syariah. Dengan pendekatan eksploratif, penelitian di Bank Syariah Indonesia KCP Probolinggo Kraksaan memberikan wawasan lebih mendalam tentang pengalaman nyata nasabah dibandingkan sekadar menganalisis faktor eksternal yang memengaruhi keputusan masyarakat.

B. Kajian Teori

Pada kajian teori ini berisi tentang pembahasan teori yang dijadikan sebagai perspektif dalam melakukan penelitian. Pembahasan teori secara lebih luas dan mendalam akan semakin memperdalam wawasan peneliti dalam mengkaji permasalahan yang hendak dipecahkan sesuai dengan fokus dan tujuan penelitian. Berbeda dengan penelitian kuantitatif, Posisi teori dalam kualitatif diletakkan sebagai perspektif atau pisau analisis, bukan untuk diuji.³⁰

Theory consumer behavior merupakan tindakan dan proses keputusan konsumen dalam membeli barang dan jasa untuk dikonsumsi pribadi. Perilaku konsumen merupakan hal yang paling penting bagi pemasar dalam studi bisnis

³⁰ Tim Penyusun Buku Pedoman Karya Tulis Ilmiah UIN KHAS Jember, *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah*, 46

karena tujuan utamanya adalah untuk menciptakan dan mempertahankan pelanggan. Perilaku konsumen merupakan studi yang memproses keterlibatan individu maupun kelompok dalam memilih, membeli, menggunakan, maupun membuang produk, layanan, ide-ide, atau pengalamannya untuk memuaskan kebutuhan dan keinginannya.³¹ Teori ini digunakan untuk memberikan kerangka pemahaman yang menyeluruh mengenai bagaimana konsumen merespons layanan perbankan syariah berdasarkan pengalaman dan persepsi mereka. Dengan pendekatan perilaku konsumen, penelitian ini dapat menggali lebih dalam faktor-faktor yang memengaruhi keputusan nasabah, mulai dari aspek emosional, rasional, hingga nilai-nilai religius, yang semuanya berperan dalam proses pengambilan keputusan dalam konteks keuangan syariah.

1. Eksplorasi Pengalaman

a. Pengertian

Pengalaman nasabah sangat penting karena dapat meningkatkan kepuasan dan loyalitas nasabah. pengalaman pelanggan berpengaruh positif terhadap loyalitas nasabah. Kepuasan nasabah juga berpengaruh positif terhadap loyalitas nasabah, meskipun diduga melalui mediasi kepercayaan. pengalaman pelanggan dianggap sebagai prioritas yang semakin penting dalam penelitian pasar karena pengalaman ini telah menggantikan kualitas sebagai faktor persaingan utama dalam pemasaran. *Customer Experience* merupakan persepsi

³¹ Putu Chris Susanto, Aditya Wardhana, *Consumer Behaviour: Essence, Position & Strategy* (Bandung: CV Media Sains Indonesia, 2022), 1-2.

pengalaman nasabah. Pengakuan atau persepsi ini berperan dalam meningkatkan nilai produk dan layanan.³²

Secara sederhana, *Customer Experience* adalah proses strategis dan implementasi yang dilakukan perusahaan untuk mengelola pengalaman pelanggan. Pengalaman pelanggan berfokus pada penciptaan kepuasan melalui interaksi dengan produk atau layanan. Pada intinya, hal ini menekankan pada hasil akhir dari produk atau layanan tersebut. Ada lima langkah yang harus diambil perusahaan dalam membangun *Customer Experience*, yaitu:

- 1) Mengetahui dan memahami keinginan pelanggan
- 2) Menerapkan proses dan sistem yang efektif untuk memenuhi semua ekspektasi pelanggan.
- 3) Menciptakan pengalaman yang menyenangkan bagi pelanggan selama proses transaksi.
- 4) Memberikan kepuasan kepada pelanggan melalui pelayanan yang memuaskan.
- 5) Memastikan pelanggan merasa berhasil dan puas dengan hasil dari transaksi yang dilakukan.³³

Pengalaman pelanggan sebagai analisis yang dilakukan oleh pelanggan tentang setiap interaksi mereka dengan perusahaan, baik

³² Artha, *Pengaruh Pengalaman Pelanggan dan Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah pada Internet Banking Bank Syariah di Surabaya dan Sidoarjo* (Surabaya: Doctoral Disertion, 2020), 22.

³³ Artha, *Pengaruh Pengalaman Pelanggan dan Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah pada Internet Banking Bank Syariah di Surabaya dan Sidoarjo* (Surabaya: Doctoral Disertion, 2020), 23

secara langsung maupun tidak langsung. Menurut Klaus, kemampuan pelanggan untuk mengembangkan kemampuan rasional (nalar), seperti memengaruhi orang lain untuk mengevaluasi produk atau layanan yang telah mereka alami, disebut sebagai penilaian kognitif; penilaian afektif terkait dengan sikap dan nilai yang mencakup pengalaman pribadi seseorang. Salah satu alternatif bagi perusahaan untuk meningkatkan jumlah pelanggannya adalah dengan berfokus pada pengalaman pelanggan. Produk atau layanan yang ditawarkan tidak selalu memengaruhi keputusan seseorang untuk berbelanja, tetapi pengalaman yang dimiliki pelanggan dapat menjadi bagian dari keputusan tersebut.³⁴ Adapun yang terdapat pada Al-Qur'an yang menjelaskan pentingnya pengalaman, yang terdapat pada surah Yusuf ayat 111 yang berbunyi:

لَقَدْ كَانَ فِي قَصَصِهِمْ عِبْرَةً لِّأُولِي الْأَلْبَابِ ﴿١١١﴾

Artinya : “Sesungguhnya pada kisah-kisah mereka itu terdapat pengajaran bagi orang-orang yang mempunyai akal.”³⁵

Berdasarkan ayat di atas dijelaskan bahwa seorang mukmin hendaknya belajar tidak hanya dari pengalamannya sendiri tetapi juga dari pengalaman orang lain. Salah satu tujuan dari banyak cerita yang diceritakan Allah dalam Al-Qur'an adalah agar seseorang dapat belajar dari orang-orang yang dia ceritakan kepada mereka.

³⁴ Rahayu Setiana Sinta, "Pengaruh Pengalaman Pelanggan dan Manfaat yang Dirasakan dari Internet Banking Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah di Surabaya dan Sidoarjo" (STIE Perbanas Surabaya, Surabaya, 2020), 21.

³⁵ Departemen Agama RI, *Al-Qur'an*, 111

2. Persepsi konsumen

a. Pengertian

Persepsi adalah sudut pandang yang muncul dari interpretasi seseorang terhadap sesuatu. Dalam konteks pemasaran, persepsi konsumen adalah proses di mana orang bereaksi terhadap suatu produk untuk memengaruhi keputusan pembelian mereka; dengan kata lain, persepsi konsumen terhadap suatu produk merupakan salah satu faktor yang memotivasi mereka untuk bertindak. Oleh karena itu, memahami persepsi konsumen menjadi sangat penting, terutama dalam industri perbankan syariah, yang tidak hanya menawarkan produk keuangan tetapi juga mengedepankan nilai-nilai religius. Persepsi positif terhadap kesesuaian produk dengan prinsip syariah, transparansi layanan, dan kepercayaan terhadap institusi dapat mendorong konsumen untuk memilih dan tetap loyal terhadap bank syariah. Dalam penelitian ini, persepsi menjadi salah satu fokus utama untuk mengetahui bagaimana konsumen menilai pengalaman mereka dan bagaimana penilaian tersebut memengaruhi keputusan dalam memilih produk perbankan syariah.

Persepsi konsumen adalah proses yang dilakukan konsumen untuk memilih, mengatur, dan menganalisis informasi yang diberikan kepada mereka tentang suatu produk. Persepsi konsumen terhadap suatu produk bisa positif dan negatif, yang dapat memengaruhi seberapa baik atau buruk mereka menilai bisnis atau pengecer yang

menawarkannya. Persepsi ini sangat berperan dalam membentuk keputusan pembelian, terutama dalam konteks produk perbankan syariah di mana nilai-nilai kepercayaan dan kepatuhan terhadap prinsip syariah menjadi faktor penting. Oleh karena itu, bank syariah perlu mengelola citra dan komunikasi produk secara efektif agar persepsi konsumen tetap positif dan mendorong loyalitas nasabah. Ada dua kategori persepsi konsumen: 1) subliminal, atau bawah sadar, dan 2) supraliminal, atau sadar.³⁶

Persepsi pada hakikatnya merupakan proses kognitif yang dialami oleh setiap orang dalam memahami lingkungan di sekitarnya, menurut Mulyadi. Persepsi juga merupakan tindakan menyusun, mengenali, dan menafsirkan informasi untuk memberikan gambaran dan pemahaman tentang lingkungan, suatu proses internal yang memungkinkan kita untuk memilih, mengatur, dari lingkungan kita, dan dalam proses tersebut memengaruhi perilaku kita.³⁷

Persepsi adalah proses memperoleh, menafsirkan, memilih, dan mengatur informasi sensorik. Persepsi terjadi ketika seseorang menerima rangsangan dari dunia luar, yang ditangkap oleh organ-organ bantunya, dan kemudian masuk ke otak. Persepsi adalah proses mencari informasi untuk dipahami menggunakan indera. Dalam konteks konsumen, proses persepsi ini sangat penting karena

³⁶ Abdul Kholik, *Perilaku Konsumen (Ruang Lingkup dan Konsep Dasar)* (Bandung: Widina Bhakti Persada, 2020), 103-104.

³⁷ Saprurodin, *Persepsi Masyarakat Terhadap Produk Perbankan Syariah (Studi Di Desa Tawang Rejo Kecamatan Air Periukan Kabupaten Seluma)* (Bengkulu: IAIN Bengkulu, 2020), 29.

memengaruhi bagaimana individu menilai dan bereaksi terhadap produk atau layanan yang mereka temui. Khususnya dalam perbankan syariah, persepsi nasabah terhadap prinsip syariah yang diusung serta kualitas layanan yang diterima akan membentuk sikap dan keputusan mereka dalam memilih produk perbankan. Oleh karena itu, pemahaman mendalam tentang proses persepsi dapat membantu lembaga keuangan dalam merancang strategi komunikasi dan pemasaran yang efektif untuk menarik dan mempertahankan nasabah.

Persepsi juga bisa didefinisikan sebagai kemampuan indra untuk menerjemahkan rangsangan yang diterima oleh alat indera manusia. Persepsi manusia dapat bervariasi berdasarkan sudut pandang dalam menangkap rangsangan tersebut, menghasilkan persepsi positif maupun negatif, yang pada akhirnya akan mempengaruhi tindakan nyata yang dilakukan oleh seseorang. persepsi tersebut sangat berpengaruh terhadap cara seseorang merespons suatu produk atau layanan. Persepsi positif akan mendorong individu untuk melakukan tindakan yang menguntungkan, seperti membeli atau menggunakan produk, sedangkan persepsi negatif bisa menimbulkan ketidakpercayaan dan menurunnya minat terhadap produk tersebut. Oleh karena itu, pemahaman tentang faktor-faktor yang memengaruhi persepsi sangat penting untuk membentuk strategi komunikasi dan

pemasaran yang efektif guna membangun citra yang baik dan meningkatkan loyalitas konsumen.³⁸

Persepsi merupakan proses penerimaan rangsangan melalui panca indera sebelum perhatian diberikan sehingga seseorang dapat mengetahui, memaknai, dan menghayati apa yang dilihatnya, baik yang ada di dalam maupun di luar dirinya. Sunarto membedakan dua jenis persepsi, yaitu persepsi eksternal yang bersumber dari rangsangan yang datang dari luar diri individu dan persepsi diri yang bersumber dari rangsangan yang datang dari dalam diri individu. Dalam hal ini, objeknya adalah dirinya sendiri.

Pengetahuan, sikap, suasana hati, minat, perhatian, kebutuhan, nilai-nilai, dan kepribadian merupakan faktor-faktor yang mempengaruhi persepsi seseorang. Pengetahuan pada hakikatnya adalah segala sesuatu yang diketahui tentang suatu objek tertentu, menurut Suhartono. Pengetahuan memiliki berbagai macam jenis dan sifat, ada yang bersifat langsung dan ada yang bersifat tidak langsung, dan ada pula yang bersifat tidak permanen (berubah-ubah). Sikap seseorang terhadap suatu objek dapat berupa perasaan dukungan atau perlindungan (*favorable*) atau perasaan tidak dukungan atau perlindungan (*unfavorable*). Sebagaimana yang dikemukakan oleh jurnal yang dibahas oleh purwanti ningsih:

³⁸ Siti Rhomadoni & Khairan, "Persepsi Masyarakat Terhadap Produk perbankan Syariah di Bandar Lor Kota Kediri," *Jurnal At-Tamwil: Kajian Ekonomi Syariah* 4, no. 2 (2022): 191, <https://ejournal.uit-lirboyo.ac.id/index.php/perbankan/article/view/2980>

- 1) sikap merupakan suatu disposisi untuk bertindak, bersikap, atau mempersepsi ketika berhadapan dengan pikiran atau objek.
- 2) Sikap memutuskan apakah seseorang setuju atau tidak setuju, bukan hanya sekedar catatan masa lalu.
- 3) Sikap lebih tahan lama dibandingkan dengan sikap.
- 4) Sikap memiliki tingkat evaluasi yang lebih besar.
- 5) Pengalaman merupakan sumber sikap.

Keterampilan seseorang merupakan kapasitasnya untuk melakukan tugas-tugas tertentu, terutama yang melibatkan aktivitas fisik, mulai dari yang dasar sampai yang canggih. Perilaku dipengaruhi oleh keadaan emosional individu; Suasana hati seseorang mencerminkan perasaan mereka pada saat tertentu dan dapat memengaruhi cara mereka memahami, menanggapi, dan mengingat informasi. Persepsi konsumen proses di mana seseorang memilih, mengatur, dan menginterpretasikan informasi untuk membangun citra yang bermakna tentang dunia luar dikenal sebagai persepsi. Tiga tahap persepsi pemaparan, perhatian, dan pemahaman memungkinkan orang untuk mempersepsikan objek yang sama secara berbeda. Dengan kata lain, persepsi mengacu pada bagaimana pelanggan memandang dunia atau realitas di luar diri mereka.³⁹ Dalam islam sebelum melakukan pembelian, seorang penjual harus bisa meyakinkan atau membangkitkan minat konsumen dengan salah satu caranya promosi

³⁹ Rahmawaty, *Perilaku Konsumen dalam Perspektif Islam* (Yogyakarta: Idea Press, 2021), 31

sem menarik dan sebaik mungkin agar konsumen bisa melihat dan mencari informasi produk yang ditawarkan penjual.

