

## **Pengaruh Reputasi Bank dan Kepatuhan Syariah terhadap Minat Masyarakat Menggunakan Produk Pembiayaan Syariah di Bank Sumut KCP Stabat**

<sup>1</sup> Bella Kinanti,<sup>2</sup> Anjur Perkasa Alam,<sup>3</sup> Khafiza Ananda Idris, <sup>4</sup> Nisya Amalia Putri,  
<sup>5</sup>Yulia Rara Bramudita

<sup>1,2,3,4,5</sup> Institut Jam'iyah Mahmudiyah Langkat, Jl Syekh. M. Yusuf, No. 24

<sup>1</sup>[bellakinanti1727@gmail.com](mailto:bellakinanti1727@gmail.com), <sup>2</sup>[anjurpohan@gmail.com](mailto:anjurpohan@gmail.com),

<sup>3</sup>[khafizaidris9@gmail.com](mailto:khafizaidris9@gmail.com), <sup>4</sup>[nisyaamaliaputri60@gmail.com](mailto:nisyaamaliaputri60@gmail.com), <sup>5</sup>[yllrbditaa@gmail.com](mailto:yllrbditaa@gmail.com)

---

**Keywords:**

Bank Reputation, Sharia  
Compliance, Public Interest

---

**ABSTRACT**

The purpose of this study is to determine how bank reputation and sharia compliance affect people's willingness to use sharia financing products. The approach used in this study is quantitative descriptive. Data were collected by distributing questionnaires to 100 respondents selected using probability sampling techniques. Multiple linear regression analysis was performed on the collected data. The results of the analysis indicate that the two independent variables, sharia compliance and bank reputation, have a significant and positive impact on public interest. The coefficient of determination (Adjusted R2) shows that these two variables can explain 62.2% of the variation in public interest. Other factors outside the research model influence the remainder. With regression coefficients of 0.376 for bank reputation and 0.412 for sharia compliance, each with a significance value below 0.05, it can be concluded that the higher the reputation and compliance of banks with sharia principles, the greater the public's interest in using sharia financing. This study shows that trust and honesty are very important for fostering public interest in sharia banking at the local level.

---

**Kata Kunci:**

Reputasi Bank, Kepatuhan  
Syariah, Minat Masyarakat

---

**ABSTRAK**

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana reputasi bank dan kepatuhan syariah berdampak pada keinginan masyarakat untuk menggunakan produk pembiayaan syariah. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini ialah deskriptif kuantitatif. Data dikumpulkan dengan menyebarkan kuesioner kepada 100 responden yang dipilih menggunakan teknik probabilitas sampling. Analisis regresi linier berganda dilakukan pada data yang dikumpulkan. Hasil analisis menunjukkan bahwa dua variabel independen, kepatuhan syariah dan reputasi bank, memiliki dampak yang signifikan dan menguntungkan terhadap minat masyarakat. Koefisien determinasi (Adjusted R2) menunjukkan bahwa kedua variabel tersebut dapat menjelaskan 62,2% variasi minat masyarakat. Faktor lain di luar model penelitian mempengaruhi sisa. Dengan koefisien regresi 0,376 untuk reputasi bank dan 0,412 untuk kepatuhan syariah, masing-masing dengan nilai signifikansi di bawah 0,05, dapat disimpulkan bahwa semakin tinggi reputasi dan kepatuhan bank terhadap prinsip syariah, semakin besar minat masyarakat untuk menggunakan pembiayaan syariah. Studi ini menunjukkan bahwa kepercayaan dan kejujuran sangat penting untuk menumbuhkan minat masyarakat terhadap perbankan syariah di tingkat lokal.

### PENDAHULUAN

Dalam waktu belakangan ini, lembaga keuangan di Indonesia, baik bank konvensional maupun syariah, telah mengalami pertumbuhan yang sangat pesat. Sistem keuangan yaitu keuangan syariah mulai dikenal dan diterima oleh masyarakat Indonesia sejak Bank Muamalat Indonesia hadir sebagai pelopor perbankan syariah pada tahun 1992. Ini terutama diterima oleh umat muslim yang ingin bertransaksi sesuai dengan prinsip agama islam (Antonio, 2020). Bank syariah menghadapi banyak masalah karena harus bersaing dengan bank konvensional yang lebih dahulu mapan. Bank syariah terus memainkan peran penting dalam menghadapi persaingan ini dengan menyediakan layanan keuangan yang bebas dari riba dan transaksi yang tidak jelas serta mendorong ekonomi yang adil (Hermansyah, 2021).

