

OPTIMALISASI PERILAKU NASABAH DALAM MEMILIH JASA PERBANKAN SYARIAH (STUDI KASUS DI DESA KOTABARU SEBERIDA KECAMATAN KERITANG KABUPATEN INDRAGIRI HILIR)

Muhammad Nur Amin¹, Junaidi², Siti Aisyah³

^{1,2,3}Universitas Islam Indragiri

Email: muhammadnuramin165@gmail.com

Abstrak

Perbankan syariah merupakan lembaga keuangan yang menjalankan kegiatan operasional berdasarkan prinsip-prinsip syariah Islam dengan menghindari praktik riba, gharar, dan maysir. Meskipun perkembangan perbankan syariah di Indonesia terus mengalami peningkatan, minat masyarakat untuk menggunakan jasa perbankan syariah masih dipengaruhi oleh berbagai faktor, seperti religiusitas, pengetahuan, kualitas pelayanan, kemudahan akses, serta promosi yang dilakukan oleh pihak bank. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor yang memengaruhi optimalisasi perilaku nasabah dalam memilih jasa perbankan syariah di Desa Kotabaru Seberida, Kecamatan Keritang, Kabupaten Indragiri Hilir. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif deskriptif dengan teknik pengumpulan data berupa penyebaran kuesioner kepada 99 responden dan diperkuat melalui wawancara dengan pegawai BRK Syariah serta tokoh masyarakat. Analisis data dilakukan secara deskriptif melalui penyajian persentase jawaban responden terhadap setiap indikator penelitian. Hasil penelitian menunjukkan bahwa religiusitas merupakan faktor dominan yang memengaruhi keputusan masyarakat dalam memilih BRK Syariah. Sebagian besar responden menyatakan bahwa menghindari riba dan menjalankan prinsip syariah menjadi alasan penting dalam memilih bank syariah. Namun demikian, tingkat literasi masyarakat mengenai prinsip, akad, dan perbedaan antara bank syariah dengan bank konvensional masih tergolong rendah. Selain itu, masyarakat menilai bahwa sosialisasi, promosi, peningkatan layanan digital, kemudahan akses ATM, serta penambahan agen atau loket pelayanan masih perlu ditingkatkan agar minat masyarakat terhadap BRK Syariah semakin meningkat. Hasil wawancara juga menunjukkan bahwa kualitas pelayanan, produk yang kompetitif, serta edukasi berkelanjutan menjadi strategi utama dalam meningkatkan jumlah nasabah BRK Syariah.

Kata Kunci: Perilaku Nasabah, Perbankan Syariah, Religiusitas, Literasi Keuangan Syariah, BRK Syariah.

Abstract

*Sharia banking institutions conduct their operations based on Islamic Sharia principles, avoiding practices such as *riba* (usury), *gharar* (uncertainty/ambiguity), and *maysir* (gambling). Although Sharia banking in Indonesia continues to grow, public interest in using these services is influenced by various factors, including religiosity, knowledge, service quality, ease of access, and promotional activities undertaken by the banks. This study aims to analyze the factors influencing customer behavior regarding the choice of Sharia banking services in*

*Kotabaru Seberida Village, Keritang District, Indragiri Hilir Regency. A descriptive quantitative approach was employed, utilizing data collected through questionnaires distributed to 99 respondents, supplemented by interviews with BRK Syariah employees and community leaders. Data analysis was conducted descriptively by presenting the percentage of respondent answers for each research indicator. The results indicate that religiosity is the dominant factor influencing the community's decision to choose BRK Syariah. The majority of respondents cited avoiding *riba* and adhering to Sharia principles as key reasons for selecting a Sharia bank. However, the community's level of literacy regarding Sharia principles, contracts (*akad*), and the differences between Sharia and conventional banks remains low. Furthermore, the community believes that public outreach, promotion, digital service enhancements, ATM accessibility, and the addition of service agents or counters need to be improved to further boost interest in BRK Syariah. Interview findings also highlight service quality, competitive products, and continuous education as primary strategies for increasing the number of BRK Syariah customers.*

Keywords: *Customer Behavior, Sharia Banking, Religiosity, Sharia Financial Literacy, BRK Syariah.*

PENDAHULUAN

Perkembangan industri perbankan syariah di Indonesia menunjukkan kemajuan yang cukup pesat dalam beberapa tahun terakhir. Kehadiran perbankan syariah menjadi salah satu alternatif bagi masyarakat yang menginginkan layanan keuangan sesuai dengan prinsip-prinsip syariat Islam. Sistem operasional perbankan syariah yang mengedepankan keadilan, transparansi, bagi hasil, serta menghindari unsur riba menjadi karakteristik utama yang membedakannya dengan perbankan konvensional.