3. Produk Perbankan Syariah

a. Pengertian Perbankan Syariah

Kata "bank" tidak disebutkan secara khusus dalam Al-Qur'an sebagai nama lembaga keuangan. Akan tetapi, jika yang dimaksud adalah sesuatu yang memiliki komponen yang menyiratkan peran yang dimainkan oleh pelaku tertentu dalam kegiatan ekonomi, seperti struktur, manajemen, fungsi, hak, dan kewajiban, maka istilah-istilah seperti zakat, shadaqah, ghanimah (rampasan perang), bay' (jual beli), dayn (utang dagang), mal (harta karun), dan sebagainya digunakan untuk menjelaskannya. Istilah-istilah tersebut mencerminkan prinsip-prinsip dasar ekonomi Islam yang menjadi landasan bagi pengembangan sistem perbankan syariah. Dengan demikian, meskipun kata "bank" tidak secara eksplisit disebutkan, konsep dan praktik yang mendasari aktivitas keuangan dalam Islam sudah diatur melalui berbagai ayat dan istilah ini, yang kemudian diadaptasi dan dijalankan dalam lembaga keuangan modern berbasis syariah.⁴⁰

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, bank adalah salah satu jenis lembaga keuangan yang bergerak di bidang peredaran uang,

⁴⁰ Susila Jaka, "Fiduciary Dalam Produk-Produk Perbankan Syariah", (Jurnal Ilmu Syariah dan Hukum 1, no. 2 (2016): 36, <https://ejournal.uinsaid.ac.id/index.php/al-ahkam/article/view/497>

transaksi pembayaran, dan perkreditan⁴¹. Undang-Undang Perbankan Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 1998. Bank didefinisikan sebagai "Badan Usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya kepada masyarakat dalam bentuk kredit dan/atau bentuk-bentuk lain dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat banyak" berdasarkan Perubahan Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 7 Tahun 1992 Tahun 1992 Pasal 1 angka 2. Berdasarkan uraian di atas, bank adalah suatu lembaga yang bergerak di bidang keuangan. Dengan kata lain, karena kegiatan perbankan secara hakiki berkaitan dengan industri keuangan, maka membicarakan bank identik dengan membicarakan masalah keuangan dalam rangka menghimpun atau mencairkan dana, baik secara tunai maupun secara kredit. Menurut pengertian yang lain, bank adalah lembaga keuangan yang berfungsi sebagai tempat penyimpanan uang milik masyarakat, badan usaha, pemerintah, dan badan usaha milik negara. Bank juga menawarkan berbagai layanan, termasuk operasi kredit, untuk memenuhi kebutuhan pembiayaan dan memfasilitasi sistem pembayaran untuk semua sektor ekonomi. Berdasarkan uraian tersebut, bank sudah menjalankan berbagai tugas, termasuk menyediakan layanan penyaluran kredit dan penagihan uang dengan menggunakan beberapa sistem yang menguntungkan warga negara dan badan usaha

⁴¹ Nainggolan Basaria, *Perbankan Syariah di Indonesia* (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada Rajawali Pers, 2023), 72

milik negara. Lembaga keuangan, baik publik maupun swasta, dan sistem bunga digunakan.⁴²

b. Pengertian Produk Bank Syariah

Produk perbankan Islam adalah kategori tertentu dari layanan dan produk keuangan yang disediakan oleh lembaga keuangan atau bank Islam, dan dijalankan sesuai dengan aturan syariah Islam. Produk ini dirancang untuk memenuhi prinsip-prinsip syariah, seperti larangan riba (bunga), gharar (ketidakpastian), dan maysir (judi), serta menekankan keadilan, transparansi, dan pembagian risiko antara bank dan nasabah. Dengan demikian, produk perbankan Islam tidak hanya berfungsi sebagai alat transaksi keuangan, tetapi juga sebagai sarana untuk mewujudkan tujuan ekonomi yang etis dan berkelanjutan. Berikut ini adalah beberapa ciri dan ilustrasi produk perbankan Islam:

Secara umum, ada tiga kategori utama produk yang ditawarkan perbankan Islam:

- 1) Produk Pendanaan;
- 2) Produk Penyaluran Dana;
- 3) Produk Jasa.

Karena kegiatan bank Islam bersifat operasional, maka terciptalah produk-produk bank Islam. Empat peran yang dimainkan oleh bank Islam dalam operasinya adalah sebagai berikut:

⁴² Nainggolan, *Perbankan Syariah di Indonesia*, 73

- 1) Sebagai orang yang ditunjuk untuk mengelola investasi yang dilakukan dengan uang yang dipercayakan oleh deposan dan pemegang rekening investasi sesuai dengan kebijakan investasi bank dan konsep bagi hasil;
- 2) Dalam kapasitas sebagai manajer investasi, mengelola dana yang dimiliki oleh pemilik dana atau *Shahibul Mal* sesuai dengan arah investasi yang disukai pemilik dana;
- 3) Sebagai perusahaan yang menawarkan layanan lalu lintas pembayaran dan layanan lain yang mematuhi hukum syariah;
- 4) Dalam peran sebagai manajer fungsi sosial. Selanjutnya, keempat fungsi operasional tersebut menghasilkan barang-barang bank syariah, yang secara garis besar dapat diklasifikasikan ke dalam tiga kategori: pembiayaan, layanan perbankan, dan produk penggalangan dana.⁴³

Selain itu Bank Islam juga memperoleh pendapatannya dari sumber-sumber selain bunga, seperti:

- 1) Biaya administrasi yang berkaitan dengan penyaluran kredit *Qardh*.
- 2) *Mark up* untuk penyaluran kredit al-ba'i bi saman 'ajil dan *murabahah*.
- 3) Pembagian keuntungan dari hasil penjualan kredit untuk *mudharabah* dan *musyarakah*.

⁴³ Batubara Sarmiana, Muhammad Wandisyah, & Hutagalung, "Produk dan Akad-Akad Perbankan Syariah," *Jurnal Perbankan Syariah* 2, no. 2, (2023): 2-3, <https://scholar.google.com/scholar?cluster=15750236476154400908&hl=en&oi=scholar>

- 4) Biaya yang berkaitan dengan penggunaan jasa perbankan umum, termasuk yang berkaitan dengan bank garansi, pengalihan utang, jasa khusus, *al-wakalah* (penerbitan *letter of credit*), dan lain sebagainya.

Dana yang disimpan di bank Islam tidak dikenakan bunga, melainkan akan mendapatkan bagi hasil dari keuntungan bank berdasarkan kontribusinya terhadap pendapatan lembaga. Dalam melakukan kegiatan pembiayaan, untuk mencegah terjadinya pemberian dan penerimaan riba atau bunga, perbankan Islam menggunakan strategi investasi berbasis biaya (*fee based investment*) melalui mekanisme jual beli untuk memenuhi kebutuhan pembiayaan (*debt financing*) dan mekanisme investasi bagi hasil untuk memenuhi kebutuhan modal (*equity financing*). Dua bentuk kontrak yang berbeda membentuk pembiayaan ekuitas semacam *mudharabah* (pembagian keuntungan wali amanat) dan *musyarakah* (pembagian keuntungan usaha patungan). Namun, metode pembelian dan penjualan yang digunakan dalam pembiayaan utang biasanya dilakukan secara instan (tunai) atau seiring waktu. Kategori ini mencakup sewa, *ijarah*, *murabahah*, *ba'i salam*, *ba'i bi saman 'ajil*, dan *ba'i istisna'i*. Menurut prinsip-prinsip yang disebutkan di atas, klien dan bank Islam berinteraksi sebagai pedagang dan investor. Ketika beroperasi, dengan menerima simpanan melalui berbagai jenis akun rekening giro,

rekening tabungan, rekening investasi reguler, dan rekening investasi khusus bank Islam menawarkan layanan kepada penyedia dana.⁴⁴



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

⁴⁴ Susila Jaka, "Fiduciary Dalam Produk-Produk Perbankan Syariah," *Jurnal Ilmu Syariah dan Hukum* 1, no. 2 (2016): 37, <https://ejournal.uinsaid.ac.id/index.php/al-ahkam/article/view/497>

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Pendekatan penelitian berisikan uraian tentang penelitian yang dipilih. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan jenis penelitian kualitatif. Ide mendasar di balik penelitian kualitatif Penelitian untuk menemukan dan memahami makna yang dipikirkan oleh beberapa orang atau kelompok individu berasal dari situasi sosial atau kemanusiaan dikenal sebagai penelitian kualitatif. Selain itu, melakukan penelitian kualitatif memerlukan langkah-langkah penting seperti merumuskan pertanyaan atau protokol, memperoleh data tertentu dari peserta.⁴⁵

Sedangkan jenis penelitian menggunakan deskriptif yaitu menggali sumber dari hasil observasi, wawancara, dan dokumentasi yang dilakukan secara terjun langsung ke lapangan dan langsung melakukan wawancara. Hal ini dikarenakan peneliti ingin mengetahui dan memahami lebih mendalam secara sistematis berdasarkan data yang diperoleh di lapangan dan disajikan secara deskriptif.

B. Lokasi Penelitian

Penelitian dilakukan di Bank Syariah Indonesia KCP Probolinggo Kraksaan yang terletak di Jl. Raya Panglima Sudirman No.115, Kapuran, Kraksaan Wetan, Kec. Kraksaan, Kabupaten Probolinggo, Jawa Timur 67282. Studi ini meneliti pengalaman dan persepsi konsumen ketika memilih produk

⁴⁵ Kusumastut Adi & Ahmad Mustamil Khoiron, *Metode Penelitian Kualitatif* (Semarang: Lembaga Pendidikan Sukarno Pressind, 2019), 2-3.

perbankan Syariah. Peneliti memilih Bank Syariah Indonesia KCP Probolinggo Kraksaan ini dikarenakan karena bank BSI KCP Probolinggo Kraksaan memiliki produk dan layanan perbankan syariah yang lengkap dan variatif, sehingga dapat memberikan kesempatan untuk mempelajari pengalaman dan persepsi konsumen dalam memilih produk perbankan syariah.

C. Subyek Penelitian

Penentuan subyek penelitian menggunakan Teknik *purposive sampling* dan *snowball* untuk menentukan subjek penelitian. Teknik ini melibatkan perolehan sumber data berdasarkan pertimbangan khusus. Mendalam topik penelitian dianggap sebagai topik yang paling tahu oleh peneliti. rincian yang berkaitan dengan pilihan produk perbankan syariah. Pemilihan informan secara sengaja berdasarkan kriteria tertentu yang dianggap mampu memberikan informasi yang relevan, mendalam, dan sesuai dengan fokus penelitian mengenai pengalaman dan persepsi nasabah dalam memilih produk perbankan syariah. Yang menjadi informan antara lain:

1. Ibu Vidhaya Laksmi Meiza selaku Branch Operation and Service Manager BSI KCP Probolinggo Kraksaan sebagai informan memberikan informasi terkait Bank Syariah Indonesia KCP Probolinggo Kraksaan, dan upaya bank dalam memahami serta memenuhi kebutuhan nasabah terhadap produk syariah.
2. Mbak Mila selaku Customer Service Bank Syariah Indonesia KCP Probolinggo Kraksaan Menjelaskan pengalaman langsung dalam melayani

nasabah, menjawab pertanyaan terkait produk, serta menggambarkan bagaimana persepsi nasabah terhadap layanan perbankan syariah.

3. Bapak Haji Sono merupakan salah satu Nasabah BSI dan pemilik travel haji *At-Taufiq* sebagai informan memberikan perspektif sebagai pelaku usaha dan nasabah yang menggunakan layanan BSI, terutama terkait pembiayaan atau tabungan haji dan umrah.
4. Ibu Mutmainnah, Citra Ela Pramudita, dan Ibu Narti selaku Nasabah BSI sebagai informan menyampaikan pengalaman pribadi dalam menggunakan produk tabungan syariah dan persepsi terhadap kesesuaian produk dengan prinsip syariah.

D. Teknik Pengumpulan Data

Subjek yang menjadi sumber pengumpulan data penelitian disebut sumber data. Jika wawancara digunakan dalam penelitian untuk mengumpulkan data, orang yang menjawab pertanyaan baik lisan maupun tertulis disebut sebagai responden.⁴⁶ Ada beberapa teknik pengumpulan data yang dilakukan oleh peneliti, antara lain:

1. Observasi

Observasi merupakan pendekatan pengumpulan data lain yang sering digunakan dalam metodologi penelitian kualitatif, selain wawancara. Intinya, observasi adalah proses menggunakan satu atau lebih dari kelima indra pendengaran, penciuman, penglihatan, dan aroma untuk mengumpulkan data untuk pertanyaan penelitian. Aktivitas, kejadian,

⁴⁶ Wiratna Sujarweni, *Metodologi Penelitian* (Yogyakarta, Pustaka Baru Perss, 2014), 33

situasi, benda, lingkungan atau suasana hati tertentu, dan keadaan emosional seseorang merupakan hasil observasi. Untuk memberikan gambaran yang sebenarnya tentang suatu peristiwa atau insiden dan mengatasi masalah penelitian, observasi dilakukan. beberapa jenis observasi, termasuk:

- a. Observasi yang bersifat partisipatif
- b. tidak terstruktur, dan
- c. praktik observasi kolektif.

Berikut ini adalah penjelasannya:

- a. Observasi partisipatif merupakan teknik pengumpulan data penelitian di mana peneliti melibatkan informan dalam kehidupan sehari-hari melalui pengamatan dan penginderaan.
- b. Observasi tak terstruktur mengacu pada praktik melakukan observasi tanpa menggunakan pedoman, yang memungkinkan peneliti mendasarkan temuannya pada perubahan yang terjadi di lapangan.
- c. Observasi kelompok adalah ketika beberapa tim peneliti mengamati topik yang telah diajukan sebagai topik penelitian potensial.⁴⁷
- d. Cara terbaik untuk menerapkan metode observasi adalah dengan menggunakan formulir atau format observasi sebagai instrumen. Item yang berkaitan dengan dugaan kejadian atau perilaku disertakan dalam format yang disusun. Pengamat memainkan peran paling penting saat menerapkan metode observasi. Saat mengamati, pengamat harus

⁴⁷ Mudjia Rahardjo, "Metode Pengumpulan Data Penelitian Kualitatif," *Jurnal GEMA* 2, no. 1 (2023): 3, <http://repository.uin-malang.ac.id/1123/>

waspada, berfokus pada gerakan, kejadian, atau proses. Karena partisipan dalam penelitian ini adalah orang-orang yang terlibat langsung dan aktif dalam objek yang diteliti, observasi partisipan digunakan dalam penelitian ini. Dan objek utama dalam penelitian ini adalah Nasabah di bank syariah Indonesia kcp probolinggo kraksaan, khususnya mereka yang telah menggunakan produk perbankan syariah di bank tersebut. Mereka merupakan subjek penelitian, karena pengalaman dan persepsi merekalah yang dieksplorasi untuk memahami keputusan dalam memilih produk perbankan syariah.⁴⁸

Dari keterangan di atas peneliti menggunakan jenis observasi penelitian deskriptif Observasi digunakan untuk menggambarkan secara detail perilaku, situasi, atau fenomena yang terjadi di lapangan.

2. Wawancara

Wawancara tak terstruktur merupakan wawancara bebas di mana peneliti tidak mengikuti pedoman wawancara yang telah disusun secara metodis dan menyeluruh. Wawancara terstruktur digunakan sebagai teknik pengumpulan data jika peneliti yakin dengan informasi yang diperoleh. Untuk itu, peneliti telah menyiapkan instrumen penelitian berupa pertanyaan tertulis yang alternatif jawabannya telah disiapkan. Selain itu, saat membuat daftar pertanyaan wawancara, partisipan dapat menyertakan pertanyaan yang ditujukan untuk memperoleh tanggapan yang berkaitan

⁴⁸ Wiratna Sujarweni, *Metodologi Penelitian*, 34

dengan tujuan peneliti.⁴⁹ Pada penelitian ini peneliti menggunakan jenis wawancara terstruktur.