Jumlah nasabah bank syariah masih sekitar 15 juta, atau sekitar 18,75% dari total nasabah perbankan, pada tahun 2017. Ini jauh di bawah jumlah nasabah bank konvensional yang mencapai lebih dari 80 juta. Bahkan pangsa pasar bank syariah sempat turun dari 4,8 persen pada tahun 2016 menjadi 4,6 persen pada tahun berikutnya (Subekti, 2016). Meskipun laporan Otoritas Jasa Keuangan (OJK) tahun 2022 menunjukkan peningkatan menjadi 7%, dengan pertumbuhan tahunan sekitar 9,79 persen, angka ini masih jauh dari pangsa pasar bank konvensional yang mencapai 93%. Namun, ini menunjukkan bahwa sebagian besar masyarakat masih belum mengambil alih bank konvensional (Azhar, 2023).

Jumlah aset dan pangsa pasar bank syariah yang menurun menunjukkan bahwa minat masyarakat masih rendah. Meskipun demikian, mayoritas orang Indonesia adalah muslim. Laporan tahun 2023 dari Royal Islamic Strategic Studies Centre menyatakan bahwa lebih dari 237 juta orang di Indonesia adalah muslim. Sayangnya, layanan bank syariah masih belum dapat bersaing dengan bank konvensional dalam hal jumlah rekening dan layanan yang tersedia. Bank syariah hanya memiliki 59,93 juta rekening, atau 10% dari total, pada tahun 2022, sementara bank konvensional sudah mencapai 466,93 juta rekening, atau 90% dari total. Perbedaan yang signifikan ini disebabkan oleh kurangnya instruksi dan pelatihan tentang keuntungan bank syariah, yang membuat masyarakat lebih familiar dan percaya pada bank konvensional. Selain itu, bank syariah masih dianggap kurang dibandingkan bank konvensional dari segi pelayanan dan fasilitas.

Bank syariah bertujuan untuk memenuhi keinginan masyarakat muslim untuk menghindari riba. Bunga adalah dasar transaksi keuangan dalam sistem konvensional, tetapi ini dianggap haram dalam Islam (Supriyadi, 2021). Konsep keuangan yang didasarkan pada keadilan, kerja sama, dan keterbukaan ditawarkan oleh bank syariah. Semua itu terjadi dalam bentuk transaksi yang menguntungkan kedua belah pihak, seperti sistem bagi hasil. Dalam pelaksanaannya, bank syariah bertanggung jawab untuk memberikan dana kepada pihak yang memiliki uang (sahibul maal) dan pihak yang membutuhkan modal (mudharib) melalui akad yang diatur dalam hukum Islam. (Muhlis & Hasanah, 2023).

Seiring waktu, perkembangan bank syariah di Indonesia menunjukkan arah yang positif. Otoritas keuangan semakin memperkuat sistem dan pengawasannya, serta berbagai produk keuangan berbasis syariah mulai dikenal luas. Selain di Indonesia, dunia internasional juga menunjukkan ketertarikan terhadap sistem keuangan syariah, termasuk lembaga seperti Dana Moneter Internasional. Semakin banyak masyarakat yang menyadari pentingnya menggunakan jasa keuangan yang bebas riba dan sesuai dengan nilai-nilai agama. Namun, agar minat masyarakat terhadap produk syariah meningkat, diperlukan dua hal penting: pengetahuan yang cukup tentang produk syariah, dan keyakinan bahwa produk tersebut benar-benar dijalankan sesuai syariat.

Seberapa besar pemahaman orang tentang pembiayaan syariah biasanya memengaruhi minat mereka terhadap produk tersebut. Studi Siregar, et al (2024) menunjukkan bahwa meskipun masyarakat ingin menggunakan layanan bank syariah, keinginan tersebut tidak selalu disertai dengan pemahaman yang baik tentang produk tersebut. Qalbia et al. (2024) juga menunjukkan bahwa pemahaman yang baik akan meningkatkan sikap positif terhadap penggunaan layanan syariah.

Sebagian besar masyarakat mempertimbangkan reputasi bank saat memilih lembaga keuangan. Sebuah bank yang memiliki reputasi yang baik akan lebih dipercaya oleh masyarakat dan lebih tertarik untuk menjadi nasabahnya. M. R. Hasibuan et al. (2023) menemukan bahwa reputasi bank syariah memengaruhi minat masyarakat untuk memilihnya karena dianggap aman dan dapat diandalkan. Hal ini menunjukkan bahwa reputasi lembaga sangat memengaruhi kepercayaan. Sebaliknya, studi Agustin & Hellianto (2020) menemukan bahwa reputasi tidak selalu berdampak besar pada minat, karena kebutuhan dan keadaan ekonomi juga dapat memengaruhi keputusan masyarakat.