Meskipun demikian, peningkatan jumlah lembaga perbankan syariah belum sepenuhnya diikuti oleh peningkatan jumlah nasabah secara optimal. Berbagai faktor masih memengaruhi keputusan masyarakat

dalam memilih jasa perbankan syariah, antara lain tingkat religiusitas, pengetahuan mengenai produk dan akad syariah, kualitas pelayanan, kemudahan akses layanan, perkembangan teknologi digital, pengaruh lingkungan sosial, hingga efektivitas promosi yang dilakukan oleh pihak bank.

Desa Kotabaru Seberida, Kecamatan Keritang, Kabupaten Indragiri Hilir merupakan salah satu wilayah yang masyarakatnya memiliki latar belakang ekonomi dan pekerjaan yang beragam. Kondisi tersebut menyebabkan perilaku masyarakat dalam memilih lembaga keuangan juga berbeda-beda. Sebagian masyarakat telah menggunakan layanan BRK Syariah, sedangkan sebagian lainnya masih memilih bank konvensional karena

faktor kebiasaan, kemudahan akses, maupun kurangnya pemahaman mengenai sistem perbankan syariah. Hasil penelitian menunjukkan bahwa hanya sebagian responden yang telah menjadi nasabah BRK Syariah, sedangkan sebagian besar lainnya belum menggunakan layanan tersebut.

Pengetahuan masyarakat mengenai perbankan syariah juga masih relatif terbatas. Sebagian besar responden mengaku kurang memahami prinsip-prinsip perbankan syariah, akad-akad yang digunakan, maupun perbedaan mendasar antara bank syariah dan bank konvensional. Kondisi ini menunjukkan bahwa literasi keuangan syariah masih menjadi tantangan dalam meningkatkan jumlah nasabah.

Selain faktor pengetahuan, hasil penelitian menunjukkan bahwa aspek religiusitas memiliki pengaruh yang cukup besar terhadap keputusan masyarakat. Mayoritas responden menyatakan bahwa menghindari transaksi yang mengandung riba merupakan hal yang penting, dan keyakinan agama menjadi salah satu alasan utama dalam memilih BRK Syariah. Di sisi lain, masyarakat juga mengharapkan peningkatan kualitas pelayanan, perluasan akses layanan, promosi yang lebih intensif, serta edukasi keuangan syariah yang dilakukan secara berkelanjutan.

Wawancara dengan pegawai BRK Syariah memperkuat hasil tersebut. Menurut informan, faktor keagamaan, kualitas pelayanan, dan produk yang kompetitif merupakan faktor utama yang memengaruhi masyarakat memilih BRK Syariah. Selain itu, pengembangan layanan digital, program promosi, serta peningkatan edukasi kepada masyarakat dinilai penting untuk meningkatkan loyalitas dan jumlah nasabah.

Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor yang memengaruhi optimalisasi perilaku nasabah dalam memilih jasa perbankan syariah di Desa Kotabaru Seberida serta merumuskan strategi yang dapat dilakukan untuk meningkatkan minat masyarakat menggunakan layanan BRK Syariah.

TINJAUAN PUSTAKA

1. Perbankan Syariah

Perbankan syariah merupakan lembaga keuangan yang menjalankan seluruh kegiatan operasional berdasarkan prinsip-prinsip syariah Islam sebagaimana diatur dalam Al-Qur'an dan Hadis. Sistem operasional bank syariah tidak menggunakan sistem bunga (interest), melainkan menerapkan prinsip bagi hasil, jual beli, sewa, maupun akad-akad syariah lainnya yang sesuai dengan ketentuan syariat. Kehadiran perbankan syariah

bertujuan untuk memberikan alternatif layanan keuangan yang adil, transparan, dan bebas dari unsur riba, gharar, serta maysir.