3. Dokumentasi

Informasi juga dapat diperoleh dengan cara menelaah dokumen-dokumen seperti surat, buku harian, arsip gambar, notulen rapat, kenang-kenangan, jurnal kegiatan, dan sebagainya, selain melakukan wawancara dan pengamatan. Dokumen seperti ini mencakup data yang dapat digunakan untuk menyelidiki peristiwa sejarah. Untuk memahami semua catatan ini dan tidak sekadar memperlakukannya sebagai objek yang tidak berguna, peneliti harus menggunakan kepekaan teoritis. Istilah "dokumentasi" mengacu pada produk tertulis, dan istilah "metode dokumentasi" mengacu pada proses pengumpulan data melalui pencatatan data yang sudah ada. Salah satu teknik pengumpulan data yang digunakan untuk melacak data historis adalah dokumentasi. Catatan yang berkaitan dengan individu atau kelompok individu, peristiwa, atau kejadian dalam konteks sosial yang sangat berharga untuk penelitian kualitatif.

Salah satu metode pengumpulan data melalui sisa arsip adalah melalui prosedur dokumentasi atau studi, yang juga mencakup buku-buku tentang kepercayaan, teori, postulat, hukum, dan topik lainnya. Mengenai tantangan penelitian, metode utama pengumpulan data dalam penelitian kualitatif adalah karena pembuktian hipotesis disajikan secara logis dan

⁴⁹ Thalib Muhammad Anwar, "Pelatihan Teknik Pengumpulan Data Dalam Metode Kualitatif Untuk Riset Akuntansi Budaya," *Seandanan: Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat* 2, no. 1 (2022): 47, [\(PDF\) Pelatihan Teknik Pengumpulan Data dalam Metode Kualitatif untuk Riset Akuntansi Budaya](#)

rasional melalui kepercayaan, teori, atau hukum yang mendukung dan membantah hipotesis.⁵⁰

E. Analisis Data

Pekerjaan interaktif dan berkelanjutan dilakukan pada tugas analisis data kualitatif hingga data tersebut jenuh. Kurangnya data atau informasi baru menunjukkan tingkat kejenuhan data. Langkah-langkah berikut ini merupakan bagian dari teknik analisis data dalam penelitian kualitatif :

1. Pengumpulan data
2. Reduksi data
3. Penyajian data
4. Penarikan kesimpulan

Menurut Miles dan Huberman dalam buku yang ditulis oleh Sirajudin Saleh, peneliti harus terlebih dahulu memahami dasar-dasar analisis data sebelum memulai teknik analisis data penelitian kualitatif. Sejak peneliti terjun ke bidang ini, analisis data dalam penelitian kualitatif menjadi mungkin. Tema dan rumusan hipotesis dapat diperoleh melalui analisis data. Tentu saja, definisi masalah dan tujuan penelitian harus menjadi dasar bagi rumusan tema dan hipotesis. Menurut Miles dan Huberman, tahapan analisis data umumnya didefinisikan sebagai berikut:

⁵⁰ Fadilla Rizky Fadila & Putri Ayu Wulandari, "Literature Review Analisis Data Kualitatif: Tahap Pengumpulan Data," *Mitita Jurnal Penelitian* 1, no. 3 (2023): 41, <https://jurnalmitita.univpasifik.ac.id/index.php/mjp/article/view/47>

1. Pengumpulan Data

Kegiatan utama pada setiap Penelitian adalah mengumpulkan data. Dalam penelitian kuantitatif pengumpulan data pada umumnya menggunakan kuesioner atau tes tertutup data yang diperoleh adalah data kuantitatif. Data tersebut selanjutnya dialisis dengan statistik dalam penelitian kualitatif pengumpulan data dengan observasi wawancara mendalam dan dokumentasi atau gabungan ketiganya (*triangulasi Sumber*) dan Teknik *triangulasi*. pengumpulan data dilakukan sehari-hari mungkin berbulan-bulan sehingga data yang diperoleh akan banyak pada tahap awal peneliti melakukan penjelajahan secara umum tahapan situasi sosial atau objek yang diteliti, semua yang dilihat dan didengar direkam semua dengan demikian peneliti akan memperoleh data yang sangat banyak dan sangat bervariasi.⁵¹

2. Reduksi Data

Reduksi data sebagai langkah kedua dalam analisis data setelah peneliti memasuki lapangan. Reduksi data dapat diartikan dengan merangkum, memilih hal-hal pokok, dan memfokuskan pada hal yang penting pada tema dan polanya. Dengan melakukan reduksi data maka, data yang telah dipilih akan memberikan gambaran yang jelas terkait yang

3. Penyajian Data (*Data Presentation*)

penyajian data yang dilakukan dalam bentuk uraian singkat, berdasarkan urutan teori yang disajikan. Penyajian data bisa dilakukan

⁵¹ Sugiyono, *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Bandung: CV Alfabeta, 2023), 134

dengan teks yang bersifat naratif. Dengan penyajian data, maka akan memudahkan pembaca dalam memahami data-data lapangan dari temuan penelitian.

4. Penarikan Kesimpulan

Penarikan kesimpulan adalah proses menuangkan makna temuan penelitian ke dalam kalimat-kalimat yang jelas dan ringkas yang mudah dipahami. Proses ini melibatkan penelaahan kesimpulan beberapa kali untuk memastikannya akurat, terutama dalam hal seberapa baik kesimpulan tersebut terkait dengan judul, tujuan, dan rumusan masalah saat ini. Penarikan kesimpulan dan reduksi data dilakukan selama fase penelitian ketika data yang cukup telah dikumpulkan. Kesimpulan awal dibuat, dan kesimpulan definitif dibuat setelah semua data dikumpulkan.⁵²

F. Keabsahan Data

Keabsahan data untuk memperoleh temuan data di lapangan, validitas data merupakan aspek penting dalam penelitian. Penggunaan teknik triangulasi memerlukan kredibilitas agar dapat menghasilkan simpulan yang valid.⁵³ Triangulasi merupakan metode verifikasi data yang membandingkan atau memeriksa sesuatu selain data dengan menggunakannya. terdapat empat jenis triangulasi yang berbeda menggunakan sumber, teknik, penyelidik, dan teori sebagai sarana untuk memastikan kualitas data. triangulasi dengan teori didasarkan pada gagasan bahwa beberapa fakta tidak dapat diverifikasi tingkat kebenarannya terhadap satu atau lebih teori. Tujuan penggunaan pendekatan

⁵² Saleh Sirajudin, *Analisis Data Kualitatif* (Bandung: Pustaka Ramahan, 2017), 116-119

⁵³ Tim Penyusun, *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah*, 48

triangulasi adalah untuk memeriksa ulang tingkat keandalan data atau informasi yang diperoleh. Triangulasi teknis dan triangulasi sumber merupakan dua jenis triangulasi yang dilakukan. Dalam triangulasi teknis, pertanyaan yang sama diajukan kepada informan dengan menggunakan berbagai metode, termasuk observasi, wawancara, dan dokumentasi. Di sisi lain, triangulasi sumber melibatkan pengajuan pertanyaan yang identik kepada beberapa sumber. Pihak-pihak yang terkait dengan pokok bahasan penelitian disebut sebagai sumber. Pada tahap kedua penelitian ini, peneliti menggunakan teknik triangulasi ini. Berdasarkan hasil triangulasi, dapat dipastikan bahwa pernyataan informan dari hasil wawancara telah dikonfirmasi dengan menggunakan teknik lain seperti observasi dan dokumentasi. Meskipun hasil verifikasi informasi dari sumber lain juga menunjukkan bahwa apa yang dikatakan informan sebelumnya adalah benar.⁵⁴

G. Tahap – tahap Penelitian

Pada tahap ini pelaksanaan penelitian yang dilakukan oleh peneliti, mulai dari penelitian pendahuluan, pengembangan desain, penelitian sebenarnya, dan samapai penulisan laporan selesai.⁵⁵

1. Tahap Pra Lapangan

Tahap pra lapangan merupakan tahap awal dalam kegiatan penelitian. Pada tahap ini, kegiatan yang dilakukan yaitu penelitian menentukan permasalahan yang akan diangkat di Bank Syariah Indonesia

⁵⁴ Saleh Sirajudin, *Analisis Data Kualitatif*, 127-128.

⁵⁵ Tim Penyusun, 48

KCP Probolinggo Kraksaan, menentukan fokus penelitian, mengurus dan menyiapkan surat-surat dan instrumen penelitian.

2. Tahap Kegiatan Lapangan

Pada tahap ini, peneliti melakukan kegiatan penelitian secara terjun langsung ke lapangan untuk mencari dan mengumpulkan data-data yang terkait dengan dengan eksplorasi pengalaman dan persepsi Konsumen dalam memilih Produk Perbankan Syariah pada nasabah di Bank Syariah Indonesia KCP Probolinggo Kraksaan.

3. Tahap Analisis Data

Pada tahap ini, peneliti mengkaji, mengelola data, mengorganisasikan data, memilah data menjadi satuan yang dapat dikelola, dan mencari lalu menemukan serta menentukan point penting yang akan ditulis dan dijadikan sebagai bahan acuan. Kegiatan mengelola data melalui observasi partisipasi pasif, wawancara, dan dokumentasi.

4. Tahap Penulisan Laporan

Setelah melakukan rangkaian tahap penelitian diatas,lalu peneliti menyampaikan hasil penelitian dalam bentuk penulisan. Pada tahap ini, peneliti melakukan penyusunan kemudian sampai pada akhirnya peneliti peneliti mengambil kesimpulan yang akan ditulis dalam laporan penelitian. Laporan penelitian ini akan dipertanggung jawabkan dalam penyusunan skripsi.

BAB IV

PENYAJIAN DATA DAN ANALIS

A. Gambaran Obyek Penelitian

1. Sejarah



Gambar 1.1

Bank syariah Indonesia KCP Probolinggo kraksaan
Sumber: diolah peneliti 2025

Bank Syariah Indonesia KCP Probolinggo Kraksaan terletak di Jalan Raya Panglima Sudirman, Kapuran, Kecamatan Kraksaan Kabupaten Probolinggo, Provinsi Jawa Timur. Bank Syariah Indonesia KCP Probolinggo Kraksaan ini di pimpin oleh bapak Anam Johanto dan *BOSM (branch operation & service manager)* nya ialah ibu Vidhaya Laksmi Meiza. Bank Syariah Indonesia KCP Probolinggo Kraksaan diresmikan pada hari Senin, 21 Oktober 2024. Peresmian ini menjadi langkah penting dalam memperluas layanan perbankan syariah di wilayah Probolinggo, khususnya di Kecamatan Kraksaan. Bank Syariah Indonesia KCP

Probolinggo Kraksaan ini merupakan bank syariah yang masih terbilang baru diresmikan.

Pada acara peresmian tersebut dihadiri oleh sejumlah tokoh penting, termasuk Plt Asisten Perekonomian dan Pembangunan Sekretaris Daerah Kabupaten Probolinggo, Bapak Sani Wardan, serta Regional CEO BSI R08 Surabaya, Bapak Jajang Abdul Karim. Selain itu, hadir pula Kepala Kantor Kementerian Agama (KEMENAG) Kabupaten Probolinggo, Bapak Samsul, Manajer BSI Area Malang, Bapak Anang Hery Anshory, serta para kepala sekolah madrasah negeri Se-Kabupaten Probolinggo.

Bank syariah Indonesia KCP Probolinggo Kraksaan memiliki beberapa produk yakni: produk Tabungan, investasi, dan pembiayaan.

Pada saat peresmian bapak Anang Hery Anshory selaku manager BSI Area Malang menyampaikan bahwa peresmian pada Bank Syariah KCP Probolinggo Kraksaan merupakan Langkah Strategis untuk memperluas layanan Bank Syariah Indonesia di kabupaten probolinggo terutama di wilayah kota kraksaan yang selama ini kurang terlayani dan dapat memberikan akses yang lebih baik kepada Masyarakat, khususnya dalam layanan perbankan.⁵⁶

Dengan diresmikannya Bank Syariah Indonesia KCP Probolinggo Kraksaan diharapkan layanan perbankan syariah semakin mudah diakses oleh masyarakat, mendukung pertumbuhan ekonomi berbasis syariah, serta

⁵⁶ “BSI Resmikan KCP Probolinggo Kraksaan” Me Kab Probolinggo, Selasa, 22 Oktober 2024 , [InfoPublik - BSI Resmikan KCP Probolinggo Kraksaan](#)

memberikan solusi keuangan yang sesuai dengan prinsip syariah bagi berbagai kalangan. Di tengah banyaknya pilihan bank yang tersedia, baik bank konvensional maupun syariah, penting untuk memahami bagaimana pengalaman dan pandangan nasabah dalam memilih produk perbankan syariah. Banyak faktor yang memengaruhi keputusan nasabah, seperti kemudahan transaksi, dan kualitas layanan.

Dalam era persaingan perbankan yang sangat ketat, dan di tengah banyaknya pilihan bank, baik konvensional maupun syariah, keputusan dalam memilih produk perbankan syariah tentu dipengaruhi oleh berbagai faktor. Bisa jadi karena promosi, pemahaman terhadap produk syariah, rekomendasi dari orang lain, atau pengalaman pribadi sebelumnya. Kehadiran BSI KCP Probolinggo Kraksaan yang baru diresmikan juga menjadi faktor penting, mengingat sebelumnya layanan perbankan syariah di wilayah ini masih terbatas. Dengan adanya cabang ini, akses masyarakat terhadap layanan keuangan berbasis syariah menjadi lebih mudah, namun penerimaan dan ketertarikan masyarakat dalam menggunakannya tetap menjadi hal yang menarik untuk dipahami.

Pemahaman terhadap pengalaman dan persepsi nasabah dapat memberikan gambaran lebih jelas mengenai faktor-faktor yang memengaruhi keputusan dalam memilih produk perbankan syariah. Hal ini juga dapat menjadi dasar dalam meningkatkan kualitas layanan serta memperkuat daya saing di tengah banyaknya pilihan lembaga keuangan di Kabupaten Probolinggo.

2. Visi dan Misi

Visi

Top 10 global Islamic bank

Misi

- a. Memberikan akses solusi keuangan syariah di Indonesia.
- b. Menjadi bank besar yang memberikan nilai terbaik bagi para pemegang saham.
- c. Menjadi perusahaan pilihan dan kebanggaan para talenta terbaik Indonesia.

Berikut ini bukti observasi Bersama BOSM Bank Syariah Indonesia KCP Probolinggo Kraksaan yakni ibu Vidhaya Laksmi mengenai bank syariah.



Gambar 1.2
Observasi

Sumber: diolah peneliti 2025

B. Penyajian data dan Analisis

1. Pengalaman dan Persepsi Nasabah saat Memilih Produk Perbankan Syariah

Perbankan syariah atau Perbankan Islam adalah badan usaha yang mengembangkan usahanya berdasarkan prinsip syariah (hukum Islam). Pengalaman dan persepsi nasabah sangat penting dalam memilih produk perbankan syariah karena bisa menyangkut pengalaman pengguna (kemudahan akses), prinsip bank syariah, layanan bank syariah. Berdasarkan penjelasan di atas dapat dijelaskan bahwa perbankan syariah sebagai sebuah lembaga keuangan pada dasarnya melakukan tiga kegiatan pokok yang meliputi menghimpun dana, menyalurkan pembiayaan, dan memberikan pelayanan jasa keuangan lainnya. Dalam aktivitasnya, lembaga ini tidak lepas dengan adanya risiko sebagai konsekuensi dari proses bisnis yang dijalankannya. Bank syariah Indonesia ialah bank yang berbasis syariah.