Penulis percaya bahwa penelitian lebih lanjut diperlukan di tingkat lokal, terutama di Bank Sumut KCP Stabat, berdasarkan temuan tersebut. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah minat masyarakat dalam menggunakan produk pembiayaan syariah di daerah tersebut benar-benar dipengaruhi oleh reputasi bank dan kepatuhan mereka terhadap prinsip syariah.

### TINJAUAN PUSTAKA

#### 1) Produk Pembiayaan Syariah

Menurut Lupiyoadi dan Hamdani dalam jurnal yang ditulis oleh Dyah Ayu Annurfa dan Aris Sunindy, produk didefinisikan sebagai keseluruhan konsep dari suatu barang yang mampu memberikan nilai tertentu kepada konsumen. Sementara itu, produk ditawarkan di pasar dengan tujuan menarik (Annurfa & Sunindy, 2020). Penyaluran dana kepada nasabah yang membutuhkan disebut sebagai pembiayaan dalam perbankan syariah dan lembaga keuangan lainnya seperti BMT. Karena menghasilkan keuntungan yang lebih besar daripada metode penyaluran dana lainnya, aktivitas ini sangat bermanfaat bagi bank syariah dan BMT serta nasabah dan pemerintah. Oleh karena itu, analisis pembiayaan secara keseluruhan harus dilakukan oleh bank syariah sebelum memberikan uang mereka (Ismail, 2011a).

#### 2) Reputasi

Melalui interaksi dan percakapan pelanggan dengan perusahaan, reputasi perusahaan ditanamkan di benak mereka. Pelanggan akan memiliki persepsi yang lebih baik tentang bisnis ketika mereka merasa puas dengan layanan yang mereka terima (Mujaddid & Nugroho, 2019). Reputasi positif membuat pelanggan lebih percaya bahwa bisnis akan memenuhi janji. Oleh karena itu, reputasi berfungsi sebagai jaminan bahwa harapan pelanggan akan terpenuhi. Pengelolaan citra secara langsung, hubungan dekat dengan pemangku kepentingan seperti konsumen, karyawan, investor, dan komunitas, dan pengaruh tidak langsung dari pihak eksternal seperti analis dan jurnalis, semuanya memengaruhi pembentukan reputasi (Jasin et al., 2021).

#### 3) Kepatuhan Syariah

Bank syariah beroperasi berdasarkan prinsip-prinsip hukum Islam dan tidak menerapkan bunga dalam sistemnya. Semua orang setuju tentang keuntungan yang dihasilkan dari suatu perjanjian sejak awal (M. Ismail, 2011b). Dalam pengelolaan risiko bank syariah, kepatuhan terhadap prinsip syariah merupakan bagian penting dari praktik manajemen risiko. Kepatuhan syariah merupakan bagian penting dari manajemen lembaga keuangan Islam, menurut Islamic Financial Services Board (IFSB) (A. N. Hasibuan et al., 2020).

### **METODE PENELITIAN**

Studi ini diklasifikasikan sebagai penelitian kuantitatif deskriptif. Untuk mengumpulkan data yang dibutuhkan, survei disebarakan secara langsung kepada peserta. Sasaran dari survei ini adalah untuk mengukur dan menentukan pengaruh kepatuhan syariah dan reputasi bank terhadap minat masyarakat untuk menggunakan produk pembiayaan syariah di Bank Sumut KCP Stabat. Selanjutnya, data kuesioner diolah dan dianalisis menggunakan regresi linier berganda untuk memberikan gambaran yang lebih baik tentang hasil penelitian.

Untuk pengambilan sampel, teknik probabilitas sampel digunakan. Metode ini digunakan untuk memastikan bahwa data yang dikumpulkan benar-benar mewakili populasi secara keseluruhan. Berdasarkan informasi dari lokasi penelitian, populasi sekitar 450 orang. Namun, menurut pendapat Arikunto, populasi lebih dari 100 orang dapat menggunakan kisaran pengambilan sampel 10% hingga 25%. Oleh karena itu, ditetapkan jumlah sampel sebanyak 100 responden.