Bank syariah tidak hanya berorientasi pada keuntungan, tetapi juga mengedepankan nilai keadilan, kemaslahatan, dan tanggung jawab sosial. Oleh karena itu, setiap produk dan layanan yang ditawarkan harus memperoleh pengawasan dari Dewan Pengawas Syariah (DPS) agar tetap sesuai dengan prinsip-prinsip syariah. Berdasarkan hasil wawancara dengan pegawai BRK Syariah, salah satu alasan masyarakat memilih BRK Syariah adalah karena operasionalnya menggunakan prinsip syariah dan diawasi oleh Dewan Pengawas Syariah.

2. Perilaku Nasabah

Perilaku nasabah merupakan seluruh aktivitas, sikap, persepsi, dan proses pengambilan keputusan seseorang dalam memilih, menggunakan, serta mengevaluasi suatu produk atau jasa perbankan. Dalam konteks perbankan syariah, perilaku nasabah dipengaruhi oleh berbagai faktor internal maupun eksternal yang akhirnya menentukan keputusan seseorang untuk menjadi nasabah.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa perilaku masyarakat dalam memilih BRK Syariah dipengaruhi oleh beberapa faktor utama, yaitu faktor demografi, religiusitas, pengetahuan dan literasi keuangan syariah,

kemudahan akses, teknologi, lingkungan sosial, promosi, serta kualitas pelayanan. Faktor-faktor tersebut membentuk persepsi masyarakat sebelum mengambil keputusan menggunakan jasa perbankan syariah.

3. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Nasabah

a. Faktor Religiusitas

Religiusitas merupakan tingkat keyakinan dan pengamalan seseorang terhadap ajaran agama. Dalam penelitian ini, religiusitas menjadi salah satu faktor yang paling dominan memengaruhi perilaku masyarakat dalam memilih jasa perbankan syariah.

Mayoritas responden menyatakan bahwa menghindari transaksi yang mengandung riba merupakan hal yang penting dalam kehidupan sehari-hari. Selain itu, sebagian besar responden menganggap keyakinan agama menjadi salah satu alasan utama dalam memilih BRK Syariah.

b. Faktor Pengetahuan dan Literasi Keuangan Syariah

Pengetahuan merupakan kemampuan seseorang dalam memahami informasi mengenai produk, sistem, maupun prinsip-prinsip perbankan syariah. Tingkat literasi yang

baik akan meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap bank syariah.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa sebagian besar masyarakat masih kurang memahami prinsip-prinsip perbankan syariah, akad-akad syariah, maupun perbedaan antara bank syariah dan bank konvensional. Kondisi tersebut menjadi salah satu penyebab rendahnya minat masyarakat menggunakan layanan perbankan syariah.

c. Faktor Kemudahan Akses dan Teknologi

Kemudahan akses menjadi salah satu faktor penting dalam meningkatkan minat masyarakat menggunakan jasa perbankan syariah. Kemudahan tersebut meliputi jarak kantor bank, ketersediaan ATM, layanan mobile banking, QRIS, hingga kemudahan memperoleh layanan transaksi.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa sebagian besar responden menganggap layanan digital BRK Syariah telah membantu aktivitas transaksi, namun masyarakat masih mengharapkan peningkatan jumlah ATM, pengembangan layanan digital, dan penambahan agen pelayanan di

desa-desa.

d. Faktor Promosi dan Sosialisasi

Promosi merupakan sarana komunikasi antara bank dengan masyarakat untuk memperkenalkan produk serta layanan yang dimiliki. Promosi yang efektif mampu meningkatkan pengetahuan sekaligus kepercayaan masyarakat terhadap perbankan syariah.

Penelitian menunjukkan bahwa sebagian besar responden menilai kegiatan sosialisasi dan promosi BRK Syariah masih perlu ditingkatkan. Responden lebih mengharapkan sosialisasi secara langsung ke desa maupun dusun serta pemanfaatan media sosial sebagai media promosi yang lebih efektif.

e. Faktor Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan merupakan kemampuan bank dalam memberikan layanan yang cepat, tepat, ramah, dan sesuai dengan kebutuhan nasabah. Pelayanan yang baik akan meningkatkan kepuasan serta loyalitas nasabah.

Berdasarkan hasil wawancara, pihak BRK Syariah menerapkan pelayanan sesuai standar operasional

perusahaan dan prinsip-prinsip syariah. Informan juga menjelaskan bahwa kualitas pelayanan menjadi salah satu faktor utama yang memengaruhi keputusan masyarakat dalam memilih BRK Syariah.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif deskriptif. Pendekatan ini dipilih karena bertujuan untuk menggambarkan faktor-faktor yang memengaruhi perilaku masyarakat dalam memilih jasa perbankan syariah berdasarkan data yang diperoleh melalui penyebaran kuesioner dan wawancara.