Makna individu adalah interpretasi subjektif yang diberikan oleh seseorang terhadap pengalaman, informasi, dan lingkungan sekitarnya. Setiap orang memiliki pengalaman dan sudut pandang yang berbeda terhadap kehidupan, dan hal ini mempengaruhi cara mereka memahami dan merespons lingkungan sekitar. Makna individu dapat dipengaruhi oleh faktor-faktor seperti pengalaman hidup, nilai-nilai, keyakinan, dan pandangan dunia. Misalnya, seseorang yang memiliki pengalaman buruk

dalam suatu situasi cenderung memberikan makna negatif terhadap situasi tersebut.⁵⁷

Kaitannya dengan judul Eksplorasi Pengalaman dan Persepsi Konsumen dalam Memilih Produk Perbankan Syariah pada Nasabah di Bank Syariah Indonesia KCP Probolinggo Kraksaan, makna individu menjadi sangat penting dalam menjelaskan bagaimana nasabah memberikan interpretasi dan nilai terhadap produk perbankan syariah yang mereka pilih. Setiap nasabah memiliki pengalaman hidup yang berbeda, yang dapat memengaruhi cara mereka menilai dan merespons produk yang ditawarkan oleh Bank Syariah Indonesia. Persepsi mereka terhadap produk perbankan syariah ini tidak hanya dipengaruhi oleh kualitas layanan yang diberikan, tetapi juga oleh nilai-nilai dan keyakinan pribadi yang mereka anut.

Sebagai contoh, seorang nasabah yang memiliki pengalaman positif dengan produk perbankan syariah, seperti merasa layanan tersebut sesuai dengan prinsip-prinsip agama dan memberikan keuntungan yang adil, akan memberikan makna yang positif terhadap produk tersebut. Sebaliknya, nasabah yang memiliki pengalaman buruk, seperti merasa prosedur yang rumit atau tidak sesuai dengan harapannya, akan memberikan makna negatif terhadap produk tersebut. Dalam hal ini, pengalaman hidup, keyakinan, dan pandangan dunia masing-masing

⁵⁷ .Fauzan, *Perilaku Organisasi* (Jember: UIN KHAS JEMBER, 2023), 57

individu berperan besar dalam membentuk persepsi mereka terhadap produk perbankan syariah yang ditawarkan.

Oleh karena itu, memahami makna individu dalam konteks pengalaman dan persepsi konsumen sangat penting dalam merancang strategi pemasaran dan layanan yang dapat memenuhi harapan nasabah. Bank Syariah Indonesia KCP Probolinggo Kraksaan perlu memperhatikan bagaimana faktor pengalaman, nilai-nilai, dan keyakinan nasabah memengaruhi keputusan mereka dalam memilih produk perbankan syariah.

Bank syariah Indonesia KCP probolinggo kraksaan ini merupakan bank yang masih terbilang baru dan terbilang sangat membantu Masyarakat sekitar kraksaan karena sebelum ada Bank Syariah Indonesia KCP probolinggo kraksaan , BSI hanya ada di kota saja, sedangkan jarak kabupaten ke kota sekitar satu setengah jam. Dengan adanya bank syariah indoesia Kcp Probolinggo Kraksaan ini memberikan kemudahan untuk mengakses perbankan syariah. Sama seperti halnya yang di sampaikan oleh bapak Haji Sono selaku nasabah Bank Syariah Indonesia :

“Bank syariah indonesia atau BSI ini bank yang berbasis syariah dan alhamdulillah ada di lingkungan kami khususnya paiton kraksaan tergolong memikiki peran penting yang kami rasakan dan Persepsi nasabah terhadap kemudahan akses menjadi faktor penting dalam memilih perbankan syariah. kemudian BSI punya banyak produk khususnya di bidang Haji dan umroh dan itu merupakan kemudahan bagi setiap calon nasabah baik itu khususnya jamaah baik dari mulai buka rekening sudah online dengan aplikasi terbarunya yakni Byond by BSI. pengalaman selama ini yang saya rasakan khususnya di bidang haji untuk pelunasan dan pencairan dana haji tidak perlu antri ke teller cukup lewat m-banking saja dan BSI itu banyak cabangnya jadi tidak

hanya satu dua kayak bank jatim kan cukup Jatim aja sedangkan bank BSI di kota itu ada di daerah pilang, di jalan panglima sudirman dan juga ada di brak probolinggo dan Alhamdulillah kraksaan sebagian memberikan kemudahan banyak kcp-nya kantor cabangnya sehingga mudah diakses oleh seluruh nasabah. Menurut saya pengalaman nasabah lain sangat berpengaruh terhadap kepuasan nasabah seperti contoh jamaah haji tidak ada akan percaya nabung dana nya ke BSI jika tidak ada rekomendasi dari organisasi haji.”⁵⁸

Berikut Dokumentasi wawancara dengan Bapak Haji Sono



Gambar 1.3
Wawancara Bersama Bapak Haji Sono
Sumber: diolah peneliti 2025

Dari kutipan yang di bicarkan mengenai bank Syariah Indonesia

KCP probolinggo Kraksaan mengenai Pengalaman dan persepsi nasabah sangat penting saat memilih produk perbankan syariah dibenarkan oleh Ibu Mutmainah :

“Menurut saya, Bank Syariah Indonesia beroperasi dengan prinsip syariah, menawarkan produk seperti tabungan, pembiayaan, dan investasi, dalam memilih produk perbankan syariah, persepsi dan pengalaman konsumen itu sangat penting. Saya pribadi menggunakan BSI layanannya mudah dan bermanfaat sejauh ini. Dan yang saya suka juga buka rekening secara online dengan aplikasi Byond by BSI, jadi tidak perlu datang ke kantor dan antri di teller dan yang paling saya suka di biaaya admin bulanan Tabungan wadiah yang saya pakai hanya Rp. 2.000.”⁵⁹

⁵⁸ Haji Sono, wawancara, paiton 10 Januari 2025.

⁵⁹ Mutmainah, wawancara, paiton 13 Januari 2025.

Berikut bukti wawancara dan bukti kepemilikan bahwa memakai bank syariah Bersama ibu mutmainnah.



Gambar 1.4

Wawancara Bersama Ibu Mutmainnah

Sumber: diolah peneliti 2025

Sama seperti halnya mbak Citra Ela Pramudita mengungkapkan

bahwa:

“Menurut saya, bank syariah ini adalah bank hasil merger dari 3 bank dengan menggunakan prinsip syariah, pengalaman dan persepsi nasabah itu penting banget buat milih bank syariah. Saya sendiri pakai BSI dan sejauh ini bener-bener ngerasa terbantu. Kayak waktu pertama kali mau buka rekening, saya pikir bakal ribet kayak dulu harus antre lama di kantor cabang. Eh, ternyata udah bisa online lewat aplikasi Byond by BSI Tinggal isi data langsung jadi . Cepet banget, nggak sampai sejam akun udah aktif. Dari pengalaman itu, saya jadi makin yakin kalau perbankan syariah sekarang nggak kalah dari bank konvensional. Layanannya udah modern, transaksi gampang, dan yang paling penting tetap sesuai dengan prinsip syariah. Makanya, saya tetap pilih BSI. Apalagi sekarang buka cabang di daerah kraksaan.”⁶⁰

⁶⁰ Citra, Wawancara, Paiton 15 Januari 2025.

Berikut bukti wawancara Bersama citra ela pramudita sebagai nasabah Bank syariah Indonesia KCP Probolinggo Kraksaan.



Gambar 1.5
Wawancara Bersama Citra Ela Pramudita
Sumber: diolah peneliti 2025

Ibu Narti menyampaikan hal yang sama seperti pernyataan sebelumnya:

“BSI itu bank syariah yang menyediakan Tabungann haji dan juga nyediain berbagai produk, dari tabungan, pembiayaan, sampai layanan digital kayak Byond By BSI. Menurutku, pengalaman pakai bank itu ngaruh banget ke keputusan, soalnya kalau pelayanannya enak dan gampang, pasti makin nyaman. Selain itu, prinsip syariah juga penting, karena aku pengen transaksi yang sesuai dengan Islam tanpa riba, adil, dan transparan biar lebih tenang. Hal yang paling penting dan aku suka banget dari Bank Syariah Indonesia adalah biaya admin bulanan untuk tabungan *Easy Wadiah* yang cuma Rp 2.000. Ini jauh lebih ringan dibandingkan beberapa bank lain, jadi tetap bisa nabung tanpa khawatir saldo kepotong banyak setiap bulan.”⁶¹

⁶¹ Narti, Wawancara, Paiton 17 Januari 2025.

Berikut bukti wawancara Bersama Ibu Narti dan bukti bahwa rendahnya biaya admin Tabungan easy wadiah.



Gambar 1.6

Wawancara Bersama Ibu Narti rendahnya biaya admin easywadiah
Sumber: diolah peneliti 2025

Dapat disimpulkan dari wawancara diatas kemudahan akses, teknologi seperti aplikasi Byond by BSI, serta banyaknya cabang Bank Syariah Indonesia (BSI) sangat mempengaruhi kepuasan nasabah, khususnya dalam layanan Haji dan Umrah. Pengalaman positif dari nasabah dan rekomendasi dari sesama jamaah haji juga berperan penting dalam keputusan memilih bank syariah. Persepsi yang baik terhadap kemudahan dan layanan modern yang sesuai prinsip syariah membuat nasabah semakin yakin untuk memilih BSI sebagai pilihan bank mereka.

Terdapat dua aspek utama yang memengaruhi kepercayaan:

- a. Faktor Rasional : Kepercayaan diberikan berdasarkan posisi profesional atau bidang kompetensi seseorang, setelah memperhitungkan kapasitasnya dalam memenuhi kewajiban.

- b. Faktor Relasional: Berdasarkan prinsip moral, kepentingan bersama, dan budaya masyarakat, kepercayaan tumbuh melalui cita-cita dan pengalaman bersama.⁶²

2. Kesesuaian Produk Perbankan Syariah dengan Prinsip Syariah Menurut Pandangan Nasabah

Kesesuaian produk perbankan syariah ialah Sejauh mana layanan atau produk perbankan sesuai dengan nilai-nilai dan prinsip-prinsip syariah Islam. Dari data hasil wawancara yang saya lakukan kepada beberapa nasabah di lapangan adalah.

- a. Pentingnya Prinsip Syariah dalam Produk Perbankan Syariah Menurut Pandangan nasabah

Bapak Haji Sono menyampaikan bahwa :

“Menurut saya, prinsip syariah itu sangat penting dalam perbankan syariah. Soalnya, ini yang bikin kita sebagai nasabah yakin kalau transaksi yang kita lakukan benar-benar sesuai dengan nilai-nilai Islam. Apalagi kalau bicara soal dana amanah seperti haji, transparansi dalam pengelolaannya harus jelas. Misalnya, di Bank Syariah Indonesia (BSI), saya merasa lebih nyaman karena semuanya lebih transparan dan akuntabel. Kalau dipersentasekan, mungkin sekitar 90% dari kepercayaan saya terhadap bank syariah itu datang dari seberapa konsisten mereka menerapkan prinsip syariah dengan benar.”⁶³

Dan hal tersebut di benarkan oleh Ibu Mutmainah :

“Menurut saya, prinsip syariah itu sangat penting. Karena dengan adanya prinsip tersebut, saya merasa lebih yakin kalau semua transaksi yang saya lakukan itu sesuai dengan syariah. Jadi, selain aman, saya juga merasa nyaman karena tahu dana

⁶² Rifa'I Khamdan, *Kepuasan Konsumen* (Jember: UIN Khas Press, 2023),62

⁶³ Haji Sono, *Wawancara, Paiton 10 Januari 2025*.

saya dikelola dengan cara yang halal dan transparan. Itu yang buat saya lebih memilih produk perbankan syariah.”⁶⁴

Mba Citra membenarkan hal yang sama dengan Ibu

Mutmainah:

“Menurut saya, prinsip syariah itu sangat penting, karena itu yang bikin saya merasa aman. Saya lebih percaya kalau transaksi saya sesuai dengan aturan agama, jadi ada rasa tenang dalam mengelola dana. Terutama kalau bicara soal investasi atau tabungan jangka panjang, prinsip syariah itu jadi pegangan utama supaya nggak ada keraguan dalam memilih. Kalau sudah sesuai dengan prinsip syariah, kita sebagai nasabah jadi lebih nyaman dan tidak khawatir. Contohnya saya menabung untuk Tabungan qurban di BSI sangat jelas keetika bulan qurban dana cair dan tiap bulan tau kepotong berapa dan menurut saya itu sangat transparan dan membantu saya yang mempunyai hajat untuk qurban.”⁶⁵

Ibu Narti menambahkan apa yang dibicarakan oleh pernyataan nasabah sebelumnya bahwa :

“Prinsip syariah itu sangat penting karena alasan utama pakai bank syariah ya supaya transaksi tetap sesuai dengan aturan Islam. Tanpa prinsip syariah yang jelas, bank syariah jadi nggak ada bedanya dengan bank konvensional. Jadi, buat aku, kepatuhan terhadap syariah adalah hal utama yang bikin tenang dan yakin dalam bertransaksi.”⁶⁶

Dari semua pernyataan diatas prinsip syariah menjadi faktor utama dalam memilih bank syariah karena memberikan rasa aman dan nyaman bagi nasabah. Mereka yakin bahwa transaksi yang dilakukan sesuai dengan nilai-nilai Islam, terutama dalam pengelolaan dana amanah seperti haji dan tabungan qurban. Transparansi dalam pengelolaan dana juga menjadi aspek penting yang meningkatkan

⁶⁴ Mutmainah, *Wawancara, Paiton 13 Januari 2025*.

⁶⁵ Citra, *Wawancara, Paiton 15 Januari 2025*.

⁶⁶ Narti, *Wawancara, Paiton 17 Januari 2025*.

kepercayaan, seperti yang dirasakan nasabah di Bank Syariah Indonesia (BSI). Konsistensi bank dalam menerapkan prinsip syariah berpengaruh besar terhadap tingkat kepercayaan nasabah, karena tanpa prinsip tersebut, bank syariah tidak akan berbeda dengan bank konvensional.

b. Penerapan Pelayanan Berdasarkan Prinsip Syariah sebagai Faktor Penambah Kepercayaan terhadap Bank Syariah

Penerapan dasar pelayanan sesuai prinsip syariah berarti bahwa setiap layanan, produk, dan transaksi yang dilakukan oleh bank syariah harus berlandaskan aturan syariah. Kepercayaan masyarakat terhadap bank syariah akan meningkat jika bank benar-benar menerapkan prinsip-prinsip ini secara konsisten. Sebab, nasabah ingin merasa aman bahwa dana mereka dikelola dengan cara yang halal, transparan, dan sesuai dengan syariah maka Masyarakat akan lebih percaya dan tertarik untuk menggunakan layanan perbankan syariah.

Sama halnya yang di sampaikan oleh Bapak Haji Sono bahwa:

“saya setuju banget, Kalau layanan bank benar-benar sesuai dengan prinsip syariah, pasti nasabah jadi lebih percaya. Apalagi sekarang banyak bank yang kerja sama dengan institusi non-syariah atau ada kasus investasi bodong yang merugikan masyarakat. Jadi, kepastian bahwa bank syariah tetap berpegang teguh pada aturan syariah itu makin penting. Dengan transparansi yang jelas dan kepatuhan yang ketat, kita sebagai nasabah juga merasa lebih aman dan yakin kalau dana kita dikelola dengan cara yang etis dan sesuai ajaran Islam.”⁶⁷

Hal yang sama di sampaikan oleh ibu mutmainah:

⁶⁷ Haji Sono, *Wawancara, Paiton 10 Januari 2025*.

“Iya, saya setuju banget. Kalau layanan bank sesuai dengan prinsip syariah, masyarakat pasti akan lebih percaya. Apalagi dengan banyaknya kasus atau isu yang beredar, kalau bank syariah tetap teguh pada prinsipnya, orang jadi lebih yakin dan merasa aman. Kalau sudah sesuai syariah, nasabah akan merasa bahwa dana yang mereka kelola itu aman dan tidak merugikan, jadi kepercayaan masyarakat pasti meningkat.”⁶⁸

Pembicaraan yang disampaikan oleh Ibu Mutmainah di setuju

oleh Mbak Citra :

“Setuju, Kalau pelayanan bank syariah benar-benar sesuai dengan prinsip syariah, masyarakat jadi lebih yakin dan percaya. Kita kan sekarang sudah lebih paham, ya, kalau banyak sekali hal yang bisa bikin khawatir soal keamanan dan pengelolaan dana. Jadi, kalau bank syariah konsisten dan transparan, masyarakat akan merasa lebih aman karena tahu bahwa semuanya dilakukan dengan cara yang benar menurut agama. Itu yang bikin orang lebih tertarik untuk memilih bank syariah.”⁶⁹

Pada pernyataan di atas banyak yang setuju jika penerapan dasar pelayanan sesuai prinsip syariah dapat menambah kepercayaan masyarakat terhadap bank syariah. Sama halnya yang dikatakan Ibu Narti

bahwa :

“Sangat setuju Kalau bank syariah benar-benar menerapkan prinsip syariah dalam setiap layanan, nasabah pasti lebih percaya. Transparansi, keadilan, dan bebas riba bukan cuma jadi slogan, tapi harus nyata dalam sistem perbankannya. Kalau nasabah merasa diperlakukan adil dan sesuai prinsip Islam, pasti kepercayaan mereka terhadap bank syariah bakal makin kuat.”⁷⁰

Dari semua keterangan beberapa nasabah yang saya wawancarai menyatakan bahwa Semua nasabah sepakat bahwa

⁶⁸ Mutmainah , *Wawancara, Paiton 13 Januari 2025.*

⁶⁹ Citra, *Wawancara, Paiton 15 Januari 2025.*

⁷⁰ Narti , *Wawancara, Paiton 17 Januari 2025.*

kepatuhan terhadap prinsip syariah sangat penting dalam meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap bank syariah. Di tengah banyaknya kasus keuangan yang merugikan, transparansi dan konsistensi dalam menjalankan nilai-nilai Islam membuat nasabah merasa lebih aman dan yakin. Jika bank syariah benar-benar menerapkan prinsipnya dengan adil dan bebas riba, kepercayaan masyarakat pasti semakin kuat.

Temuan penelitian ini menegaskan bahwa prinsip syariah merupakan faktor utama dalam keputusan nasabah memilih bank syariah. Kepatuhan terhadap nilai-nilai Islam, seperti transparansi dan bebas riba, memberikan rasa aman dan nyaman, terutama dalam pengelolaan dana amanah seperti haji dan tabungan qurban. Hasil ini sejalan dengan penelitian terdahulu oleh Bank Sumut Syariah KCP Karya, yang menunjukkan bahwa meskipun mayoritas nasabah puas dengan kesesuaian produk terhadap prinsip syariah, masih terdapat kekhawatiran terkait transparansi dan pelayanan.⁷¹ Kedua penelitian tersebut menyoroti pentingnya edukasi syariah, transparansi pengelolaan dana, dan peningkatan pelayanan untuk menjaga kepercayaan nasabah. Temuan ini juga didukung oleh teori perilaku konsumen, yang menjelaskan bahwa keputusan konsumen dipengaruhi oleh persepsi, pengalaman, dan keyakinan individu terhadap suatu produk atau layanan. Dengan demikian, penerapan prinsip syariah

⁷¹ Nikmah Dalimunthe & aldi bastian, "Analisis Penerapan Syariah Compliance Terhadap Kepuasan Nasabah," *Jurnal Masharif al-Syariah: Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah* 8, no.2 (2023): 13, <https://journal.um-surabaya.ac.id/Mas/article/view/21226>

secara konsisten menjadi kunci dalam membentuk persepsi positif dan meningkatkan loyalitas nasabah terhadap bank syariah.

3. Upaya Bank dalam Memahami Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Memilih Produk Perbankan Syariah

Faktor yang mempengaruhi nasabah dalam memilih produk perbankan syariah adalah Proses di mana nasabah memilih layanan atau produk keuangan yang mematuhi prinsip-prinsip syariah. Keputusan ini dipengaruhi oleh berbagai faktor seperti kepatuhan terhadap hukum syariah, kepercayaan terhadap bank, kualitas layanan, manfaat produk, dan kemudahan akses.

Berdasarkan hasil observasi yang saya lakukan pada Bapak Haji Sono mengatakan bahwa :

“kenapa faktor-faktor keputusan nasabah harus dipahami menurut saya , karena kalau bank syariah ngerti kenapa mereka memilih produk perbankan syariah mungkin karena mereka bisa kasih produk yang lebih pas dan sesuai dengan apa yang diinginkan nasabah. Misalnya, banyak orang yang pilih bank syariah bukan cuma soal produk, tapi juga karena prinsip-prinsip yang ada di dalamnya, seperti nggak ada riba, adil, dan transparansi , jadi hal seperti itu yang membuat nasabah tertarik menggunakan produk bank syariah.”⁷²

Ibu Mutmainnah sebagai nasabah Bank BSI juga menambahkan bahwasannya:

“Faktor utama saya memilih Bank Syaiah Indonesia adalah kepatuhan terhadap prinsip syariah. Sebagai seorang Muslim, saya ingin memastikan bahwa transaksi keuangan saya sesuai dengan ajaran agama. Selain itu, BSI juga memberikan solusi yang tepat bagi nasabah dengan berbagai produk yang tidak hanya memenuhi kebutuhan finansial dan BSI juga mempertimbangkan keamanan

⁷² Haji Sono, wawancara, paiton 10 Januari 2025.

produk tersebut meskipun ada beberapa yang harus di tingkatkan lagi terkait keamanan perangkatnya. Saya merasa lebih tenang memilih produk yang sudah terjamin kehalalannya.”⁷³

Mbak Citra juga menyampaikan bahwa :

“Sebenarnya saya sudah lama menggunakan produk perbankan syariah, dan BSI menjadi pilihan saya karena saya merasa bank ini sudah sangat terpercaya. BSI memiliki reputasi yang baik dalam memberikan layanan yang sesuai prinsip syariah serta menawarkan solusi yang tepat bagi nasabah. Selama ini saya merasa tidak pernah ragu dengan kehalalan setiap transaksi yang saya lakukan. Selain itu, BSI memberikan proses yang mudah dan transparansi yang jelas, baik dalam pembiayaan maupun tabungan. Saya juga merasa nyaman karena mereka memiliki kompetensi dan pengalaman dalam mengelola produk-produk syariah.”⁷⁴

Ibu narti juga mengenai mengapa penting untuk memahami faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah dalam memilih produk perbankan syariah, ibu narti menyampaikan bahwa:

“Penting banget buat ngerti kenapa nasabah pilih produk perbankan syariah, biar bank bisa kasih layanan yang beneran sesuai sama kebutuhan mereka. Ada yang milih karena prinsip syariah, ada yang cari transparansi, atau mungkin karena faktor kepercayaan. Kalau bank paham alasan di balik keputusan nasabah, mereka bisa kasih solusi yang lebih pas, bikin nasabah puas, dan akhirnya makin setia pakai layanan bank syariah.”⁷⁵

Dapat disimpulkan dari pernyataan-pernyataan tersebut adalah bahwa nasabah memilih produk perbankan syariah berdasarkan beberapa faktor utama, yaitu kepatuhan terhadap prinsip syariah, kepercayaan terhadap reputasi bank, kualitas layanan yang transparan dan mudah, serta keamanan produk. Nasabah juga mengutamakan transaksi yang nyaman dan tenang dengan kehalalan produk yang ditawarkan.

⁷³ Mutmainah, wawancara, paiton 13 Januari 2025.

⁷⁴ Citra, Wawancara, Paiton 15 Januari 2025.

⁷⁵ Narti, Wawancara, Paiton, 17 Januari 2025.

Pada pernyataan- pernyataan di atas di setuju oleh mbak Mila selaku teller bank BSI Kcp probolinggo Kraksaan. Mbak Mila mengatakan bahwa:

“Menurut saya penting banget memahami faktor Keputusan nasabah misal nih si nasabah pengennya produik haji terus kita tawarin untuk bisnis kan pastinya awal itu pelayanan pihak kita kan awalnya nanya ibu atau bapak keperluannya apa misal bapak atau ibunya bilang mau pengajuan buat pinjaman kan pasti di tanya usahanya apa dan untuk apa pengajuannya nah dan disitu kita bisa menawarkan umtuk pinjaman KUR dan habis itu kalo ada keuntungan misalkan nih dari usaha tersebut ada keuntungan nah dari situ kita menawarkan produk lain seperti Tabungan mas , jadi kita harus cari tau dulu apa kebutuhannya nasabah habis itu baru kita kasih Solusi sesuai dengan produk kita.”⁷⁶

Berikut Bukti wawancara Bersama Mila selaku Customer Service Bank Syariah Indonesia KCP Probolinggo Kraksaan.



Gambar 1.7
wawancara Bersama Mila
Sumber: diolah peneliti 2025

⁷⁶ Milatun Fadliyani, *Wawancara, Kraksaan 29 Januari 2025.*

Pada pernyataan Mbak Mila selaku *Customer Service* di atas maka dapat disimpulkan bahwa Memahami faktor keputusan nasabah sangat penting agar bank dapat menawarkan produk yang sesuai dengan kebutuhan mereka. Misalnya, jika seorang nasabah mencari produk tabungan haji, namun justru ditawarkan produk pinjaman usaha, maka hal tersebut tidak relevan dengan kebutuhannya. Oleh karena itu, langkah awal yang harus dilakukan adalah mengidentifikasi kebutuhan nasabah terlebih dahulu. Jika nasabah mengajukan pinjaman, maka perlu dipahami tujuan dan jenis usaha yang dijalankan sebelum merekomendasikan produk seperti Kredit Usaha Rakyat (KUR). Selanjutnya apabila usaha tersebut menghasilkan keuntungan bank dapat menawarkan produk lain yang sesuai seperti Tabungan Emas. Dengan demikian memahami kebutuhan nasabah terlebih dahulu memungkinkan bank untuk memberikan solusi yang tepat sesuai dengan produk yang tersedia.

Kepuasan pelanggan harus menjadi perhatian dan tugas semua pemangku kepentingan yang terlibat dalam proses bisnis, bukan hanya satu departemen atau area organisasi. Mempertahankan pangsa pasar dan profitabilitas jangka panjang bisnis sangat bergantung pada penerapan strategi dan teknik yang dapat meningkatkan kepuasan konsumen. Sebagai entitas keuangan, bank memainkan peran penting dalam mendukung perekonomian secara keseluruhan dan operasi komersial pada khususnya. Selain berfungsi sebagai tempat penyimpanan dana dan simpanan, bank juga bertindak sebagai perantara dalam penyaluran kredit dan keuangan

masyarakat. Dengan mendistribusikan uang secara tepat, bank juga dapat berkontribusi untuk meningkatkan standar hidup masyarakat.⁷⁷

C. Pembahasan Temuan

1. Pengalaman dan Persepsi Nasabah saat Memilih Produk Perbankan Syariah

Pemahaman terhadap persepsi dan proses yang terkait dalam persepsi sangat penting bagi nasabah dalam upaya membentuk persepsi yang tepat. Terbentuknya persepsi yang tepat pada konsumen atau nasabah menyebabkan mereka memiliki penilaian yang tepat. Atas dasar persepsi inilah akhirnya konsumen tertarik dan membeli atau menggunakan produk tersebut. Dalam persepsi terdapat beberapa faktor rangsangan terhadap persepsi salah satunya yakni pengalaman, jadi antara persepsi dan pengalaman ini saling berkaitan.⁷⁸

Dalam memilih produk perbankan syariah, nasabah mempertimbangkan berbagai aspek yang memengaruhi keputusan mereka. Salah satu faktor utama adalah Kepercayaan Syariah, yaitu keyakinan bahwa layanan yang mereka gunakan benar-benar sesuai dengan prinsip Islam, bebas riba, adil, dan transparan. Kepercayaan ini diperkuat oleh Rekomendasi Jamaah, di mana testimoni dari komunitas, seperti jamaah haji atau kelompok pengajian, berperan dalam membangun citra positif terhadap bank syariah.

⁷⁷ Nurul Setianingrum Et Al,” Strategi Pengembangan Tabungan Dengan Pendekatan Business Model Canvas Pada Bank Syariah Indonesia” *Indonesian scientific journal of Islamic finance* 2, no. 1 (2023): 68, <https://journal.uinsi.ac.id/index.php/INASJIF/article/view/7599>

⁷⁸ Onan Marakali Siregar, Selwendri, Maulidina, & Muhammad Bahtiar Abdillah, *Persepsi Masyarakat Terhadap Bank Syariah* (Medan: Puspantara), 35

Seiring berkembangnya teknologi, digitalisasi perbankan syariah menjadi faktor yang sangat berpengaruh dalam kepuasan nasabah. Kemudahan dalam membuka rekening, melakukan transaksi, dan mengakses layanan keuangan berbasis syariah secara online menjadi bagian dari Kemudahan Akses Syariah. Dengan adanya aplikasi seperti Byond by BSI, nasabah tidak perlu lagi datang langsung ke kantor cabang untuk membuka rekening atau mengelola keuangan mereka.

Dari hasil temuan penelitian ditemukan bahwasannya pengalaman dan persepsi nasabah berperan penting dalam memilih produk perbankan syariah. Kemudahan akses, teknologi seperti aplikasi Byond by BSI, serta keberadaan banyak cabang BSI menjadi faktor utama yang meningkatkan kepuasan nasabah. Layanan unggulan, khususnya dalam bidang Haji dan Umrah, semakin memperkuat kepercayaan nasabah terhadap BSI. Selain itu, rekomendasi dari sesama nasabah, terutama komunitas jamaah haji, juga memengaruhi keputusan dalam memilih bank syariah. Persepsi positif terhadap layanan modern yang tetap berlandaskan prinsip syariah menjadikan BSI pilihan utama bagi banyak nasabah.

Selain itu, produk perbankan syariah yang menawarkan Tabungan Syariah Terjangkau menjadi daya tarik tersendiri. Misalnya, Tabungan Easy Wadiah, yang memiliki biaya administrasi rendah, menjadi pilihan utama bagi nasabah yang ingin tetap menabung tanpa khawatir saldo mereka terpotong terlalu banyak. Hal ini menunjukkan bahwa nasabah

sangat mempertimbangkan aspek efisiensi biaya dalam memilih produk perbankan syariah.

Sebagai tambahan, Persepsi Modern terhadap Perbankan Syariah semakin berkembang, di mana bank syariah tidak lagi dianggap kuno atau ketinggalan zaman, tetapi justru semakin inovatif dengan berbagai layanan digital yang setara bahkan lebih unggul dibanding bank konvensional. Hal ini menciptakan kesan bahwa bank syariah kini mampu bersaing di era digital.