Responden penelitian ini memiliki pemahaman yang baik tentang layanan pembiayaan syariah yang disediakan oleh Bank Sumut KCP Stabat. Dengan mempertimbangkan hubungan mereka dengan produk pembiayaan syariah, responden dipilih secara acak. Kemudian, data yang dikumpulkan digunakan untuk membuat kesimpulan tentang bagaimana reputasi bank dan kepatuhan terhadap prinsip syariah berdampak pada kepentingan masyarakat.

**HASIL DAN PEMBAHASAN**

**A. Pengujian Prasyarat Analisis**

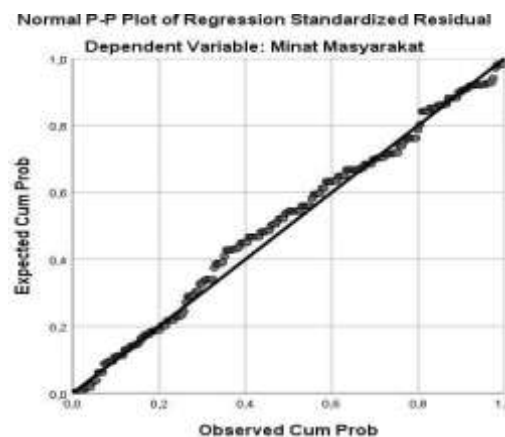
**1) Uji Normalitas**

Dilakukan uji Kolmogorov-Smirnov untuk mengetahui apakah data normal atau tidak. Hasil uji normalitas seperti berikut:

**Tabel 1. Uji Kolmogorov-Smirnov**

<b>One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test</b>	
N	100
<b>Normal Parameters</b>	
Mean	83,2710
Std. Deviation	7,94321
<b>Most Extreme Differences</b>	
Absolute	,162
Positive	,114
Negative	-,162
Test Statistic	,162
Asymp. Sig. (2-tailed)	,200c
a. Test distribution is Normal	

Menurut Tabel 1, nilai Asymp. Sig. (2 tailed) sebesar 0,200 lebih besar dari batas signifikansi 0,05, sehingga dapat disimpulkan bahwa data penelitian ini normal dan layak untuk analisis tambahan.

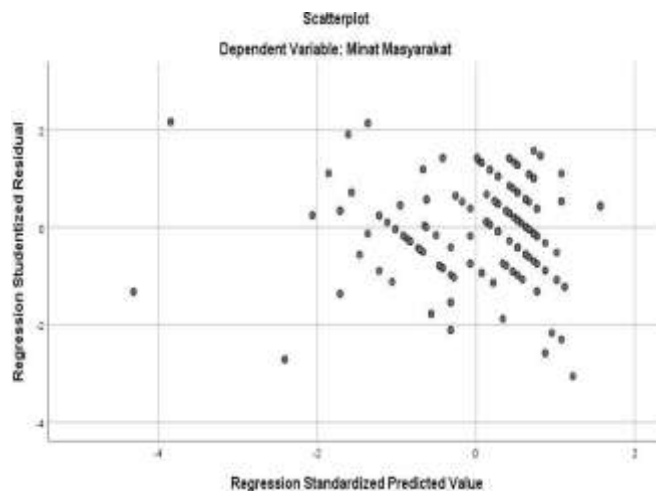


**Gambar 1. Grafik P-Plot**

Gambar diatas menunjukkan bahwa data memiliki distribusi yang mendekati normal, seperti yang ditunjukkan oleh visualisasi pada Grafik P-Plot, di mana titik-titik residual tersebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti pola yang searah dengan garis tersebut.

**2) Uji Heteroskedastisitas**

Tujuan dari uji heteroskedastisitas adalah untuk menemukan ketidaksesuaian dalam varians residual model regresi. Jika tidak ada pola yang jelas dan titik-titik tersebar secara acak di sekitar garis horizontal, maka model tidak memiliki masalah heteroskedastisitas.



**Gambar 2. Grafik Scatterplot**

Dalam gambar di atas, distribusi titik tampak acak di sekitar garis nol tanpa pola yang jelas. Dianggap layak untuk analisis lebih lanjut, model regresi yang digunakan dianggap layak karena kondisi ini menunjukkan bahwa data tidak menunjukkan tanda-tanda heteroskedastisitas.