Penelitian dilaksanakan di Desa Kotabaru Seberida, Kecamatan Keritang, Kabupaten Indragiri Hilir, dengan objek penelitian berupa perilaku masyarakat dalam memilih jasa BRK Syariah.

Populasi penelitian adalah masyarakat Desa Kotabaru Seberida yang memenuhi kriteria sebagai calon maupun pengguna jasa perbankan. Sampel penelitian berjumlah 99 responden, yang dipilih sesuai dengan teknik sampling yang digunakan dalam skripsi. Selain penyebaran kuesioner kepada responden, peneliti juga melakukan wawancara kepada dua orang informan, yaitu seorang pegawai BRK Syariah dan seorang guru, untuk memperkuat hasil penelitian

kuantitatif.

Teknik pengumpulan data dilakukan melalui tiga tahapan, yaitu observasi, penyebaran kuesioner, dan wawancara. Kuesioner disusun berdasarkan indikator-indikator yang berkaitan dengan faktor demografi, religiusitas, pengetahuan dan literasi, kemudahan akses, teknologi, lingkungan sosial, promosi, serta perilaku nasabah dalam memilih jasa perbankan syariah. Wawancara dilakukan menggunakan pedoman wawancara yang disusun berdasarkan rumusan masalah penelitian sehingga mampu memberikan informasi yang lebih mendalam mengenai perilaku masyarakat dalam memilih BRK Syariah.

Data yang diperoleh dianalisis menggunakan analisis deskriptif dengan menyajikan hasil dalam bentuk tabel, diagram, dan persentase jawaban responden. Selanjutnya, hasil kuesioner dibandingkan dan diperkuat dengan hasil wawancara untuk memperoleh gambaran yang lebih komprehensif mengenai faktor-faktor yang memengaruhi optimalisasi perilaku nasabah dalam memilih jasa perbankan syariah.

Keabsahan data dilakukan melalui triangulasi teknik, yaitu membandingkan hasil observasi, kuesioner, dan wawancara sehingga data yang diperoleh memiliki tingkat validitas dan kredibilitas yang lebih baik. Dengan demikian, hasil penelitian

diharapkan mampu memberikan gambaran yang objektif mengenai perilaku masyarakat dalam memilih jasa perbankan syariah di Desa Kotabaru Seberida.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis optimalisasi perilaku nasabah dalam memilih jasa perbankan syariah di Desa Kotabaru Seberida, Kecamatan Keritang, Kabupaten Indragiri Hilir. Data penelitian diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada 99 responden serta diperkuat dengan wawancara terhadap pegawai BRK Syariah dan seorang guru sebagai informan pendukung. Hasil penelitian menunjukkan bahwa keputusan masyarakat dalam memilih jasa perbankan syariah dipengaruhi oleh beberapa faktor, yaitu faktor demografi, religiusitas, pengetahuan dan literasi, kemudahan akses dan teknologi, lingkungan sosial, promosi, serta perilaku pengambilan keputusan.

1. Faktor Demografi

Karakteristik responden menunjukkan bahwa mayoritas responden berjenis kelamin laki-laki sebanyak 58 orang (58,8%), sedangkan perempuan sebanyak 41 orang (41,2%). Berdasarkan pekerjaan, responden didominasi oleh petani sebanyak 35 orang (35,4%), diikuti karyawan 15 orang (15,2%),

ibu rumah tangga 14 orang (14,1%), buruh tani 8 orang (8,1%), peternak 7 orang (7,1%), serta pekerjaan lainnya. Data tersebut menunjukkan bahwa sebagian besar responden berasal dari kelompok masyarakat yang bekerja pada sektor pertanian, sehingga kebutuhan terhadap layanan keuangan dipengaruhi oleh aktivitas ekonomi masyarakat pedesaan.

Selain itu, hanya 38 responden (38,4%) yang telah menjadi nasabah BRK Syariah, sedangkan 61 responden (61,6%) belum menjadi nasabah. Kondisi ini menunjukkan bahwa tingkat penggunaan jasa perbankan syariah di Desa Kotabaru Seberida masih relatif rendah dan masih terdapat peluang yang besar untuk meningkatkan jumlah nasabah.

