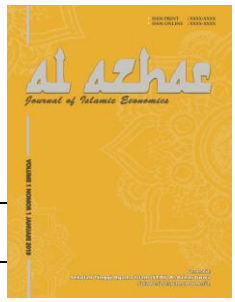
Al-Azhar Journal of Islamic Economics
Volume 7 Nomor 2, 2025
ISSN Print: 2654-5543
DOI: https://doi.org/10.37146/ajie v7i2.50
Penerbit: **Program Studi Ekonomi Syariah, Sekolah Tinggi Agama Islam (STAI) Al-Azhar Gowa**
Al-Azhar Journal of Islamic Economics (AJIE) is indexed by Google Scholar and licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International License.



Analisis Minat Nasabah Dalam Berteransaksi Di Bank Syariah Dibandingkan Bank Konvensioanal

Titik Husnawati Amini
Program Studi Perbankan Syariah, STEI HAMZAR, Lombok Timur, Indonesia
E-mail: titikhusnawati11des1997@gmail.com
Baiq Hadiyani
Program Studi Perbankan Syariah, STEI HAMZAR, Lombok Timur, Indonesia
E-mail: baiqhadiyani24720@gmail.com

Abstract: *This study aims to analyze the reasons for the lack of customer interest in transacting at Islamic Banks compared to Conventional Banks (a case study of students at STEI Hamzar East Lombok). The research method used is qualitative research. In this study, the data collection techniques used are interviews and observations of customers, in this case, students of STEI Hamzar East Lombok. The sampling technique used is random sampling, taken from students of all batches. The results of this study indicate that most STEI Hamzar students neither have accounts nor conduct transactions at Islamic banks, as they only own and transact at conventional banks, most of which are at Bank Rakyat Indonesia (BRI). Factors causing the lack of interest among STEI Hamzar customers in transacting at Islamic banks compared to conventional banks include family influence, the innovation and products offered, low public literacy and understanding, widespread access to conventional banks, and job requirements.*

Keywords: *Interest; Transactions; Islamic Bank; Conventional Bank*

Abstrak: *Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis penyebab kurangnya minat nasabah dalam berteransaksi di Bank Syariah dibandingkan Bank Konvensioanal (Studi kasus mahasiswa STEI Hamzar Lombok Timur). Metode penelitian yang digunakan adalah penelitian kualitatif. Dalam penelitian ini, teknik pengumpulan data yang digunakan adalah wawancara dan observasi kepada nasabah dalam hal ini adalah mahasiswa STEI Hamzar Lombok Timur. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah rundom sampling (sampel acak) yang diambil dari setiap mahasiswa dari semua angkatan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa sebagian besar mahasiswa STEI Hamzar belum mempunyai maupun bertransaksi di bank syariah, dimana mereka hanya memiliki dan bertransaksi di bank konvensional yang sebagian besar di Bank Rakyat Indonesia (BRI). Terdapat faktor-faktor yang menyebabkan kurangnya minat nasabah STEI Hamzar dalam bertransaksi di bank syariah dibandingkan dengan bank konvensional adalah faktor keluarga, faktor inovasi dan produk yang ditawarkan, literasi dan pemahaman masyarakat yang masih rendah, akses bank konvensional yang tersebar luas serta adanya tuntutan pekerjaan.*

Kata Kunci: *Minat; Transaksi; Bank Syariah; Bank Konvensional*

1. Pendahuluan

Bank merupakan badan intermediasi yang bertugas untuk menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya kembali ke masyarakat dalam bentuk kredit atau bentuk yang lain dengan tujuan untuk meningkatkan taraf hidup rakyat (Undang-Undang N0. 10 Tahun 1998). Melalui fungsi intermediasi, institusi perbankan mempunyai kemampuan untuk merealokasikan dana secara lebih efektif diantara dua pihak (surplus and deficit units) yang terpisah dan tidak saling mengenal satu dengan lainnya. Oleh sebab itu, lembaga perbankan mempunyai posisi yang sangat penting dalam menunjang kehidupan dan kemajuan ekonomi.[1] Secara umum, bank di Indonesia dibedakan menjadi dua jenis yaitu Bank Konvensional yang menjalankan kegiatannya secara konvensional, serta Bank Syariah yang menjalankan kegiatannya berdasarkan prinsip-prinsip syariah.