**3) Uji Multikolinearitas**

Untuk mengidentifikasi hubungan yang terlalu kuat antara variabel independen, uji multikolinearitas dilakukan. Ini dapat mempengaruhi keandalan model regresi. Untuk melakukan pemeriksaan ini, nilai Tolerance dan Variasi Inflasi Factor (VIF) diamati. Jika nilai Tolerance lebih dari 0,10 dan VIF kurang dari 10, maka dapat disimpulkan bahwa model tidak mengalami masalah multikolinearitas.

**Tabel 2. Uji Multikolinearitas**

Coefficients <sup>a</sup>				
Model	Unstandardized Coefficients		Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Tolerance	VIF
(Constant)	4,892	1,204		
Reputasi Bank	,376	,067	,563	1,776

Kepatuhan Syariah	,412	,058	,563	1,776
a. Dependent Variable: Minat Masyarakat				

Berdasarkan tabel di atas, dapat dijelaskan bahwa:

- a. Variabel Reputasi Bank memiliki nilai Tolerance 0,563 dan VIF 1,776. Karena nilai Tolerance lebih dari 0,10 dan VIF kurang dari 10, variabel ini tidak mengalami multikolinearitas
- b. Variabel Kepatuhan Syariah memiliki nilai Tolerance 0,563 dan VIF 1,776. Ini juga menunjukkan bahwa variabel ini tidak menunjukkan gejala multikolinearitas.

Oleh karena itu, kedua variabel bebas dalam model ini tidak saling memengaruhi secara signifikan, sehingga analisis regresi dapat dilakukan dengan hasil yang dapat diterima.

**B. Pengujian Hipotesis Penelitian**

**1) Uji Regresi**

Untuk mengukur sejauh mana pengaruh variabel reputasi bank dan kepatuhan terhadap prinsip syariah terhadap minat masyarakat dalam memanfaatkan produk pembiayaan syariah, penelitian ini menggunakan analisis regresi linear berganda. Hasil pengolahan data menggunakan program SPSS menunjukkan hasil berikut:

**Tabel 3. Analisis Regresi Linear Berganda**

Model	Unstandardized		Standardized	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	4,892	1,204	-	-	-
Reputasi Bank	0,376	0,067	0,534	5,612	0,000
Kepatuhan Syariah	0,412	0,058	0,589	7,103	0,000

Dari hasil di atas, maka dapat disusun persamaan regresi linear berganda sebagai berikut:

$$Y = 4,892 + 0,376X_1 + 0,412X_2 + \epsilon$$

Keterangan:

- a) Nilai konstanta sebesar 4,892 menunjukkan bahwa minat masyarakat diperkirakan akan meningkat sebesar 4,892 jika reputasi bank dan kepatuhan syariah bernilai nol
- b) Koefisien X1 (Reputasi Bank) sebesar 0,376 menunjukkan bahwa minat masyarakat akan meningkat sebesar 0,376 jika reputasi meningkat 1 satuan, dengan asumsi variabel lain tetap
- c) Dengan koefisien X2 (kepatuhan syariah) 0,412, minat masyarakat akan meningkat sebesar 0,412 satuan jika kepatuhan syariah meningkat 1 satuan.

**2) Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>)**

Koefisien determinasi digunakan untuk mengukur seberapa baik dua variabel independent yaitu reputasi bank dan kepatuhan syariah mampu menjelaskan variasi dari variabel dependen—minat masyarakat.

**Tabel 4. Koefisien Determinasi**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	0,792	0,627	0,622	1,812

Hasilnya menunjukkan bahwa ada hubungan yang kuat antara variabel independen dan variabel dependen, dengan nilai R sebesar 0,792 atau 79,2%. Sementara itu, nilai kotak R yang disesuaikan sebesar 0,622 atau 62,2% menunjukkan bahwa kedua variabel bebas memberikan kontribusi sebesar 62,2 persen terhadap minat masyarakat. Faktor lain yang tidak dimasukkan dalam model ini mempengaruhi bagian yang tersisa, yaitu 37,8 persen.

**3) Uji Simultan (Uji F)**

Uji F dilakukan untuk melihat pengaruh bersama-sama antara reputasi bank dan kepatuhan syariah terhadap minat masyarakat.

**Tabel 5. Hasil Uji F**

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	1218,943	2	609,472	81,417	0,000
	726,114	97	7,485		
Total	1945,057	99			

Nilai F tabel, yang berada di kisaran 3,09 pada tingkat signifikansi 5%, jauh melebihi nilai F hitung sebesar 81,417. Selain itu, nilai signifikansi 0,000

lebih kecil dari 0,05. Berdasarkan temuan ini, dapat disimpulkan bahwa minat masyarakat untuk menggunakan pembiayaan syariah sangat dipengaruhi oleh kedua reputasi bank dan kepatuhan syariah.