2. Faktor Religiusitas

Religiusitas menjadi salah satu faktor utama yang memengaruhi keputusan masyarakat dalam memilih jasa perbankan syariah. Sebanyak 55,6% responden menyatakan bahwa menghindari transaksi yang mengandung riba merupakan hal yang penting dalam kehidupan sehari-hari, sedangkan 33,3% menyatakan sangat penting. Selain itu, sebanyak 41,4% responden menyatakan bahwa keyakinan agama menjadi salah satu alasan memilih

BRK Syariah dan 21,2% menyatakan bahwa faktor tersebut merupakan alasan utama.

Sebagian besar responden juga mengaku merasa lebih tenang secara spiritual ketika menggunakan layanan perbankan syariah dibandingkan bank konvensional. Hal ini menunjukkan bahwa nilai-nilai agama memiliki pengaruh yang cukup besar terhadap perilaku masyarakat dalam menentukan pilihan lembaga keuangan.

Temuan tersebut diperkuat oleh hasil wawancara dengan pegawai BRK Syariah yang menyatakan bahwa alasan utama masyarakat memilih BRK Syariah adalah karena sistem operasionalnya menggunakan prinsip syariah sehingga masyarakat merasa terhindar dari praktik riba.

3. Faktor Pengetahuan dan Literasi Perbankan Syariah

Hasil penelitian menunjukkan bahwa tingkat pengetahuan masyarakat mengenai perbankan syariah masih tergolong rendah. Sebanyak 54% responden menyatakan kurang memahami prinsip-prinsip perbankan syariah, sedangkan hanya 39% yang menyatakan paham. Selain itu, 48% responden tidak mengetahui perbedaan antara bank syariah dengan bank konvensional, dan 48% responden juga mengaku belum memahami akad-akad

syariah seperti mudharabah, murabahah, maupun wadiah.

Temuan tersebut menunjukkan bahwa literasi keuangan syariah masih menjadi tantangan utama dalam meningkatkan minat masyarakat menggunakan jasa perbankan syariah. Rendahnya pemahaman masyarakat menyebabkan sebagian responden masih menganggap layanan bank syariah tidak jauh berbeda dengan bank konvensional.

Pegawai BRK Syariah juga menjelaskan bahwa sebagian besar masyarakat masih terbiasa menggunakan bank konvensional sehingga belum mampu membedakan karakteristik kedua sistem perbankan tersebut. Oleh karena itu, edukasi mengenai prinsip-prinsip syariah masih perlu ditingkatkan secara berkelanjutan.

4. Faktor Kemudahan Akses dan Teknologi

Kemudahan akses menjadi salah satu faktor yang memengaruhi keputusan masyarakat dalam menggunakan jasa BRK Syariah. Sebanyak 47% responden menyatakan lokasi kantor BRK Syariah berada pada jarak yang relatif dekat (1–3 km), sedangkan 45% responden menyatakan lokasi bank masih tergolong jauh. Mengenai layanan ATM, 46,9% responden menyatakan cukup mudah diakses, namun masih terdapat

27,6% responden yang tidak menggunakan layanan ATM BRK Syariah.

Pada aspek layanan digital, sebanyak 55,6% responden menyatakan bahwa layanan digital seperti QRIS dan mobile banking telah membantu aktivitas transaksi mereka. Namun demikian, masih terdapat sebagian responden yang belum menggunakan layanan digital atau menganggap fasilitas tersebut belum optimal.

Hasil wawancara juga menunjukkan bahwa peningkatan layanan digital merupakan salah satu strategi yang harus terus dikembangkan agar mampu mengikuti perkembangan teknologi dan memenuhi kebutuhan masyarakat.

5. Faktor Sosial

Faktor sosial dalam penelitian ini meliputi pengaruh keluarga, teman, lingkungan masyarakat, serta tokoh agama. Sebagian besar responden menyatakan bahwa anggota keluarga mereka bukan merupakan nasabah BRK Syariah, sehingga pengaruh keluarga terhadap keputusan memilih bank syariah masih relatif rendah. Selain itu, lebih dari separuh responden hanya pernah sekali atau dua kali memperoleh rekomendasi dari teman atau tetangga mengenai BRK Syariah.