Kegiatan dan usaha bank akan selalu dikaitkan dengan komoditas. Bank syariah sebagai lembaga keuangan lahir untuk memberikan solusi alternatif terhadap persoalan pertentangan antara bunga bank dengan riba. Dengan demikian, keinginan umat islam khususnya di Indonesia yang ingin melepaskan diri dari persoalan riba telah mendapat jawaban dengan lahirnya bank syariah di Indonesia. Bank syariah lahir di Indonesia sekitar tahun 90-an atau tepatnya setelah adanya Undang-Undang No. 7 Tahun 1992, yang direvisi dengan Undnag-Undang Perbankan No. 10 Tahun 1998 dalam bentuk sebuah bank yang beroperasinya dengan sistem bagi hasil atau bank syariah.[2] Keterkaitan bank syariah dengan para nasabahnya adalah sebagai mitra investor dan pedagang. Sehubungan dengan jalinan investor dan pedagang tersebut, maka dalam menjalankan kegiatannya bank syariah menggunakan berbagai teknik dan metode investasi seperti kontrak mudharabah dan kontrak murabahah. Mekanisme perbankan syariah yang berdasarkan prinsip mitra usaha, adalah bebas bunga dalam hal ini bank syariah tidak membebankan bunga kepada nasabahnya dalam setiap transaksi yang dijalankan.

Perkembangan bank syariah di Indonesia mengalami perkembangan yang pesat hingga saat ini, dimana market share bank syariah pada awal tahun 2025 berada di kisaran 7,50% dengan pertumbuhan asset yang positif dan mencapai Rp. 948,2 triliun pada Januari 2025. Selain itu, apabila diamati lebih spesifik berdasarkan penyebaran jumlah kantor operasionalnya, data per Januari 2025 menunjukkan bahwa Bank Umum Syariah (BUS) memiliki Kantor Pusat Operasional (KPO) sebanyak 427 dengan jumlah Kantor Cabnag Pembantu (KCP) sebesar 1.573, Unita Usaha Syariah (UUS) memiliki jumlah Kantor Pusat Operasional (KPO) sebanyak 150 dengan Kantor Cabang Pembantu (KCP) sebanyak 233 yang tersebar di wilayah Indonesia. Adapun Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) sebagai bagian dari bank syariah juga tidak kalah dalam hal perkembangannya, dimana hingga saat ini BPRS yang berdiri di Indonesia sebanyak 174 BPRS dengan jumlah kantor sebesar 706 yang tersebar di berbagai daerah Indonesia (ojk.go.id).

Namun dengan nilai pangsa pasar (market share) bank syariah serta perkembangan jumlah kantor operasional baik dari BUS, UUS, maupun BPRS yang mengalami

[1] H.Bachtiar Simatupang. (2019). Peranan Perbankan dalam Meningkatkan Perekonomian Indonesia. Jurnal Riset Akuntansi Multiparadigma (JRAM), 6(2), 136–146.

[2] Nur'aini, U. (2022). Perbankan Syariah: Sebuah Pilar dalam Ekonomi Syariah. SCHOLASTICA: Jurnal Pendidikan Dan Kebudayaan, 4(2), 174–183.

peningkatan tidak menjamin bahwa bank syariah memiliki posisi utama di kalangan masyarakat secara luas. Hal ini dikarenakan bank syariah masih kalah dengan keberadaan bank konvensional yang secara jelas lebih dulu lahir dan berkembang di Indonesia. Hal tersebut tentunya disebabkan oleh banyak faktor seperti faktor pengetahuan dan pemahaman masyarakat yang belum mengenal serta mengetahui lebih jauh bank syariah itu sendiri, faktor sistem layanan dan operasional dimana masyarakat merasa bank konvensional lebih mudah dan cepat dalam mengatasi masalah mereka, faktor pekerjaan yang terkait dengan relasi instansi tempat mereka bekerja yang lebih terkoneksi dengan bank konvensional, faktor promosi yang lebih sering dilakukan oleh bank konvensional, serta faktor-faktor lainnya.[3]

Tingkat perkembangan bank syariah juga ditentukan dari bagaimana nasabah mememilih serta menggunakan produk yang disediakan oleh bank syariah. Hal ini tentunya berkaitan dengan minat masyarakat dalam menggunakan produk tersebut. Minat merupakan suatu perangkat mental yang terdiri dari suatu campuran antara perasaan, harapan, pendirian, prasangka, rasa takut atau kecenderungan-kecenderungan lain. Minat berfungsi sebagai daya penggerak yang mengarahkan seseorang melakukan kegiatan tertentu yang spesifik. Minat mempunyai karakteristik pokok, yaitu melakukan kegiatan yang dipilih sendiri dan menyenangkan sehingga dapat membentuk suatu kebiasaan dalam diri seseorang dalam hal ini minat erat kaitannya dengan suatu perilaku yang dimiliki oleh seseorang. [4]

Dalam menarik minat nasabah, tentunya berbagai upaya yang dapat dilakukan oleh bank syariah, baik itu melalui promosi, sosialisasi, periklanan di media sosial, dan lain sebagainya. Dalam menarik nasabah pihak bank akan mengutamakan masyarakat yang berpotensi sebagai nasabah potensial di masa depan, artinya nasabah tersebut memiliki keuanggulan strategis bagi perkembangan bank syariah di Indonesia. Salah satu kalangan nasabah potensial di masa depan yaitu nasabah yang berasal dari kalangan mahasiswa, dimana dalam hal ini tentunya adanya keterlibatan instansi perguruan tinggi dengan perilaku mahasiswa di dalamnya.

Sekolah Tinggi Ekonomi Islam (STEI) Hamzar merupakan salah satu perguruan tinggi keislaman yang berada di Provinsi Nusa Tenggara Barat tepatnya di Kabupaten Lombok Timur. STEI Hamzar didirikan sejak tahun 2012 bertujuan untuk memenuhi kebutuhan akan ketersediaan tenaga professional di bidang Lembaga Keuangan Syariah dan berkarakter entrepreneurship guna berkontribusi terhadap perkembangan ekonomi islam di Indonesia. Dengan nilai-nilai keislaman yang diterapkan di kampus ini serta bidang keilmuan yang tidak terlepas dari ajaran-ajaran islam tentunya secara langsung dapat mempengaruhi bagaimana mereka bersikap khusunya dalam hal pemilihan produk maupun jasa keuangan dalam hal bertransaksi.

Hasil observasi awal peneliti menyatakan bahwa sebagian besar mahasiswa STEI Hamzar Lombok Timur bertransaksi di bank konvensional, dimana hanya beberapa diantara mereka yang bertransaksi di bank syariah. Penelitian ini bertujuan untuk

[3] Ananda Novia Eka, A. D. K. W., Kusuma, V. N. V., Nuraziza, V., & Arnelyta, V. P. (2022). Faktor-faktor yang Menyebabkan Masyarakat Desa Cenderung Memilih Bank Konvensional Dibandingkan Bank Syariah. Prosiding National Seminar on Accounting, Finance, and Economics (NSAFE), 2(7), 113–122.

[4] Ratna Balqis Nasution. (2017). Faktor-Faktoryang Mempengaruhi Minat Masyarakat Yang Berbasis Dengan Sistem Multi Level Marketing. Jurnal Keuangan & Bisnis, 3(2).

menganalisis lebih jauh penyebab kurangnya minat mahasiswa tersebut dalam bertransaksi di bank syariah dibandingkan bank konvensional, mengingat bahwa mahasiswa STEI Hamzar yang sudah dibekali dan diajarkan nilai-nilai keislaman dalam proses perkuliahannya serta bidang ilmu yang ditekuni, bagaimana minat mereka dalam bertransaksi di bank syariah serta mengapa mereka lebih memilih produk dan jasa keuangan yang tidak berbasis syariah dalam hal ini adalah bank konvensional.

2. Metode Penelitian

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif. Pendekatan kualitatif adalah pendekatan yang terletak pada proses dan pemaknaan hasilnya[5]. Perhatian penelitian kualitatif lebih tertuju pada elemen manusia, objek, dan institusi, serta hubungan atau interaksi di antara elemen-elemen tersebut, dalam upaya memahami suatu peristiwa, perilaku, atau fenomena.[6] Penelitian kualitatif merupakan suatu informasi untuk memahami fenomena tentang apa saja yang dialami oleh objek atau subjek yang secara bolistik. Selain itu, pendekatan ini juga tidak dapat dihitung dengan angka, namun bisa dilihat dan dirasakan. Karena data ini biasanya dikumpulkan melalui teks,gambar,audio, wawancara, hingga video.

Peneliti melakukan penelitian kepada Mahasiswa STEI Hamzar Lombok Timur, dimana kampus ini berlokasi di RT 8 RW 3, Dusun Tembeng Putik, Desa Tembeng Putik, Kecamatan Wanasaba, Kabupaten Lombok Timur, Nusa Tenggara Barat. Pemilihan lokasi ini berdasarkan pertimbangan penulis bahwa mahasiswa STEI Hamzar tersebut merupakan mahasiswa pada prodi perbankan syariah yang bertransaksi pada bank konvensional.

Sumber data dalam penelitian ini adalah data primer, yaitu data yang diperoleh dari sumbernya. Dalam penelitian ini, data primer diperoleh melalui wawancara yang merupakan bentuk komunikasi lansung antara peneliti dan responden[7], serta observasi yang dilakukan secara langsung ke lokasi penelitian. Hal ini bertujuan untuk memperoleh pemahaman mendalam tentang situasi tertentu.[8]

3. Hasil dan Analisis

Sekolah Tinggi Ekonomi Islam (STEI) Hamzar Lombok Timur saat ini memiliki dua program studi, yaitu program studi S1 Perbankan Syariah yang telah berdiri sejak tahun 2012 dan program studi S1 Ekonomi Syariah yang resmi berdiri pada tahun 2025. Adapun responden dalam penelitian ini adalah mahasiswa yang berasal dari program studi S1 Perbankan Syariah yang telah berdiri sejak lama dan memiliki banyak alumni maupun mahasiswa dari semester awal hingga akhir.

[5] Basri, H. (2014). Using qualitative research in accounting and management studies: not a new agenda. Journal of US-China Public Administration, 11(10), 831–838.

[6] Mohamed, Z. M., Abdul Majid, A. H., & Ahmad, N. (2010). Tapping new posibility in accounting research, in qualitative research in accounting, Malaysian case. Universitas Kebangsaan Malaysia.

[7] Sugiyono. (2011). Metode Penelitian Kualitatif. Alfabeta.

[8] Lexy J. Moleong. (2006). Metodologi Penelitian Kualitatif". PT. Remaja rosdakaria.

Dengan demikian mahasiswa tersebut tentunya telah menghabiskan banyak waktu untuk berinteraksi, bersosialisasi, maupun belajar tentang ilmu perbankan syariah dan mengetahui tentang lmebaga-lembaga keuangan yang berbasis syariah. Dalam penelitian ini, peneliti melakukan penelitian pada semester genap dengan menggunakan 4 (empat) angkatan sebagai responden penelitian dimana setiap angkatan memiliki masing-masing perwakilan yang dipilih secara acak dan dijadikan sebagai narasumber pada saat proses wawancara. Narasumber tersebut meliputi Salsabila dari semester 2, Izzati dari semester 4, Ahdiyat dari semester 6, serta Zuraidah dari semester 8. Adapun proses observasi dilakukan oleh peneliti kepada seluruh mahasiswa di setiap angkatan dengan cara survey langsung ke lokasi penelitian yaitu di STEI Hamzar Lombok Timur dengan jadwal/waktu yang telah ditentukan.

Berdasarkan hasil wawancara diatas yang peneliti lakukan bahwa faktor pendorong mahasiswa STEI Hamzar yang lebih memilih berteransaksi di bank konvensional yakni ada dua faktor diantaranya. faktor internal dan faktor eksternal :

1. Faktor internal.

Faktor diri sendiri yakni dorongan diri sendiri karena mereka lebih mudah mengakses atau bertransaksi melalui bank konvensional dibanding di bank syari'ah.

2. Faktor eksternal.

Faktor lingkungan yang mengharuskan melakukan teransaksi melalui bank konvensional saat bekerja dan juga ada faktor keluarga yang banyak menggunakan bank konvensional dalam melakukan teransaksi seperti transfer.

Dari hasil observasi yang di lakukan oleh peneliti dapat diketahui bahwa faktor yang mempengaruhi kurangya minat nasabah mahasiswa STEI Hamzar dalam berteransaksi di bank syari'ah karena faktor lingkungan, faktor lingkungan kerja, faktor lingkungan keluarga, dan faktor lainnya. Sebelum Nasabah masuk kuliah yang jurusannya Perbankan Syariah di STEI Hamzar belum mengetahui informasi terkait dengan perbankan syariah. Ini salah satu faktor yang paling berpengaruh dikarenakan Perbankan Syariah kurang dikenal oleh masyarakat sekitar, karena masih kurangnya penyampaian informasi oleh perusahaan perbankan syariah.

A. Minat Mahasiswa STEI Hamzar dalam Bertransakasi di Bank Syari'ah

Menurut Durianto[9] dalam Purbohastuti, A. wahyuni, & Hidayah[10] menyatakan bahwa minat beli merupakan sesuatu yang berhubungan dengan rencana konsumen untuk membeli produk tertentu, serta seberapa banyak unit produk yang dibutuhkan pada periode tertentu. Sedangkan menurut Kotler, P, Bowen, J.T

[9] Durianto, D. (2013). Strategi Menaklukan Pasar Melalui Riset Ekuitas dan Perilaku Merek. PT. Gramedia Pustaka Utama.

[10] Purbohastuti, A. wahyuni, & Hidayah, A. A. (2020). Meningkatkan Minat Beli Produk Shopee Melalui Celebrity Endorser. Jurnal Bisnis Terapan, 4(1), 37–46.

& Makens[11] mengenai minat beli dikatakan bahwa minta beli timbul setelah adanya proses evaluasi alternatif dan di dalam proses evaluasi, seseorang akan membuat suatu rangkaian pilihan mengenai produk yang hendak dibeli atas dasar merek maupun minat.

Hasil wawancara yang dilakukan oleh peneliti terhadap beberapa responden dalam hal ini adalah mahasiswa STEI Hamzar Lombok Timur, bahwa sebagian besar mahasiswa STEI Hamzar belum mempunyai maupun bertransaksi di bank syariah, dimana mereka hanya memiliki dan bertransaksi di bank konvensional yang sebagian besar di Bank Rakyat Indonesia (BRI). Walaupun demikian, dalam hal ini adanya keinginan serta rencana kedepan dalam diri mereka untuk membuka rekening dan melakukan transaksi di bank syariah dalam waktu dekat. Keinginan ini terbentuk dari adanya proses pembelajaran di dalam kampus dimana mereka sudah mengenal lebih jauh dan mempelajari terkait dengan aspek hukum, prinsip, sistem operasional, tujuan serta manfaat bank syariah secara keseluruhan. Dengan adanya hal ini, adanya dorongan dari mereka untuk beralih dari bank konvensional menuju bank syariah. Hal ini sesuai dengan yang diungkapkan oleh Salsabila yang menyatakan bahwa:

"Sebenarnya kalo soal minat itu perihal kebutuhan dari orang tua nah terus orang tua saya tidak bisa menggunakan rekening BRI ini jadi rekening ini di serahkan di saya, untuk minat ya itu sudah terlanjur menggunakan BRI sebelumnnya saya belum mengerti untuk menggunakan rekening BRI, cuman semakin lama menggunakan rekening BRI ini jadi terbiasa, terlebih lagi saya mengambil jurusan terkait tentang perbankan jadi itu lama2 bisa tau tentang rekening BRI, dari 1 sampai 100% itu saya berikan nilai 80% klo bisa di ganti ya besok ajalah".

Proses terbentuknya minat mahasiswa Sekolah Tinggi Ekonomi Islam Hamzar dalam menggunakan/bertransaksi di bank syariah terbentuk dari adanya serangkaian evaluasi dalam beberapa waktu sebelumnya. Hal ini sesuai dengan teori minat yang dicetuskan oleh Kotler, P, Bowen, J.T & Makens[12] yang menyatakan bahwa minta beli timbul setelah adanya proses evaluasi alternatif dan di dalam proses evaluasi, seseorang akan membuat suatu rangkaian pilihan mengenai produk yang hendak dibeli atas dasar merek maupun minat.

Pada dasarnya, seseorang tidak akan menggunakan suatu produk maupun jasa apabila tidak adanya suatu faktor yang melatarbelaknginya. Proses terciptanya minat tentunya melalui beberapa tahapan yang sistematis, sehingga adanya suatu Keputusan untuk menggunakan produk maupun jasa dalam hal ini adalah bank syariah. Menurut Lucas, D.B, dan Britt[13] dalam Natalia[14] mengatakan bahwa terdapat beberapa aspek yang terdapat dalam minat beli konsumen, yaitu sebagai berikut:

---

[11] Kotler, P, Bowen, J.T & Makens, J. (2014). Marketing for Hospitality and Tourism: Sixth Edition. Pearson Education Limited.

[12] Kotler, P, Bowen, J.T & Makens, J. (2014). Marketing for Hospitality and Tourism: Sixth Edition. Pearson Education Limited.

[13] Lucas, D.B, dan Britt, K. (2003). Advertising Psychologi and research. Mc. Graw Hills.

[14] Natalia. (2008). Perspektif Manajemen dan Prilaku Konsumen. Penerbit Andi.

1. Perhatian, adanya perhatian yang besar dari konsumen terhadap suatu produk (barang atau jasa).
2. Ketertarikan, setelah adanya perhatian maka akan timbul rasa tertarik pada konsumen.
3. Keinginan, berlanjut pada perasaan untuk ingin atau memiliki suatu produk tersebut.
4. Keyakinan, kemudian timbul keyakinan pada diri individu terhadap produk tersebut sehingga menimbulkan keputusan (proses akhir) untuk memperolehnya dengan tindakan yang disebut membeli.
5. Keputusan, konsumen akan memutuskan untuk melakukan suatu pembelian terhadap produk atau jasa yang ditawarkan.

Apabila dikaitkan teori Lucas dan Britt tersebut dengan proses terbentuknya minat mahasiswa STEI Hamzar Lombok Timur dalam menggunakan produk maupun jasa bank syariah, maka pada tahap pertama mereka akan menaruh perhatian yang besar terhadap produk maupun jasa tersebut. Tahap ini mulai berlangsung ketika adanya proses pengenalan produk dimana mereka mulai mengenal dan tahu tentang produk serta nilai-nilai yang menjadi pusat perhatian dalam produk maupun jasa yang ditawarkan tersebut. Tahap selanjutnya adalah adanya ketertarikan mahasiswa dengan produk tersebut setelah mengetahui nilai-nilai yang menjadi kelebihan produk. Setelah adanya ketertarikan, maka adanya perasaan untuk ingin atau memiliki produk maupun jasa tersebut. Selanjutnya, timbulah rasa yakin pada diri mahasiswa selaku konsumen terhadap produk tersebut sehingga menimbulkan keputusan (proses akhir) untuk memperolehnya dengan tindakan yang disebut membeli. Adapun pada tahap akhir, mahasiswa (konsumen) akan memutuskan untuk melakukan suatu pembelian terhadap produk atau jasa yang ditawarkan.

B. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kurangya Minat Nasabah STEI Hamzar dalam Berteransaksi di Bank Syari'ah

Dalam memilih serta menggunakan suatu produk maupun jasa yang ditawarkan oleh suatu instansi/lembaga dalam hal ini adalah bank baik bank syariah maupun bank konvensional, tentunya terdapat banyak faktor yang melatarbelakanginya. Dalam penelitian ini, akan difokuskan kepada faktor-faktor yang mempengaruhi kurangnya minat nasabah dalam bertransaksi di bank syariah dibandingkan bank konvensional. Hasil wawancara peneliti terhadap beberapa responden terpilih menunjukkan bahwa seluruh mahasiswa menggunakan rekening dari bank konvensional dalam hal ini adalah Bank Rakyat Indonesia (BRI). Hasil wawancara yang peneliti lakukan di lapangan dapat disimpulkan bahwa faktor-faktor yang menyebabkan kurangnya minat nasabah STEI Hamzar dalam bertransaksi di bank syariah dibandingkan dengan bank konvensional adalah sebagai berikut:

1. Faktor keluarga

Salah satu faktor utama dalam pemilihan produk dan instansi/lembaga keuangan adalah keluarga dalam hal ini adalah orang tua. Mengingat bahwa mahasiswa berada pada tahap usia dimana para orang tua belum memberikan kepercayaan

sepenuhnya terutama dalam hal pengelolaan keuangan khususnya mahasiswa yang menempuh perkuliahan di semester awal. Oleh karena itu, para orang tua memberikan mereka rekening yang sudah mereka gunakan sebelumnya bahkan menganjurkan mereka untuk membuka rekening di instansi/lembaga (bank) yang sebelumnya mereka gunakan.

Hal ini sesuai denga napa yang diungkapkan oleh Salsabila pada saat proses wawancara yang menyatakan bahwa:

"Sebenarnya kalo soal minat itu perihal kebutuhan dari orang tua nah terus orang tua saya tidak bisa menggunakan rekening BRI ini jadi rekening ini di serahkan di saya, untuk minat ya itu sudah terlanjur menggunakan BRI sebelumnnya saya belum mengerti untuk menggunakan rekening BRI, cuman semakin lama menggunakan rekening BRI ini jadi terbiasa, terlebih lagi saya mengambil jurusan terkait tentang perbankan jadi itu lama2 bisa tau tentang rekening BRI, dari 1 sampai 100% itu saya berikan nilai 80% klo bisa di ganti ya besok ajalah".

2. Faktor inovasi dan produk yang ditawarkan

Inovasi merupakan suatu hal yang sangat penting bagi kemajuan suatu lembaga khususnya bank. Salah satu faktor yang menyebabkan bank syariah kurang diminati oleh nasabah khususnya mahasiswa STEI Hamzar adalah kurangnya atau belum dimaksimalkannya inovasi produk maupun jasa yang disediakan. Hal tersebut tentunya disebabkan oleh beberapa hal seperti literasi keuangan syariah yang masih rendah di sebagian masyarakat, infrastruktur digital yang belum merata (terutama did aerah terpencil), biaya awal pengembangan teknologi baru yang tinggi, serta persaingan dari lembaga keuangan konvensional dan fintech yang memiliki modal yang besar. Dengan adanya hal tersebut, bank syariah tentunya harus meningkatkan inovasi mereka agar tidak kalah saing dengan bank konvensional yang sudah lahir dan berkembang jauh sebelum lahirnya bank syariah. Hal ini sesuai dengan yang diungkapkan oleh Izzati salah satu mahasiswa yang menjadi responden dalam penelitian ini, yang menyatakan bahwa:"Minat saya itu karena di bank konvensional atau BRI jasa produknya itu sangat luas seperti kredit, deposito dan investasi".

3. Literasi dan Pemahaman Masyarakat yang Masih Rendah

Hal ini diungkapkan oleh salah satu narasumber yaitu Ahdiyat Furqon yang menyatakan bahwa: "Terkait dengan minat, sebelumnya saya duduk di bangku kuliah terkait perbankan syariah ini saya tidak tahu informasi tentang BSI, dan sampai sekarang saya masih belum menggunakan BSI karena sudah terlanjur menggunakan rekening BRI ini".

Dari pernyataan di atas, dapat diketahui bahwa mahasiswa mengetahui tentang bank syariah pada saat mereka menempuh pendidikan di kampus, dimana sebelumnya mereka belum mengetahui informasi dikarenakan sudah terbiasa menggunakan produk yang berbasis konvensional.

4. Akses Bank Konvensional yang Tersebar Luas

STEI Hamzar terletak di Kecamatan Wanasaba tepatnya di Desa Mamben Daya, dimana di daerah tersebut banyak ditemukan agen bank konvensional khususnya

agen Bank Rakyat Indonesia (BRI). Selain itu, ATM yang tersebar secara merata juga menjadi penyebab bank konvensional lebih banyak diminati dikarenakan adanya kemudahan akses dalam setiap transaksi yang dibutuhkan nasabah. Apabila dibandingkan dengan bank syariah, di daerah Mamben Daya jarang ditemukan ATM untuk transaksi sehingga hal ini mewajibkan nasabah untuk berkunjung ke daerah atau kecamatan lain untuk mencari ATM bank syariah bahkan pergi melakukan transaksi di kantor cabang terdekat. Hal ini sesuai dengan apa yang diungkapkan oleh Siti Zuraedah yakni:

"Saya pakai bank BRI itu karena ada beberapa hal yaitu pertama di daerah saya itu sudah umum pakai rekening BRI jadi akses untuk transaksinya itu cepat gitu karena banyak mini bank BRI Link, dan yang kedua itu alasan saya membuat rekening BRI itu karena dulu saya bekerja dan di tempat kerja saya itu mengharuskan saya membuat rekening BRI".

5. Tuntutan Pekerjaan

Dari pernyataan tersebut, dapat diketahui pula bahwa selain akses bank konvensional yang terbilang meluas secara merata, namun faktor lain yang menyebabkan bank syariah kurang diminati dibandingkan bank konvensional yaitu adanya tuntutan dari instansi tempat masabah bekerja. Dimana beberapa instansi baik pemerintah maupun swasta telah melakukan kerjasama dengan menjadikan bank konvensional sebagai mitra mereka dalam proses transaksi keuangan yang dilakukan khususnya dalam hal penggajian karyawan. Dengan demikian, secara langsung hal ini menyebabkan para karyawan yang bekerja menggunakan bank konvensional karena adanya tuntutan tersebut.

Dari hasil observasi yang di lakukan oleh peneliti dapat diketahui bahwa kurangnya minat mahasiswa STEI Hamzar dalam bertransaksi menggunakan bank syari'ah, meskipun mahasiswa STEI Hamzar sudah tau tentang bank syari'ah sebagian besar bertransaksi menggunakan bank konvensional yakni bank BRI, di karenakan kurangnya yang menggunakan bank syari'ah sehingga mahasiswa atau nasabah lebih memilih bank konvensional agar lebih mudah dalam berteransaksi.

Minat masyarakat atau minat nasabah dapat dipengaruhi dengan beberapa faktor yakni faktor internal dan faktor eksternal. Faktor internal yang meliputi faktor pribadi dan faktor psikologi, dimana faktor tersebut dapat mendorong timbulnya minat akan sesuatu dari diri sendiri. Faktor eksternal yang meliputi faktor budaya dan faktor sosial dimana keinginan atau minat dapat berubah-ubah karena suatu lingkungan yang berpengaruh akan perannya minat

4. Penutup

Uraia Berdasarkan yang dilakukan oleh penulis, maka dapat ditarik suatu kesimpulan bahwa sebagian besar mahasiswa STEI Hamzar belum mempunyai maupun bertransaksi di bank syariah, dimana mereka hanya memiliki dan bertransaksi di bank konvensional yang sebagian besar di Bank Rakyat Indonesia (BRI). Walaupun demikian, dalam hal ini adanya keinginan serta rencana kedepan dalam diri mereka untuk membuka rekening dan melakukan transaksi di bank syariah dalam waktu dekat.

Terdapat faktor-faktor yang menyebabkan kurangnya minat nasabah STEI Hamzar dalam bertransaksi di bank syariah dibandingkan dengan bank konvensional adalah faktor keluarga, faktor inovasi dan produk yang ditawarkan, literasi dan pemahaman masyarakat yang masih rendah, akses bank konvensional yang tersebar luas serta adanya tuntutan pekerjaan yang mewajibkan mereka untuk menggunakan rekening dari bank konvensional. n kesimpulan dan saran tulisan. Ditulis dengan singkat, padat, dan deskriptif.

Referensi

Ananda Novia Eka, A. D. K. W., Kusuma, V. N. V., Nuraziza, V., & Arnelyta, V. P. (2022). Faktor-faktor yang Menyebabkan Masyarakat Desa Cenderung Memilih Bank Konvensional Dibandingkan Bank Syariah. Prosiding National Seminar on Accounting, Finance, and Economics (NSAFE), 2(7), 113–122.

Basri, H. (2014). Using qualitative research in accounting and management studies: not a new agenda. Journal of US-China Public Administration, 11(10), 831–838.

Durianto, D. (2013). Strategi Menaklukan Pasar Melalui Riset Ekuitas dan Perilaku Merek. PT. Gramedia Pustaka Utama.

H.Bachtiar Simatupang. (2019). Peranan Perbankan dalam Meningkatkan Perekonomian Indonesia. Jurnal Riset Akuntansi Multiparadigma (JRAM), 6(2), 136–146.

Kotler, P, Bowen, J.T & Makens, J. (2014). Marketing for Hospitality and Tourism: Sixth Edition. Pearson Education Limited.

Lexy J. Moleong. (2006). Metodologi Penelitian Kualitatif". PT. Remaja rosdakaria.

Lucas, D.B, dan Britt, K. (2003). Advertising Psychologi and research. Mc. Graw Hills.

Mohamed, Z. M., Abdul Majid, A. H., & Ahmad, N. (2010). Tapping new posibility in accounting research, in qualitative research in accounting, Malaysian case. Universitas Kebangsaan Malaysia.

Natalia. (2008). Perspektif Manajemen dan Prilaku Konsumen. Penerbit Andi.

Nur'aini, U. (2022). Perbankan Syariah: Sebuah Pilar dalam Ekonomi Syariah. SCHOLASTICA: Jurnal Pendidikan Dan Kebudayaan, 4(2), 174–183.

Purbohastuti, A. wahyuni, & Hidayah, A. A. (2020). Meningkatkan Minat Beli Produk Shopee Melalui Celebrity Endorser. Jurnal Bisnis Terapan, 4(1), 37–46.

Ratna Balqis Nasution. (2017). Faktor-Faktoryang Mempengaruhi Minat Masyarakat Yang Berbasis Dengan Sistem Multi Level Marketing. Jurnal Keuangan & Bisnis, 3(2).

Sugiyono. (2011). Metode Penelitian Kualitatif. Alfabeta.