**4) Uji Signifikansi Parsial (Uji t)**

Uji t dilakukan untuk melihat pengaruh masing-masing variabel bebas terhadap minat masyarakat secara parsial.

**Tabel 6. Hasil Uji t**

Variable	B	Std. Error	t	Sig.
Reputasi Bank	0,376	0,067	5,612	0,000
Kepatuhan Syariah	0,412	0,058	7,103	0,000

*Sumber: Data primer setelah diolah, 2025*

- a. Reputasi bank memengaruhi minat masyarakat secara signifikan. Nilai t 5,612 lebih besar dari t tabel 1,984 dan sig. 0,000 lebih kecil dari 0,05, sehingga H0 ditolak dan H1 diterima
- b. Kepatuhan Syariah juga memengaruhi minat masyarakat secara signifikan. Nilai t hitung 7,103 lebih besar dari t tabel 1,984 dan sig. 0,000 lebih kecil dari 0,05.

Hasil temuan dalam penelitian ini menunjukkan bahwa faktor-faktor yang berkaitan dengan reputasi bank mempengaruhi keinginan masyarakat untuk menggunakan pembiayaan berbasis syariah. Koefisien regresi sebesar 0,376 menunjukkan bahwa setiap peningkatan 1% dalam reputasi bank akan menyebabkan peningkatan minat masyarakat sebesar 0,376 atau 37,6%, menurut hasil uji t. Nilai t hitungnya adalah 5,612, yang lebih besar dari nilai t tabel sebesar 1,984, dan nilai signifikansinya adalah 0,000, yang lebih rendah dari batas signifikansi 0,05. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa minat masyarakat terhadap pembiayaan syariah dipengaruhi secara signifikan oleh reputasi bank.

Salah satu faktor penting yang dipertimbangkan masyarakat saat memilih lembaga keuangan adalah reputasi sebuah bank. Kepercayaan publik sangat dipengaruhi oleh citra positif yang dimiliki bank. Bank dapat memperoleh kepercayaan ini melalui berbagai hal, seperti kualitas layanan, keamanan dana, integritas sumber daya manusia, dan komitmennya terhadap prinsip-prinsip yang dipegangnya. Semakin baik reputasi bank di

mata masyarakat, semakin besar kemungkinan masyarakat untuk menggunakan pembiayaan syariah. Oleh karena itu, penting bagi bank untuk mempertahankan dan memperkuat reputasinya melalui pelayanan yang unggul, integritas data, dan komitmen tinggi terhadap kepuasan pelanggan. Menurut Penelitian Munawaroh (2022) layanan yang diberikan oleh penyedia layanan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap penelitian yang dilakukan oleh konsumen.

Menurut Citrawati et al. (2021) minat nasabah dipengaruhi secara positif dan signifikan oleh reputasi bank. Penemuan serupa juga ditemukan oleh Zahra (2019) yang menyelidiki hubungan antara reputasi dan tingkat kepercayaan nasabah pada BMT Amanah Ray Medan. Studi menunjukkan bahwa reputasi yang baik dapat meningkatkan minat masyarakat untuk menggunakan layanan keuangan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor kepatuhan syariah memengaruhi keinginan masyarakat untuk menggunakan produk pembiayaan syariah  $t$  hitung  $> t$  tabel nilai signifikansi  $< 0,05$ , yang menunjukkan bahwa  $H_0$  ditolak. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa kepatuhan terhadap prinsip-prinsip syariah berdampak positif dan signifikan terhadap kepentingan masyarakat di Bank Sumut KCP Stabat. Sebuah penelitian yang dilakukan oleh Susanti Siregar & Sugianto (2024) menemukan bahwa peran kepatuhan sangat penting untuk mengelola risiko reputasi di perbankan syariah.

Komitmen terhadap penerapan prinsip syariah adalah salah satu karakteristik yang membedakan bank syariah dari bank konvensional. Ketika orang Muslim mengetahui bahwa transaksi tidak mengandung riba, maisir, atau gharar, mereka akan merasa lebih aman dan nyaman. Dengan menerapkan akad syariah seperti murabahah, ijarah, musyarakah, dan mudharabah secara teratur dan tepat, bank dapat meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap layanan yang diberikan. Meningkatnya kepercayaan akan menyebabkan lebih banyak orang ingin menggunakan pembiayaan syariah. Oleh karena itu, penting bagi lembaga perbankan syariah untuk terus menerapkan prinsip syariah dalam operasi sehari-hari mereka.