Peran tokoh agama juga belum sepenuhnya optimal. Sebanyak 44,4%

responden menyatakan bahwa tokoh agama hanya pernah menyinggung penggunaan bank syariah, sedangkan jumlah yang sama menyatakan belum pernah mendapatkan anjuran secara langsung. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa dukungan lingkungan sosial terhadap pengembangan perbankan syariah masih perlu diperkuat.

6. Faktor Promosi dan Sosialisasi

Promosi menjadi faktor yang sangat penting dalam meningkatkan jumlah nasabah BRK Syariah. Sebagian besar responden menyatakan bahwa mereka jarang melihat promosi BRK Syariah melalui media massa maupun media sosial. Bahkan lebih dari separuh responden mengaku belum pernah mengikuti kegiatan sosialisasi yang dilakukan langsung oleh pihak BRK Syariah.

Ketika ditanya mengenai media promosi yang diharapkan, mayoritas responden memilih sosialisasi langsung ke desa atau dusun (52,5%), disusul penggunaan media sosial seperti WhatsApp dan Facebook (37,4%). Temuan ini menunjukkan bahwa masyarakat masih membutuhkan pendekatan promosi yang lebih dekat dengan kehidupan sehari-hari.

Pembahasan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa optimalisasi perilaku masyarakat dalam

memilih jasa perbankan syariah tidak hanya dipengaruhi oleh faktor religiusitas, tetapi juga dipengaruhi oleh pengetahuan masyarakat, kualitas pelayanan, kemudahan akses layanan, perkembangan teknologi digital, serta efektivitas promosi yang dilakukan oleh pihak bank.

Faktor religiusitas terbukti menjadi faktor yang paling dominan. Mayoritas responden memilih BRK Syariah karena ingin menjalankan prinsip-prinsip syariah dan menghindari praktik riba. Temuan ini diperkuat oleh hasil wawancara yang menyatakan bahwa alasan utama masyarakat menggunakan BRK Syariah adalah kesesuaian operasional bank dengan prinsip syariah.

Di sisi lain, rendahnya tingkat literasi keuangan syariah menjadi kendala utama dalam meningkatkan jumlah nasabah. Banyak masyarakat yang belum memahami akad, produk, maupun perbedaan mendasar antara bank syariah dan bank konvensional. Oleh karena itu, kegiatan edukasi perlu dilakukan secara berkelanjutan melalui sosialisasi langsung, kerja sama dengan tokoh masyarakat, lembaga pendidikan, dan kegiatan keagamaan.

Aspek pelayanan dan teknologi juga berperan penting dalam membentuk kepuasan masyarakat. Responden mengharapkan peningkatan kualitas layanan

digital, kemudahan akses ATM, serta penambahan agen atau loket pelayanan di desa-desa. Pengembangan layanan digital dinilai mampu meningkatkan kemudahan transaksi sekaligus memperluas jangkauan pelayanan BRK Syariah.

Selain itu, hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi promosi BRK Syariah masih perlu ditingkatkan. Masyarakat lebih menginginkan sosialisasi secara langsung dibandingkan promosi melalui media konvensional. Pemanfaatan media sosial seperti WhatsApp dan Facebook juga dinilai efektif untuk memperluas penyebaran informasi mengenai produk dan layanan perbankan syariah. Dengan demikian, strategi promosi yang memadukan pendekatan langsung dan media digital diharapkan mampu meningkatkan minat masyarakat menjadi nasabah BRK Syariah.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian mengenai Optimalisasi Perilaku Nasabah dalam Memilih Jasa Perbankan Syariah (Studi Kasus di Desa Kotabaru Seberida Kecamatan Keritang Kabupaten Indragiri Hilir), dapat disimpulkan bahwa perilaku masyarakat dalam memilih jasa BRK Syariah dipengaruhi oleh beberapa faktor utama, yaitu faktor demografi, religiusitas,

pengetahuan dan literasi keuangan syariah, kemudahan akses dan teknologi, faktor sosial, promosi, serta kualitas pelayanan. Dari seluruh faktor tersebut, religiusitas menjadi faktor yang paling dominan, karena sebagian besar masyarakat memilih BRK Syariah dengan tujuan menghindari praktik riba dan menjalankan transaksi sesuai prinsip syariah.

Meskipun demikian, penelitian juga menunjukkan bahwa tingkat literasi masyarakat mengenai perbankan syariah masih relatif rendah. Sebagian besar responden belum memahami secara menyeluruh mengenai prinsip operasional bank syariah, akad-akad syariah, maupun perbedaan antara bank syariah dan bank konvensional. Kondisi tersebut menjadi salah satu penyebab masih rendahnya jumlah masyarakat yang menggunakan jasa BRK Syariah.