Dari temuan ini, dapat disimpulkan bahwa nasabah perbankan syariah tidak hanya mencari layanan berbasis syariah, tetapi juga mempertimbangkan kemudahan akses, teknologi modern, biaya yang lebih rendah, serta layanan khusus seperti tabungan haji dan umrah. Kepercayaan terhadap sistem syariah, didukung oleh pengalaman pengguna yang positif, menjadi faktor utama dalam pengambilan keputusan mereka.

Penelitian ini sejalan dengan temuan Sri Nawang Agustin yang menyatakan bahwa persepsi, pengalaman, dan pengetahuan berpengaruh terhadap minat terhadap lembaga keuangan syariah. Dalam konteks ini, pengalaman positif nasabah terhadap layanan perbankan syariah seperti kemudahan akses digital, transparansi, dan rekomendasi dari komunitas mendorong terbentuknya persepsi yang baik dan keputusan untuk menggunakan produk syariah. Penelitian ini memperluas temuan

Agustin dengan fokus pada pengalaman nasabah dalam menggunakan produk perbankan syariah secara langsung.

Temuan ini juga diperkuat oleh teori perilaku konsumen (*consumer behavior theory*), yang menyatakan bahwa keputusan individu dalam memilih produk atau layanan sangat dipengaruhi oleh persepsi, pengalaman sebelumnya, serta faktor psikologis dan sosial. Oleh karena itu, bank syariah perlu terus meningkatkan kualitas layanan dan pemanfaatan teknologi digital sebagai strategi untuk meningkatkan kepuasan dan loyalitas nasabah secara berkelanjutan.

2. Kesesuaian Produk Perbankan Syariah dengan Prinsip Syariah Menurut Pandangan Nasabah

Prinsip dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia diartikan sebagai dasar atau kebenaran yang menjadi pokok dasar berpikir, bertindak, dan sebagainya, Prinsip juga disamakan dengan asas, fundamental, pangkal, dasar, dan pondasi. Menurut UU No. 21 Tahun 2008 pasal 1 ayat 12 tentang perbankan syariah bahwa prinsip syariah adalah prinsip hukum Islam dalam kegiatan perbankan berdasarkan fatwa yang dikeluarkan oleh lembaga yang memiliki kewenangan dalam penetapan fatwa di bidang syariah (UU No.21, 2008). Prinsip syariah ini dilandasi oleh nilai keadilan, kemanfaatan, keseimbangan, dan keuniversalan.⁷⁹

Hasil wawancara dengan beberapa nasabah menunjukkan bahwa kesesuaian produk perbankan dengan prinsip syariah menjadi faktor utama

⁷⁹ Ismawati & Supriadi, "Implementasi Prinsip-Prinsip Perbankan Syariah untuk Mempertahankan Loyalitas Nasabah," *Jurnal Hukum Ekonomi Syariah* 3, no. 1 (2020): 41-50, <https://jurnalnasional.ump.ac.id/index.php/JHES/article/view/7002>

dalam memilih bank syariah. Nasabah merasa lebih aman dan nyaman ketika mengetahui bahwa transaksi yang mereka lakukan sesuai dengan nilai-nilai syariah. Mereka menganggap bahwa kepatuhan bank terhadap prinsip syariah bukan hanya sekadar formalitas, tetapi juga harus benar-benar diterapkan dalam setiap aspek layanan. Jika bank syariah tidak konsisten dalam menjalankan prinsip-prinsip syariah, maka mereka menilai bahwa bank tersebut tidak ada bedanya dengan bank konvensional.

Salah satu aspek penting yang ditekankan oleh nasabah adalah transparansi dalam pengelolaan dana. Nasabah merasa lebih percaya kepada bank syariah yang memberikan informasi jelas mengenai bagaimana dana mereka dikelola. Contohnya, dalam layanan tabungan haji dan qurban, nasabah ingin memastikan bahwa dana mereka benar-benar digunakan sesuai dengan akad syariah. Mereka lebih cenderung memilih bank yang memberikan kejelasan mengenai pemotongan saldo, waktu pencairan, serta manfaat yang diperoleh dari produk tersebut.

Selain itu, penerapan layanan sesuai prinsip syariah juga menjadi faktor penting dalam meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap bank syariah. Nasabah mengharapkan bahwa bank syariah tidak hanya menggunakan label “syariah” sebagai strategi pemasaran, tetapi juga benar-benar menjalankan prinsip-prinsip syariah dalam setiap transaksinya. Mereka menyoroti pentingnya keadilan, bebas riba, dan transparansi sebagai aspek utama dalam layanan perbankan syariah. Jika

prinsip-prinsip ini diterapkan secara konsisten, maka nasabah akan merasa lebih tenang dan yakin dalam menggunakan produk-produk perbankan syariah.

Di sisi lain, kemudahan akses layanan digital juga menjadi faktor pendukung dalam meningkatkan kepercayaan nasabah terhadap bank syariah. Nasabah menilai bahwa aplikasi perbankan yang user-friendly dan transparan akan memudahkan mereka dalam melakukan transaksi keuangan. Fitur-fitur seperti notifikasi transaksi, laporan keuangan yang jelas, serta kemudahan dalam mengakses layanan syariah menjadi nilai tambah bagi bank syariah. Nasabah yang memiliki pengalaman baik dengan layanan digital bank syariah cenderung lebih loyal dan merekomendasikan bank tersebut kepada orang lain.

Secara keseluruhan, ada empat faktor utama yang menjadi penentu kepercayaan dan minat masyarakat terhadap bank syariah, yaitu:

Kepatuhan terhadap prinsip syariah, yang memberikan rasa aman dan nyaman bagi nasabah. Transparansi dalam pengelolaan dana, yang memastikan bahwa dana nasabah digunakan sesuai dengan akad syariah. Penerapan layanan yang benar-benar berbasis syariah, yang menegaskan bahwa bank syariah tidak hanya sekadar menggunakan label syariah, tetapi juga menjalankan prinsipnya secara nyata.

Jika bank syariah mampu menjaga keempat faktor ini dengan baik, maka kepercayaan masyarakat terhadap bank syariah akan semakin kuat,

sehingga semakin banyak orang yang tertarik untuk menggunakan produk dan layanan perbankan syariah.

Penelitian ini selaras dengan temuan Irma Damayanti, Ahsan Putra Hafiz, dan Refky Fielnanda yang menyatakan bahwa persepsi, religiusitas, dan kepercayaan berperan penting dalam memengaruhi keputusan masyarakat memilih bank syariah. Mereka menekankan bahwa konsumen cenderung memilih bank yang benar-benar menerapkan prinsip Islam, bukan hanya secara simbolis.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kepatuhan terhadap prinsip syariah, transparansi pengelolaan dana, layanan yang sesuai dengan nilai-nilai syariah, dan kemudahan akses digital menjadi empat faktor utama yang memengaruhi kepercayaan dan minat nasabah. Nasabah merasa lebih nyaman dan aman ketika layanan bank syariah tidak hanya sekadar mencantumkan label syariah, tetapi juga konsisten menjalankan prinsipnya dalam praktik. Oleh karena itu, persepsi positif dibentuk melalui pengalaman nyata, kejelasan informasi, serta kemudahan dalam penggunaan layanan digital seperti aplikasi Byond by BSI.

Keputusan konsumen tidak hanya dipengaruhi oleh faktor rasional seperti produk atau harga, tetapi juga oleh faktor psikologis seperti persepsi, sikap, dan kepercayaan. Temuan penelitian ini menguatkan bahwa persepsi nasabah terhadap kehalalan transaksi, sikap terhadap prinsip-prinsip syariah yang dijalankan secara konsisten, serta

kepercayaan pada transparansi layanan, menjadi dorongan utama dalam keputusan mereka memilih bank Syariah.

3. Upaya Bank dalam Memahami Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Memilih Produk Perbankan Syariah

Walaupun masyarakat muslim Indonesia merupakan mayoritas yaitu sebanyak 207.176.162 (dua ratus tujuh juta seratus tujuh puluh enam ribu seratus enam puluh dua) orang, kehadiran bank yang relatif baru jika dibandingkan dengan lahirnya bank konvensional. terbatas. Hal ini dipandang dari masih tingginya pangsa pasar bank konvensional pada tahun 2016 yaitu sebesar 94,87% yang berarti bahwa pangsa pasar perbankan di Indonesia masih di dominasi oleh bank konvensional. Bank konvensional menjadi lebih berkuasa karena telah lama hadir dan sudah begitu familiar dan dikenal bagi seluruh Masyarakat

Dua sistem perbankan di Indonesia, yaitu konvensional dan syariah, memberikan pilihan bagi nasabah sesuai dengan kebutuhan dan preferensi mereka. Keduanya berperan sebagai lembaga intermediasi serta sarana transaksi keuangan, namun perbedaan karakteristik antara bank konvensional dan syariah dapat memengaruhi keputusan calon nasabah dalam memilih layanan perbankan. Faktor-faktor seperti pengaruh keluarga, kelompok referensi, serta kualitas produk yang ditawarkan turut berkontribusi dalam proses pengambilan keputusan nasabah.⁸⁰

⁸⁰Medi Sugianto, Onsardi, & Katra Pramadeka, "Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Dalam Memilih Jasa Perbankan Syariah," FEBI Universitas Muhamaddiyah Bengkulu, 47, [6f7cc573b560e29e762c0bcadf516fb5.pdf](https://doi.org/10.24127/feb.v47i1.6f7cc573b560e29e762c0bcadf516fb5)

Nasabah memilih produk perbankan syariah karena berbagai alasan, namun yang paling utama adalah kepatuhan terhadap prinsip syariah. Mereka ingin memastikan bahwa transaksi keuangan yang dilakukan bebas dari riba, transparan, dan sesuai dengan nilai-nilai Islam. Selain itu, kepercayaan terhadap bank, kualitas layanan, manfaat produk, serta kemudahan akses juga menjadi faktor penting dalam keputusan mereka.

Berdasarkan hasil wawancara, banyak nasabah menegaskan bahwa memilih bank syariah bukan hanya soal produk, tetapi juga karena prinsip keadilan dan transparansi yang dipegangnya. Hal ini memberikan rasa aman dalam bertransaksi. Kehalalan transaksi menjadi pertimbangan utama, karena dengan adanya jaminan bahwa transaksi sesuai dengan ajaran syariah, nasabah merasa lebih tenang dalam mengelola keuangan. Selain itu, keamanan sistem digital bank juga menjadi perhatian, karena layanan yang aman dan terpercaya meningkatkan kenyamanan dalam menggunakan produk perbankan syariah.

Selain faktor prinsip syariah, reputasi bank dan transparansi layanan juga menjadi alasan utama dalam memilih perbankan syariah. Bank yang memiliki layanan jelas, mudah diakses, dan terpercaya lebih menarik bagi nasabah. Dengan adanya teknologi perbankan digital, seperti mobile banking, transaksi menjadi lebih praktis dan nyaman.

Dari sudut pandang perbankan, memahami faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah sangat penting. Dengan mengetahui

kebutuhan utama nasabah, bank bisa menawarkan produk yang lebih sesuai. Misalnya, jika seorang nasabah ingin membuka tabungan haji, maka bank seharusnya menawarkan produk yang relevan, bukan justru pinjaman bisnis. Dengan pendekatan yang lebih personal, bank dapat memberikan solusi keuangan yang lebih tepat dan meningkatkan kepuasan nasabah.

Berdasarkan wawancara tersebut, ada beberapa faktor utama yang mempengaruhi keputusan nasabah dalam memilih produk perbankan syariah, yaitu:

- a. Kepatuhan terhadap prinsip syariah, yang memberikan rasa aman dan keyakinan bahwa transaksi sesuai dengan ajaran Islam.
- b. Kepercayaan terhadap bank, terutama dalam hal transparansi, kredibilitas, dan reputasi lembaga keuangan syariah.
- c. Kualitas layanan dan keamanan produk, yang membuat nasabah nyaman dan merasa dihargai sebagai pelanggan.
- d. Kemudahan akses layanan, terutama dengan dukungan teknologi perbankan digital yang mempermudah transaksi.
- e. Relevansi produk dengan kebutuhan nasabah, di mana bank harus mampu menawarkan solusi keuangan yang benar-benar sesuai.

Jika bank syariah dapat memahami dan memenuhi faktor-faktor ini, maka kepercayaan dan loyalitas nasabah akan semakin meningkat. Selain itu, pemahaman yang lebih baik mengenai kebutuhan nasabah juga akan membantu bank dalam mengembangkan produk yang lebih inovatif.

Temuan ini sejalan dengan penelitian Zulkifli Zainuddin, Yahya Hamja, & Siti Hamidah Rustiana yang menunjukkan bahwa kepuasan nasabah sangat dipengaruhi oleh efisiensi proses pelayanan dan keragaman produk berbasis akad. Penelitian tersebut menyoroti pentingnya pengembangan produk yang sesuai dengan kebutuhan serta pelayanan yang cepat dan tepat agar mampu menarik lebih banyak nasabah. Pelayanan yang lambat dan kurangnya variasi produk menjadi kendala utama dalam meningkatkan minat dan kepuasan konsumen terhadap bank syariah.⁸¹

Dalam teori *consumer behavior*, keputusan konsumen sangat dipengaruhi oleh faktor internal seperti persepsi, sikap, motivasi, dan kepercayaan, serta faktor eksternal seperti lingkungan sosial, budaya, pelayanan, dan teknologi. Penelitian ini menguatkan teori tersebut dengan menunjukkan bahwa persepsi positif terhadap prinsip syariah, layanan yang transparan dan terpercaya, serta kenyamanan penggunaan teknologi digital sangat menentukan keputusan nasabah. Oleh karena itu, bank syariah perlu lebih memahami perilaku dan kebutuhan konsumennya agar mampu menawarkan solusi keuangan yang lebih personal, inovatif, dan kompetitif di tengah persaingan industri keuangan modern. Pemahaman yang lebih baik oleh pihak bank mengenai kebutuhan nasabah juga akan

⁸¹ Zulkifli Zainuddin, Yahya Hamja, & Siti Hamidah Rustiana, "Analisis Faktor Dalam Pengambilan Keputusan Nasabah Memilih Produk Pembiayaan Perbankan Syariah (Studi Kasus Pada Pt Bank Syariah Mandiri Cabang Ciputat)," *Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis* 1, no. 1 (2020) : 12, <https://media.neliti.com/media/publications/259300-analisis-faktor-dalam-pengambilan-keputu-34c3da16.pdf>

membantu dalam mengembangkan produk yang lebih inovatif dan memberikan kepuasan tersendiri bagi nasabah.



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

BAB V

PENUTUP

A. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dijelaskan sebelumnya, maka penulis menarik Kesimpulan sebagai berikut:

1. Pengalaman dan persepsi nasabah berperan penting dalam memilih produk perbankan syariah. Faktor utama yang memengaruhi keputusan nasabah meliputi kepercayaan terhadap prinsip syariah, transparansi layanan, kemudahan akses melalui digitalisasi seperti aplikasi Beyond By BSI , serta rekomendasi dari komunitas, seperti jamaah haji. Layanan unggulan, seperti tabungan haji dan umrah, serta produk dengan biaya administrasi rendah juga menjadi daya tarik utama. Selain itu, perbankan syariah semakin dipandang modern dan inovatif, menjadikannya pilihan kompetitif di era digital.
2. Kesesuaian produk perbankan dengan prinsip syariah menjadi faktor utama dalam keputusan nasabah memilih bank syariah. Kepatuhan terhadap prinsip syariah memberikan rasa aman dan nyaman, sementara transparansi dalam pengelolaan dana meningkatkan kepercayaan nasabah. Selain itu, penerapan layanan yang benar-benar berbasis syariah memastikan bahwa bank tidak hanya menggunakan label syariah sebagai strategi pemasaran. Kemudahan akses layanan digital yang transparan juga menjadi nilai tambah. Jika bank syariah konsisten dalam menerapkan prinsip-prinsip ini, maka kepercayaan masyarakat akan semakin kuat,

mendorong lebih banyak orang untuk menggunakan layanan perbankan syariah.

3. Keputusan nasabah memilih produk perbankan syariah dipengaruhi oleh beberapa faktor, terutama kepatuhan terhadap prinsip syariah untuk memastikan transaksi bebas riba, adil, dan transparan. Kepercayaan terhadap kredibilitas dan reputasi bank juga berperan penting. Selain itu, kualitas layanan, keamanan produk, kemudahan akses digital, serta relevansi produk dengan kebutuhan seperti tabungan haji menjadi pertimbangan utama. Jika faktor-faktor ini terpenuhi, kepercayaan dan loyalitas nasabah akan meningkat, sekaligus mendorong inovasi produk yang lebih kompetitif di pasar perbankan. Jika bank syariah mampu memahami dan memenuhi faktor-faktor ini, maka kepercayaan dan loyalitas nasabah akan semakin meningkat. Selain itu, pemahaman yang lebih baik mengenai kebutuhan nasabah akan membantu bank dalam mengembangkan produk yang lebih inovatif dan kompetitif di pasar Perbankan Syariah.

B. SARAN

1. Bagi bank syariah Indonesia Kcp Probolinggo Kraksaan untuk lebih banyak membuka cabang kantor agar lebih banyak dikenal masyarakat umum sehingga masyarakat akan merasa lebih mudah untuk mempelajari dan memanfaatkan solusi perbankan syariah BSI sebagai hasilnya. Akan lebih mudah bagi nasabah untuk mengunjungi dan mendapatkan informasi atau melakukan transaksi menggunakan produk perbankan syariah jika lebih banyak cabang yang dibuka. Selain itu, hal ini akan meningkatkan kesadaran dan kepercayaan masyarakat terhadap produk syariah.
2. Bagi nasabah untuk menggunakan layanan yang ada dengan hati-hati dan sesuai kebutuha dan memanfaatkan fasilitas digital seperti aplikasi Byound By BSI untuk memudahkan transaksi, dan jangan ragu untuk bertanya ke pihak bank jika ada yang kurang jelas.
3. Bagi peneliti selanjutnya, Penelitian bisa diperluas ke daerah lain untuk melihat apakah hasilnya sama atau berbeda, serta untuk mengetahui bagaimana persepsi konsumen di wilayah lain terhadap produk perbankan syariah.

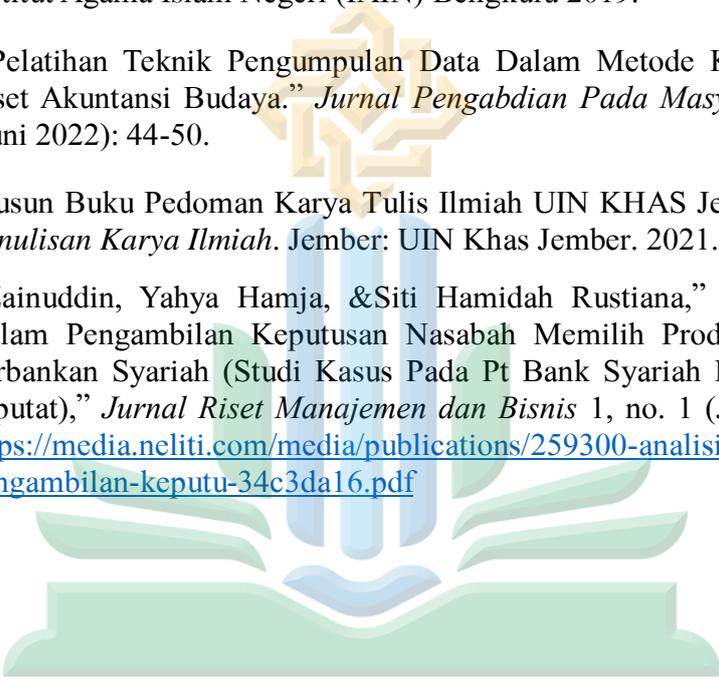
DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Kholik, Sri Maulida , Asep Dadan Suganda, Ita Musfirowati Hanika, Hetty Ismainar, Puji Muniarty, Hastuti Marlina, Febrianty, Yoseph Arteurt Merung, Hayati Nufus, Nurhayati. *Perilaku Konsumen (Ruang Lingkup dan Konsep Dasar)*. Bandung: Widina Bhakti Persada. 2020.
- Agung Gita Subakti, Darwin Tenironama, Ari Yuniarso. "Analisis Persepsi Konsumen." *Tourism and Hospitality Essentials Journal* 8, no. 1 (April 2018): 31-37.
- Anisa Yuri, Mufti Alam Adha, & Riduwan."Pengaruh Pengetahuan Masyarakat Tentang Produk, Pelayanan Dan Lokasi Bank Dalam Memilih Jasa Bank Syariah di Kota Yogyakarta." *Al Maal: Journal of Islamic Economics and Banking* 4, no. 2 (Januari 2023): 133-147.
- Artha."Pengaruh Pengalaman Pelanggan dan Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah pada Internet Banking Bank Syariah di Surabaya dan Sidoarjo" Disertasi STIE Perbanas Surabaya 2020.
- Asy'ari, Abul Hasan. "Persepsi, Motivasi, dan Pengetahuan Masyarakat Dalam Memilih Produk Bank Syariah di Banjarmasin." *Jurnal Ilmiah Ekonomi Bisnis* 7, no. 2 (Juli 2021): 159-168.
<https://ejournal.stiepancasetia.ac.id/jieb/article/view/583>
- Batubara, Sarmiana & Muhammad Wandisyah Hutagalung. "Produk dan akad-akad Perbankan Syariah.". *Nahdatul Iqtishadiyah: Jurnal Perbankan Syariah* 2, no. 2 (Juni 2023): 1-20.
- BSI Resmikan KCP Probolinggo Kraksaan, Mc Kab Probolinggo, Selasa, 22 Oktober 2024, [InfoPublik - BSI Resmikan KCP Probolinggo Kraksaan](#)
- Departemen Agama Republik Indonesia. Al-quran surah az-zumar ayat 18, [Surat Az-Zumar Ayat 18: Arab, Latin, Terjemah dan Tafsir Lengkap Quran NU Online](#)
- Fadilla & Wulandari. "Literature Review Analisis Data Kualitatif: Tahap Pengumpulan Data." *Mitita Jurnal Penelitian* 1, no 3 (Agustus 2023): 23-46.
- Fatoni, Addirrahman, & Siregar. "Analisis Rendahnya Minat Masyarakat Mnejadi Nasabah Bank Syariah Desa Mekarsari Kecamatan Kumpeh Kabupaten Muaro Jambi." *Jurnal Penelitian Ilmu Ekonomi Dan Keuangan Syariah* 2, no 1 (Februari 2024): 291-307.
- Fauzan. *Perilaku Organisasi*. Jember: UIN Khas Jember. 2023.

- Google. “Visi Misi BSI”, [Bank Syariah Indonesia](#)
- Halim. ”Perkembangan ekonomi syariah di Indonesia.” *Investama: Jurnal Ekonomi dan Bisnis* 8, no 2 (Juni 2022): 101-120.
- Hanik & Handayani. “Keputusan Nasabah Dalam Memilih Perbankan Syariah (Studi Kasus Pada Nasabah Bank Syariah Mandiri).” *Jurnal Akuntansi Bisnis dan Perbankan Indonesia* 2, no. 2 (Juli 2014): 188-201.
- Irma Damayanti, Ahsan Putra Hafiz, & Refky Fielnanda. “Analisis Persepsi Masyarakat Dalam Menggunakan Produk Bank Syariah (Studi Pada Masyarakat Desa Kampung Baru, Kec. Muara Tembesi).” *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, Akuntansi* 3, no 2 (Maret 2023): 164-172.
- Ismawati & Supriadi. “Implementasi Prinsip-Prinsip Perbankan Syariah untuk Mempertahankan Loyalitas Nasabah.” *UIN Alauddin Makassar* 2, no 2 (April 2020): 41-50.
- Kusumastuti & Khoiron. *Metode Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Lembaga Pendidikan Sukarno Pressindo. 2019.
- M.F. Hidayatullah. “Manajemen Investasi.” *Journal of Human falah* 1, no. 2 (Juli 2017): 68-81.
<https://jurnal.uinsu.ac.id/index.php/humanfalalah/article/viewFile/171/118>
- Muarif , Ahmaf Dalhar & Wahrodi. “Minat Masyarakat Muslim Terhadap Jasa Bank Syariah Perspektif Bank Syariah Dan Perilaku Masyarakat.” *Journal Of Indonesian Sharia Economics* 3, no. 2 (September 2024): 109-124.
- Nainggolan, Basaria. *Perbankan Syariah di Indonesia*. Bandung: PT. Raja Grafindo Persada Rajawali Pers. 2023.
- Nikmah Dalimunthe & aldi bastian, “Analisis Penerapan Syariah Compliance Terhadap Kepuasan Nasabah,” *Jurnal Masharif al-Syariah: Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah* 8, no.2 (Desember 2023): 13,
<https://journal.um-surabaya.ac.id/Mas/article/view/21226>
- Nurul Setianingrum, Indah Dwi Lestari, MF. Hidayatullah & Angrum Pratiwi. “Strategi Pengembangan Tabungan Dengan Pendekatan Business Model Canvas Pada Bank Syariah Indonesia.” *Journal of Inas jif* 2, no. 1 (Juni 2023): 1-17.
<https://journal.uinsi.ac.id/index.php/INASJIF/article/download/7599/2506>
- OJK ”Laporan perkembangan keuangan syariah indonesia 2023”. 2 Agustus 2024 hal 12, [Laporan Perkembangan Keuangan Syariah Indonesia 2023 \(ojk.go.id\)](#)

- Purwantiningsih. *Serangga Polinator*. Malang: Universitas Brawijaya Press. 2014.
- Putra & Hermanto. "Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Dalam Memilih Jasa Perbankan Syariah (Studi Kasus Pt. Bank Ntb Syariah Kcp Lunyuk)." *Journal of Innovation Research and Knowledge* 1, no. 9 (Februari 2022): 1003-1014
- Rahayu. "Pengaruh Pengalaman Pelanggan dan Manfaat yang Dirasakan dari Internet Banking Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah di Surabaya dan Sidoarjo." Disertasi STIE Perbanas Surabaya. 2020.
- Rahmawaty. *Perilaku Konsumen Dalam Perspektif Islam*. Yogyakarta: Idea Press. 2021.
- Ramadani & Hadiani. "Analisis Persepsi Konsumen Bank Syariah Indonesia (Studi pada Mahasiswa Universitas Serang Raya)." *Jurnal Manajemen Perusahaan: JUMPA* 1, no. 2 (Agustus 2022): 1-12
- Reni Farwati. "Persepsi Masyarakat Pekanbaru Tentang Perbankan Syariah Dan Penyebab Masyarakat Tidak Memilih Bank Syariah." *Journal Daya Saing* 5, no. 2 (Juli 2019):73-87, [View Of Persepsi Masyarakat Pekanbaru Tentang Perbankan Syariah Dan Penyebab Masyarakat Tidak Memilih Bank Syariah](#)
- Rhomadoni. "Persepsi Masyarakat Terhadap Produk perbankan Syariah di Bandar Lor Kota Kediri." *Jurnal At-Tamwil. Kajian Ekonomi Syariah* 4, no. 2 (September 2022): 185-201.
- Rifa'I Khamdan. *Kepuasan Konsumen*. Jember: UIN Khas Press. 2023. <http://digilib.uinkhas.ac.id/20378/1/BUKU%20KEPUASAN%20KONSUMEN-KHAMDAN-SIAP%20CETAK.pdf>
- Saleh. *Analisis Data Kualitatif*. Bandung: Penerbit Pustaka Ramadhan. 2017.
- Salvia. "Minat Mahasiswa Program Studi Ekonomi Syariah Menabung di Bank Mini Syariah Sekolah Tinggi Agama Islam Auliaurasyidin Tembilahan" Doctoral dissertation, STAI Auliaurasyidin Tembilahan. 2022.
- Santi. "Perkembangan Ekonomi Syariah di Indonesia." *Jurnal Eksyar: Jurnal Ekonomi Syariah* 7, no. 1 (Juni2019): 101-120.
- Saprurodin. "Persepsi Masyarakat Terhadap Produk Perbankan Syariah (Studi di Desa Tawang Rejo Kecamatan Air Periukan Kabupaten Seluma)." Disertasi IAIN Bengkulu. 2018.
- Setianingrum, Nurul. *Perkembangan Pemikiran Ekonomi dari Masa ke Masa*. Tangerang: Indigoe Media. 2023.

- Sinaga Fitria. "Faktor- Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Menggunakan Jasa Perbankan Syariah (Studi Kasus Bank Mansiri Syariah Kantor Cabanag Pembantu Cindeu)." Skripsi, Universitas Muhammadiyah Jakarta 2020.
- Sujarweni. *Metodelogi Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Baru Perss. 2014.
- Supraon, Edi. "Persepsi Masyarakat Terhadap Produk Perbankan Syariah (Studi Di Desa Tawang Rejo Kecamatan Air Periukan Kabupaten Seluma." Skripsi, Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bengkulu 2019.
- Thalib. "Pelatihan Teknik Pengumpulan Data Dalam Metode Kualitatif Untuk Riset Akuntansi Budaya." *Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat* 2, no. 1 (Juni 2022): 44-50.
- Tim Penyusun Buku Pedoman Karya Tulis Ilmiah UIN KHAS Jember. *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah*. Jember: UIN Khas Jember. 2021.
- Zulkifli Zainuddin, Yahya Hamja, & Siti Hamidah Rustiana," Analisis Faktor Dalam Pengambilan Keputusan Nasabah Memilih Produk Pembiayaan Perbankan Syariah (Studi Kasus Pada Pt Bank Syariah Mandiri Cabang Ciputat)," *Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis* 1, no. 1 (Juni 2020) : 12, <https://media.neliti.com/media/publications/259300-analisis-faktor-dalam-pengambilan-keputu-34c3da16.pdf>



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

MATRIK PENELITIAN

Judul	Variabel	Sub Variabel	Indikator	Sumber Data	Metodologi Penelitian	Fokus Penelitian
Eksplorasi Pengalaman Dan Persepsi Konsumen Dalam Memilih Produk Perbankan Syariah Pada Nasabah Di Bank Syariah Indonesia KCP Probolinggo Kraksaan	a. Pengalaman dan persepsi nasabah saat memilih produk perbankan syariah b. Kesesuaian produk perbankan syariah dengan prinsip syariah menurut pandangan nasabah c. Upaya Bank dalam Memahami Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah dalam Memilih Produk Perbankan Syariah	a. pengalaman dan persepsi. b. kesesuaian produk. c. faktor.	a. Pengetahuan tentang Bank Syariah Indonesia b. Pengaruh pengalaman dalam memilih produk c. Persepsi terhadap prinsip syariah d. Pentingnya prinsip syariah dalam produk e. Pengaruh prinsip syariah terhadap kepercayaan f. Pemahaman faktor yang mempengaruhi keputusan	Informan a. BOSM BSI KCP Probolinggo b. <i>customer servise</i> c. Nasabah	1. Pendekatan penelitian kualitatif 2. Jenis penelitian deskriptif 3. Lokasi penelitian : Bank syariah Indonesia KCP Probolinggo Kraksaan pada daerah paiton dan kraksaan. 4. Teknik pengumpulan data : Teknik Purposive 5. Teknik Pengumpulan data: a. Wawancara b. Observasi c. Dokumentasi	1. Bagaimana pengalaman dan persepsi nasabah memengaruhi pemilihan produk perbankan syariah? 2. Bagaimana pandangan nasabah terhadap kesesuaian produk perbankan syariah dengan prinsip-prinsip syariah? 3. Bagaimana pihak bank dapat memahami faktor-faktor yang memengaruhi keputusan nasabah dalam memilih produk perbankan syariah?

KEASLIAN TULISAN

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Fadilatul Najah Afrylia

NIM : 212105010097

Program Studi : Perbankan Syariah

Fakultas Institusi : Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember

Dengan ini menyatakan bahwa penelitian dengan judul Eksplorasi Pengalaman Dan Persepsi Konsumen Dalam Memilih Produk Perbankan Syariah Pada Nasabah Di Bank Syariah Indonesia KCP Probolinggo Kraksaan ara keseluruhan adalah hasil penelitian atau karya sendiri, kecuali bagian-bagian yang diujuk sumbernya.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya tanpa paksaan pihak manapun.



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

Paiton, 08 April 2025



Fadilatul Najah Afrylia
NIM. 212105010097

PEDOMAN WAWANCARA

PEDOMAN WAWANCARA PENELITIAN DENGAN JUDUL

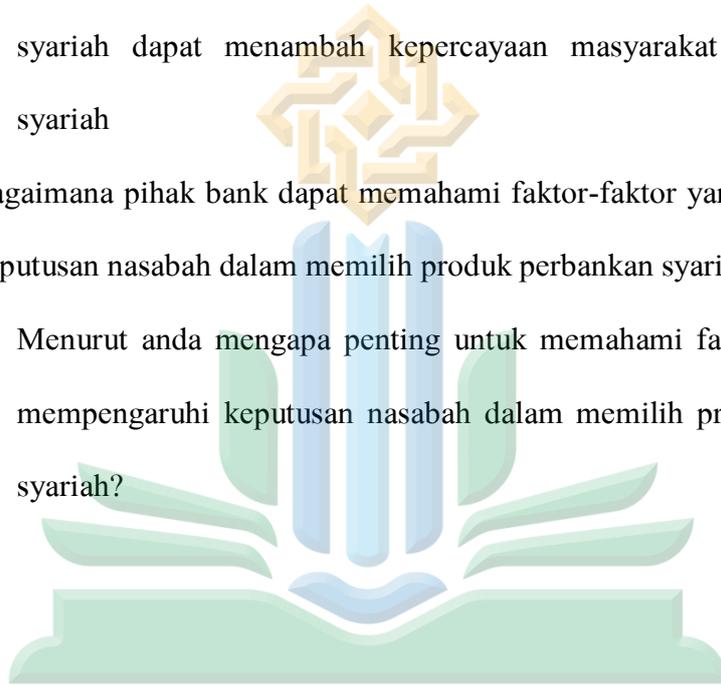
“ EKSPLOKASI PENGALAMAN DAN PERSEPSI KONSUMEN DALAM MEMILIH PRODUK PERBANKAN SYARIAH PADA NASABAH DI BANK SYARIAH INDONESIA KCP PROBOLINGGO KRAKSAAN “

Wawancara adalah suatu teknik perbincangan dengan maksud tertentu. Percakapan tersebut dilakukan oleh kedua belah pihak yang bersangkutan. Yakni yang di wawancarai (narasumber) dan yang mewawancarai atau penanya (mengajukan wawancara). Data data yang dibutuhkan peneliti salah satunya berasal dai wawancara, disini peneliti ingin melakukan wawancara kepada nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Probolinggo Kraksaan, *Customer Service* Bank Syariah Indonesia KCP Probolinggo Kraksaan, dengan ini wawancara sebagaimana yang sudah terlampir dibawah ini:

A. Daftar Pertanyaan

1. Bagaimana pengalaman dan persepsi nasabah memengaruhi pemilihan produk perbankan syariah?
 - a. Apa yang anda ketahui tentang Bank syariah Indonesia?
 - b. Menurut anda mengapa pengalaman sangat mempengaruhi keputusan Anda dalam memilih produk perbankan syariah?
 - c. Seberapa penting persepsi anda tentang prinsip-prinsip Syariah yang diterapkan oleh suatu bank dalam mempengaruhi Keputusan?

2. Bagaimana pandangan nasabah terhadap kesesuaian produk perbankan syariah dengan prinsip-prinsip syariah?
 - a. Seberapa pentingkah prinsip syariah dalam produk perbankan syariah bagi anda sebagai nasabah?
 - b. Apakah anda setuju bahwa penerapan dasar pelayanan sesuai prinsip syariah dapat menambah kepercayaan masyarakat terhadap bank syariah
3. Bagaimana pihak bank dapat memahami faktor-faktor yang memengaruhi keputusan nasabah dalam memilih produk perbankan syariah?
 - a. Menurut anda mengapa penting untuk memahami faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah dalam memilih produk perbankan syariah?



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
JEMBER

Jl. Mataram No. 01 Mangli, Kaliwates, Jember, Jawa Timur. Kode Pos: 68136 Telp. (0331) 487550
Fax (0331) 427005 e-mail: febi@uinkhas.ac.id Website: <https://febi.uinkhas.ac.id/>

Nomor : B-1351/Un.22/7.a/PP.00.9/12/2024 09 Desember 2024
 Lampiran : -
 Hal : **Permohonan Izin Penelitian**

Kepada Yth.

Kepala Bank Syariah Indonesia KCP Probolinggo Kraksaan
 Jl. Raya Panglima Sudirman No. 115, Kraksaan, Probolinggo

Disampaikan dengan hormat bahwa, dalam rangka menyelesaikan tugas Skripsi pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, maka bersama ini mohon diizinkan mahasiswa berikut :

Nama : Fadilatul Najah Afrylia
 NIM : 212105010097
 Semester : VII (Tujuh)
 Jurusan : Ekonomi Islam
 Prodi : Perbankan Syariah

Guna melakukan Penelitian/Riset mengenai Eksplorasi Pengalaman Dan Persepsi Konsumen Dalam Memilih Produk Perbankan Syariah Pada Nasabah Di Bank Syariah Indonesia KCP Probolinggo Kraksaan di lingkungan/lembaga wewenang Bapak/Ibu.

Demikian atas perkenan dan kerjasamanya disampaikan terima kasih.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
JEMBER

A.n. Dekan,
Wakil Dekan Bidang Akademik,



Nurul Widyawati Islami Rahayu
Nurul Widyawati Islami Rahayu





PT. Bank Syariah Indonesia, Tbk.
KCP Probolinggo Kraksaan
Jl. Panglima Sudirman No. 173, Kraksaan Wetan
Probolinggo
T : 0335 878 1001
www.bankbsi.co.id

27 Maret 2025
No. : 05/089-3/0161

Kepada :
Yth. Kepala Prodi Perbankan Syariah
Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq
Jember

Perihal : **KETERANGAN PENELITIAN**

Ref. : -

Assalamu'alaikum warahmatullaahi wabarakatuh,

Semoga Bapak/ Ibu beserta seluruh Prodi Perbankan Syariah Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember senantiasa dalam keadaan sehat wal'afiat dan selalu mendapat taufik serta hidayah dari Allah SWT. Amin.

Merujuk pada perihal tersebut diatas, dengan ini kami sampaikan bahwa mahasiswa sebagai berikut :

Nama Mahasiswa : Fadilatul Najah Afrylia
NPM : 212105010097
Program Studi : Perbankan Syariah

Telah melakukan Penelitian Skripsi dengan judul "*Eksplorasi Pengalaman dan Persepsi Konsumen dalam Memilih Produk Perbankan Syariah pada Nasabah di Bank Syariah Indonesia di KCP Probolinggo Kraksaan*" pada tanggal 06 Januari 2025 s.d 06 Februari 2025 dengan baik.

Demikian surat ini kami sampaikan, atas kerjasama yang baik kami mengucapkan terima kasih.

Wassalaamu'alaikum warahmatullaahi wabarakatuh.

PT. BANK SYARIAH INDONESIA, Tbk.
KCP PROBOLINGGO KRAKSAAN

Anam Johanto
Branch Manager

Vidhaya Laksmi Meiza
BOSM

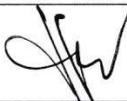
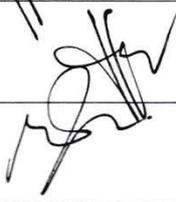
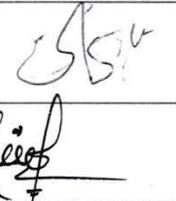
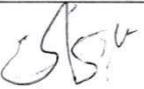
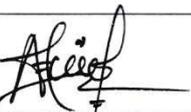
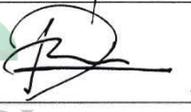
JURNAL KEGIATAN PENELITIAN

NAMA : Fadilatul Najah Afrylia

NIM : 212105010097

JUDUL : Eksplorasi Pengalaman Dan Persepsi Konsumen Dalam Memilih Produk Perbankan Syariah Pada Nasabah Di Bank Syariah Indonesia KCP Probolinggo Kraksaan

LOKASI : Bank syariah Indonesia KCP Probolinggo Kraksaan

No	Hari/Tanggal	Jenis Kegiatan	TTD
1.	16 Desember 2024	Mengirim surat ijin penelitian	
2.	06 Januari 2025	Dijinkan melakukan penelitian	
3.	06 Januari 2025	Wawancara dengan mbak mila selaku <i>Customer Service</i>	
4.	10 Januari 2025	Wawancara dengan bapak haji sono selaku nasabah Bank syariah Indonesia	
5.	13 Januari 2025	Wawancara dengan ibu mutmainnah selaku nasabah Bank syariah Indonesia	
6.	15 Januari 2025	Wawancara dengan citra ela pramudita selaku nasabah Bank syariah Indonesia	
7.	17 Januari 2025	Wawancara dengan ibu Narti selaku nasabah Bank syariah Indonesia	
8.	29 Januari 2025	Wawancara dengan mbak mila selaku <i>Customer Service</i>	

Kraksaan, 04 Februari 2025

Kepala Bank KCP Probolinggo Kraksaan


KCP Probolinggo Kraksaan

DOKUMENTASI



Mengirim surat ijin penelitian



Di ijinan melakukan Penelitian



Wawancara dengan mbak mila selaku CS Bank BSI



Wawancara dengan bapak haji Sono (Nasabah)



wawancara dengan Ibu Mutmainnah
(Nasabah)



wawancara dengan Mbak Pramudita
(Nasabah)



wawancara dengan Ibu Narti (Nasabah)



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jl. Mataram No. 01 Mangli, Kaliwates, Jember, Jawa Timur. Kode Pos: 68136 Telp. (0331) 487550
 Fax (0331) 427005 e-mail: febi@uinkhas.ac.id Website: <http://uinkhas.ac.id>



SURAT KETERANGAN LULUS PLAGIASI

Bagian Akademik Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam menerangkan bahwa :

Nama : fadilatul najah afrylia
 NIM : 212105010097
 Program Studi : PERBANKAN SYARIAH
 Judul : EKSPLORASI PENGALAMAN DAN PERSEPSI KONSUMEN DALAM MEMILIH PRODUK PERBANKAN SYARIAH PADA NASABAH DI BANK SYARIAH INDONESIA KCP PROBOLINGGO KRAKSAAN

Adalah benar-benar telah lulus pengecekan plagiasi dengan menggunakan aplikasi DrillBit, dengan tingkat kesamaan dari Naskah Publikasi Tugas Akhir pada aplikasi DrillBit kurang atau sama dengan 25%.

Demikian surat keterangan ini dibuat agar dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Jember, 14 Maret 2025

Operator DrillBit

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
 KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
 JEMBER
 (Dr. Heron F. P.)





KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jl. Mataram No. 01 Mangli, Kaliwates, Jember, Jawa Timur. Kode Pos: 68136 Telp. (0331) 487550
 Fax (0331) 427005 e-mail: febi@uinkhas.ac.id Website: <http://febi.uinkhas.ac.id>



SURAT KETERANGAN

Kami yang bertandatangan di bawah ini, menerangkan bahwa :

Nama : Fadilatul Najah Afrylia
 NIM : 212105010097
 Semester : VIII (Delapan)

Berdasarkan keterangan dari Dosen Pembimbing telah dinyatakan selesai bimbingan skripsi. Oleh karena itu mahasiswa tersebut diperkenankan mendaftarkan diri untuk mengikuti Ujian Skripsi.

Jember, 08 April 2025
 Koordinator Prodi Perbankan Syariah


 Ana Pratiwi, M.S.A

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
 KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
 J E M B E R



SITASI

- Dr.H.Fauzan, S.pd., M.Si. “Perilaku Organisasi”,Jember, UIN KHAS JEMBER,2023 journal of <https://digilib.uinkhas.ac.id/27501/>
- M.F. Hidayatullah.“ Manajemen Investasi.” Journal of Human falah 1 no. 2 (2017)
<https://jurnal.uinsu.ac.id/index.php/humanfalah/article/viewFile/171/118>
- Khamdan Rifa'i, Kepuasan Konsumen, (jember, uin khas press, 2023).
<http://digilib.uinkhas.ac.id/20378/1/BUKU%20KEPUASAN%20KONSUMEN-KHAMDAN-SIAP%20CETAK.pdf>
- Nurul Setianingrum, Indah Dwi Lestari,MF. Hidayatullah, Angrum Pratiwi “Strategi Pengembangan Tabungan Dengan Pendekatan Business Model Canvas Pada Bank Syariah Indonesia” journal of Inas jif 2 , no 1 (2023).
<https://journal.uinsi.ac.id/index.php/INASJIF/article/download/7599/2506>
- Nurul Setianingrum, Dr. Hj. (2023). Perkembangan Pemikiran Ekonomi dari Masa ke Masa. tanggerang, indigoe media.
<http://digilib.uinkhas.ac.id/32200/>



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

BIODATA PENULIS**Data Diri :**

Nama : Fadilatul Najah Afrylia
 Tempat, Tanggal Lahir : Probolinggo, 01 April 2003
 NIM : 212105010097
 Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
 Prodi : Perbankan Syariah
 Alamat : Dusun Cempaka, RT 011/ RW 006 Desa Pondok kelor,
 Kecamatan Paiton, Kabupaten Probolinggo
 No. Tlp : 081239823699
 Email : fadilatulnajahafrylia@gmail.com

Riwayat Pendidikan :

1. TK PKK Melati (2007-2009)
2. SDN 1 Pondok Kelor (2009-2015)
3. SMP Insan Terpadu (2015-2018)
4. MAN 2 Kota Probolinggo (2018-2021)
5. UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember (2021-2025)

J E M B E R