Studi Maslihatin & Riduwan (2020) menemukan bahwa kepatuhan terhadap prinsip-prinsip syariah berdampak positif dan signifikan pada keinginan masyarakat untuk menggunakan layanan keuangan syariah. Ibrahim & Rachmawati (2020) menyatakan hal serupa, mengatakan bahwa ketika bank syariah menjalankan operasinya sesuai dengan ajaran Islam, tingkat kepercayaan masyarakat meningkat. Selain itu,

penelitian yang dilakukan oleh Nabilah (2024), sebuah penelitian yang dilakukan pada mahasiswa, menunjukkan bahwa ada hubungan yang signifikan antara kebutuhan mahasiswa untuk menabung di bank syariah dan pengetahuan mereka tentang keuangan syariah. Meskipun demikian, Nugraha et al., (2022) menemukan bahwa faktor utama yang memengaruhi keinginan untuk menabung di bank syariah adalah keyakinan. Faktor berikutnya adalah ketersediaan fasilitas dan lokasi.

Dua faktor lain yang memengaruhi keinginan seseorang untuk melakukan transaksi di bank syariah adalah pemahaman mereka tentang akad dan aspek religiusitas. Studi oleh A. H. Ismail & Pradesyah (2024) menemukan bahwa minat mahasiswa FAI UMSU dalam bertransaksi di bank syariah sangat dipengaruhi oleh pemahaman akad dan tingkat religiusitas. Secara khusus, variabel religiusitas memberikan kontribusi 88,3% terhadap minat transaksi mahasiswa, dan 11,7% dari faktor lain yang tidak dipelajari dalam penelitian tersebut. Hasil penelitian Aisyah & Wicaksono (2020) menemukan bahwa pengetahuan yang dimiliki seseorang tentang keuangan syariah memiliki dampak yang signifikan terhadap keputusan yang dibuat oleh orang-orang saat memilih produk perbankan syariah.

### **KESIMPULAN**

Pengaruh kepatuhan syariah terhadap minat masyarakat adalah jelas: semakin tinggi tingkat kepatuhan syariah yang diterapkan oleh bank, semakin besar kemungkinan masyarakat merasa yakin untuk menggunakan produk pembiayaan yang mereka tawarkan. Rasa aman dan kenyamanan dalam bertransaksi dapat ditingkatkan dengan berpegang teguh pada prinsip syariah seperti tidak adanya riba, transaksi yang jelas, dan akad yang sesuai dengan ajaran Islam, sehingga menarik nasabah.

Reputasi bank berdampak positif pada kepentingan masyarakat. Reputasi bank yang baik mencerminkan profesionalisme, integritas, dan konsistensi pelayanan, sehingga mampu menarik perhatian dan minat masyarakat untuk menggunakan produk pembiayaan syariah. Sebaliknya, jika reputasi bank dirusak, orang cenderung ragu dan mencari institusi lain yang dianggap lebih terpercaya. Untuk membangun hubungan jangka panjang dengan masyarakat, reputasi sangat penting bagi bank.

**DAFTAR PUSTAKA**

- Aisyah, S., & Wicaksono, R. S. (2020). Analisis Pengaruh Literasi Keuangan Syariah terhadap Keputusan Menggunakan Produk Perbankan Syariah (Studi Mahasiswa Ekonomi Syariah dan Perbankan Syariah Wilayah Kabupaten Bantul Yogyakarta). *Aghniya Jurnal Ekonomi Islam*, 02(01). [https://doi.org/10.1007/978-3-662-46875-3\\_101778](https://doi.org/10.1007/978-3-662-46875-3_101778)
- Annurfa, D. A., & Sunindyo, A. (2020). Analisis Pengaruh Marketing Mix Terhadap Pengambilan Keputusan Nasabah Menabung Pada Bank Jateng Cabang Ungaran. *Keunis Majalah Ilmiah*, 8(2), 93. <https://doi.org/10.32497/keunis.v8i2.2110>
- Antonio, M. S. (2020). *Bank Syariah: Teori dan Praktik*. Jakarta: Gema Insani.
- Azhar, Z. (2023). *Strategi Pemasaran Bank Syariah*. Bandung: CV Pustaka Setia.
- Hasibuan, A. N., Annam, R., & Nofinawati. (2020). *Audit Bank Syariah*. Jakarta: Kencana.
- Hasibuan, M. R., Santoso, M. R., & Siregar, S. (2023). Simulasi Manajemen Risiko Reputasi Bank Syariah. *JAKPI: Jurnal Akuntansi, Keuangan & Perpajakan Indonesia*, 11(1). <https://doi.org/https://doi.org/10.24114/jakpi.v11i1.48041>
- Hermansyah. (2021). *Hukum Perbankan Syariah di Indonesia*. Jakarta: Kencana.
- Ibrahim, M. I., & Rachmawati, L. (2020). Persepsi Nasabah Tentang Implementasi Shariah Compliance dan Good Corporate Governance Terhadap Loyalitas Nasabah BRI Syariah Kantor Cabang Sidoarjo. *Jurnal Ekonomika Dan Bisnis Islam*, 3(3), 44–53. <https://doi.org/10.26740/jekobi.v3n3.p44-53>
- Ismail. (2011a). *Perbankan Syariah*. Jakarta: Kencana.
- Ismail, A. H., & Pradesyah, R. (2024). Pengaruh Pemahaman Akad Dan Religiusitas Terhadap Minat Melakukan Transaksi di Bank Syariah. *Aghniya Jurnal Ekonomi Islam*, 6(1). <https://doi.org/https://doi.org/10.30596/aghniya.v6i1.20998>
- Ismail, M. (2011b). *Perbankan Syariah*. Jakarta: Prenadamedia Group.
- Jasin, H., Mujiatun, S., Fauzi Rambe, M., & Bahagia Siregar, R. (2021). Apakah Kepercayaan Memediasi Pengaruh Reputasi Bank dan Religiusitas Terhadap Purchase Intention? *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 22(1), 86–102. <https://doi.org/10.30596/jimb.v22i1.5630>
- Maslihatin, A., & Riduwan, R. (2020). Analisis Kepatuhan Syariah pada Bank Syariah: Studi Kasus Bank Pembiayaan Rakyat Syariah. *Jurnal Maps (Manajemen Perbankan Syariah)*, 4(1), 27–35. <https://doi.org/10.32627/maps.v4i1.193>
- Muhlis, & Hasanah, A. (2023). Pengetahuan Produk dan Reputasi Bank Serta Pengaruhnya Terhadap Minat Masyarakat Menabung Di Bank Syariah Indonesia. *ABHATS: Jurnal Islam Ulil Albab*, 4(1), 28–38.
- Mujaddid, F., & Nugroho, P. T. A. (2019). Pengaruh pengetahuan, reputasi, lingkungan dan religiusitas terhadap minat pelajar Sekolah Menengah Kejuruan prodi perbankan Syariah dalam menabung di bank Syariah. *Jurnal Ekonomi Islam*, 10(1), 14–37.
- Munawaroh. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah Mandiri (Studi Kasus Pada Kantor Cabang Pembantu Pulo Brayon Medan). *AGHNIYA: Jurnal Ekonomi Islam*, 4(2). <https://doi.org/10.30596/aghniya.v3i1.5848>
- Nabilah, F. R. (2024). Pengaruh Literasi Keuangan Syariah dan Religiusitas terhadap Minat Mahasiswa Menabung di Bank Syariah (Studi Mahasiswa FAI UMSU). *Aghniya Jurnal Ekonomi Islam*, 6(1).

- Nugraha, A., Gustantia, D., & Chairina. (2022). Analisis Minat Meyimpan Dana Pada Bank Syariah Di Kalangan Mahasiswa Universitas Islam Sumatera Utara Menggunakan Alat Bantu Spss. *AGHNIYA: Jurnal Ekonomi Islam*, 4(2), 173–186. <https://doi.org/10.30596/aghniya.v4i2.12584>
- Qalbia, F., Santoso, S., & Ruslaini. (2024). Perbandingan Kepatuhan terhadap Prinsip Syariah dalam Pembiayaan Bank Syariah. *Al-Urban: Jurnal Ekonomi Syariah Dan Filantropfi Islam*, 8(21), 33–46. <https://doi.org/10.22236/alurban>
- Supriyadi, E. (2021). *Dasar-dasar Perbankan Syariah*. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Susanti Siregar, F., & Sugianto. (2024). Peran Fungsi Kepatuhan Dalam Memitigasi Risiko Reputasi Di Perbankan Syariah. *Intelektiva*, 6(3), 211–214.
- Wahjono, S. I. (2023). *Manajemen Pemasaran Bank*. Yogyakarta: Graha Ilmu.