Pada aspek pelayanan, responden menilai bahwa BRK Syariah telah memberikan pelayanan yang cukup baik. Namun demikian, masyarakat masih mengharapkan peningkatan fasilitas layanan digital, kemudahan akses ATM, penambahan agen atau loket pelayanan di desa, serta pengembangan layanan berbasis teknologi agar transaksi menjadi lebih mudah dan efisien.

Penelitian juga menemukan bahwa promosi dan sosialisasi yang dilakukan BRK Syariah masih belum optimal. Mayoritas responden menginginkan adanya sosialisasi yang lebih intensif melalui kunjungan langsung ke desa atau dusun, pemanfaatan media sosial, serta edukasi keuangan syariah secara rutin melalui kegiatan masyarakat maupun keagamaan. Strategi tersebut dinilai mampu meningkatkan pengetahuan masyarakat sekaligus memperkuat kepercayaan terhadap perbankan syariah.

Berdasarkan hasil wawancara dengan pegawai BRK Syariah, strategi yang perlu dilakukan untuk mengoptimalkan perilaku masyarakat dalam memilih jasa perbankan syariah meliputi peningkatan kualitas pelayanan, penguatan edukasi mengenai prinsip-prinsip syariah, pengembangan layanan digital, penyelenggaraan program promosi secara berkelanjutan, serta penyediaan produk yang sesuai dengan kebutuhan masyarakat. Apabila strategi tersebut dilaksanakan secara konsisten, maka minat masyarakat untuk menjadi nasabah BRK Syariah diperkirakan akan meningkat.

Saran

Berdasarkan hasil penelitian, beberapa saran yang dapat diberikan adalah sebagai berikut.

1. Bagi BRK Syariah

BRK Syariah diharapkan meningkatkan kegiatan sosialisasi dan edukasi kepada masyarakat mengenai konsep, produk, dan akad-akad dalam perbankan syariah. Sosialisasi dapat dilakukan secara berkala melalui kerja sama dengan pemerintah desa, masjid, sekolah, maupun kelompok masyarakat sehingga informasi mengenai perbankan syariah dapat menjangkau seluruh lapisan masyarakat. Selain itu, BRK Syariah perlu meningkatkan kualitas layanan digital, memperbanyak fasilitas ATM, serta menambah agen atau loket pelayanan agar akses masyarakat terhadap layanan perbankan menjadi lebih mudah.

2. Bagi Masyarakat

Masyarakat diharapkan lebih aktif mencari informasi mengenai sistem operasional perbankan syariah sehingga memiliki pemahaman yang lebih baik mengenai prinsip-prinsip syariah, akad-akad transaksi, serta manfaat menggunakan jasa perbankan syariah. Dengan meningkatnya literasi keuangan syariah, masyarakat diharapkan mampu mengambil keputusan yang lebih tepat sesuai dengan kebutuhan dan nilai-nilai syariat Islam.

3. Bagi Pemerintah Daerah

Pemerintah daerah diharapkan mendukung peningkatan literasi keuangan syariah melalui berbagai program edukasi, pelatihan, dan kerja sama dengan lembaga keuangan syariah. Dukungan tersebut diharapkan dapat mempercepat peningkatan inklusi keuangan syariah di Kabupaten Indragiri Hilir.

4. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini masih terbatas pada satu desa dan menggunakan analisis deskriptif. Peneliti selanjutnya diharapkan dapat memperluas lokasi penelitian, menambah jumlah responden, serta menggunakan metode analisis statistik inferensial agar hubungan antarvariabel dapat dianalisis secara lebih mendalam.

DAFTAR PUSTAKA

- Antonio, M. S. (2019). *Bank Syariah: Dari Teori ke Praktik*. Jakarta: Gema Insani.
- Ascarya. (2017). *Akad dan Produk Bank Syariah*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Karim, A. A. (2018). *Bank Islam: Analisis Fiqih dan Keuangan*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson Education.

Otoritas Jasa Keuangan. (2024). *Laporan Perkembangan Keuangan Syariah Indonesia*.

Sugiyono. (2023). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Sujarweni, V. W. (2022). *Metodologi Penelitian Bisnis dan Ekonomi*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.

Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah.