
**PERSEPSI MASYARAKAT TERHADAP PRODUK PEMBIAYAAN BANK
SYARIAH: STUDI KASUS PADA MASYARAKAT KELURAHAN JAWA
KECAMATAN SAMARINDA ULU**

Putry Aurellia Az-zahra Hermawan¹, Rinna Ramadhan Ain Fitriah^{2*}

Universitas Mulawarman^{1,2}

Correspondent: rinnafitriah@feb.unmul.ac.id

Abstract

This study aims to analyzes public perception in Jawa Village, Samarinda Ulu District, toward Islamic banking financing products using Walgito's cognitive, affective, and conative dimensions and the perspective of Islamic Consumption Behavior. A descriptive qualitative approach was applied to 10 informants selected through purposive sampling. Data were collected through in-depth interviews, observation, and documentation, then analyzed using data condensation, data display, and conclusion drawing/verification. Data validity was supported by source triangulation, technique triangulation, and member checking. The findings show that the public generally recognizes the prohibition of riba, but understanding of murabahah, mudharabah, and musyarakah mechanisms remains limited. Positive affective perceptions are associated with Sharia compliance, trust, and service quality, while interest in using Islamic financing is constrained by administrative and practical barriers. From an Islamic consumption perspective, these perceptions reflect the interaction between functional considerations and Sharia values. The study contributes an integrated explanation of how knowledge, attitudes, and behavioral tendencies shape perceptions of Islamic financing products.

Keywords: Public Perception; Islamic Consumption Behavior; Islamic Bank Financing; Cognitive Dimension; Affective Dimension; Conative Dimension

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis persepsi masyarakat Kelurahan Jawa, Kecamatan Samarinda Ulu, Kota Samarinda terhadap produk pembiayaan perbankan syariah menggunakan dimensi kognitif, afektif, dan konatif Walgito serta perspektif Teori Perilaku Konsumsi dalam Islam. Penelitian menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif dengan 10 informan yang dipilih secara purposive sampling. Data dikumpulkan melalui wawancara mendalam, observasi, dan dokumentasi, kemudian dianalisis melalui kondensasi data, penyajian data, serta penarikan dan verifikasi kesimpulan. Keabsahan data dilakukan melalui triangulasi sumber, triangulasi teknik, dan member checking. Hasil penelitian menunjukkan bahwa masyarakat mengenal prinsip larangan riba, tetapi pemahaman terhadap mekanisme akad murabahah, mudharabah, dan musyarakah masih terbatas. Persepsi afektif cenderung positif karena kepatuhan syariah, kepercayaan, dan kualitas pelayanan, sedangkan minat menggunakan pembiayaan syariah masih terkendala hambatan administratif dan praktis. Perspektif perilaku konsumsi Islam menunjukkan bahwa keputusan masyarakat dibentuk oleh interaksi pertimbangan fungsional dan nilai syariah. Penelitian ini berkontribusi dengan menjelaskan persepsi pembiayaan syariah secara integratif melalui keterkaitan pengetahuan, sikap, dan kecenderungan perilaku.

Kata Kunci: Persepsi Masyarakat; Perilaku Konsumsi Islam; Pembiayaan Bank Syariah; Dimensi Kognitif; Dimensi Afektif; Dimensi Konatif

INTRODUCTION

Perbankan syariah merupakan salah satu bagian dari sistem keuangan yang melaksanakan kegiatan usaha berdasarkan prinsip-prinsip syariah. Keberadaan perbankan syariah tidak hanya berfokus pada aspek keuntungan, tetapi juga menerapkan nilai-nilai Islam dalam aktivitas ekonomi, termasuk dalam penghimpunan dan penyaluran dana kepada masyarakat. Prinsip tersebut tercermin dalam larangan riba, gharar, dan maysir serta penggunaan akad yang sesuai dengan ketentuan syariah (Antonio, 2001; Budiono, 2017). Dalam praktik tersebut, perbankan syariah menyediakan berbagai produk pembiayaan dengan jenis-jenis akad yang berbeda, seperti murabahah, mudharabah, musyarakah, ijarah, dan istishna' (Ascarya, 2011). Produk-produk tersebut dapat digunakan untuk memenuhi kebutuhan masyarakat, baik untuk kepentingan konsumtif maupun kegiatan produktif dalam kehidupan sehari-hari.

Secara makro, perkembangan industri keuangan syariah di Indonesia menunjukkan ekspansi yang semakin luas. Namun, perkembangan tersebut masih dihadapkan pada tantangan literasi keuangan syariah yang belum sebanding dengan perkembangan akses terhadap layanan keuangan. Berdasarkan Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan (SNLIK) yang dirilis Otoritas Jasa Keuangan (OJK), indeks literasi keuangan konvensional pada 2026 tercatat sebesar 69,57%, sedangkan literasi keuangan syariah sebesar 43,07% (Otoritas Jasa Keuangan, 2026). Perbedaan tersebut menunjukkan bahwa peningkatan akses terhadap layanan keuangan belum dengan sendirinya diikuti oleh pemahaman yang memadai mengenai prinsip, mekanisme, dan karakteristik produk keuangan syariah. Kondisi ini menjadi relevan ketika masyarakat dihadapkan pada pilihan produk pembiayaan yang menuntut pemahaman tidak hanya mengenai manfaat ekonomi, tetapi juga mengenai struktur akad dan prinsip syariah yang mendasarinya.

Penerimaan masyarakat terhadap produk pembiayaan syariah tidak terlepas dari proses bagaimana produk tersebut dipahami, dinilai, dan dimaknai. Pengetahuan, pengalaman, kebutuhan, kepercayaan, serta informasi mengenai produk dapat membentuk persepsi yang pada gilirannya berkaitan dengan sikap dan kecenderungan memilih layanan perbankan. Sejumlah penelitian menunjukkan bahwa persepsi masyarakat terhadap perbankan syariah masih beragam. Sirat (2010) menunjukkan adanya perbedaan pandangan masyarakat terhadap perbankan syariah, sedangkan Hermanto dan Syahril (2020) menemukan keterkaitan antara pengetahuan dan pemahaman dengan persepsi masyarakat. Fauziah et al. (2022) juga menunjukkan bahwa keterbatasan literasi merupakan salah satu persoalan dalam penerimaan perbankan syariah.

Keragaman persepsi tersebut juga tercermin dalam pemahaman masyarakat terhadap produk dan mekanisme pembiayaan syariah. Masyarakat pada umumnya telah mengenal keberadaan bank syariah dan prinsip larangan riba, tetapi pengetahuan tersebut belum selalu diikuti pemahaman yang memadai mengenai akad dan mekanisme pembiayaan. Padahal, setiap akad memiliki karakteristik, mekanisme transaksi, serta hak dan kewajiban yang berbeda antara

bank dan nasabah (Ascarya, 2011). Keterbatasan pemahaman terhadap aspek operasional tersebut berpotensi menyebabkan masyarakat menilai pembiayaan syariah memiliki karakteristik yang tidak jauh berbeda dengan pembiayaan konvensional.

Persepsi mengenai kemiripan antara perbankan syariah dan perbankan konvensional juga ditemukan dalam penelitian terdahulu. Rhomadoni dan Khairan (2022) menunjukkan bahwa persepsi masyarakat terhadap produk perbankan syariah berkaitan dengan pemahaman mengenai karakteristik produk dan perbedaannya dengan sistem konvensional. Nafisah (2024) menunjukkan bahwa pengetahuan dan pengalaman merupakan unsur penting dalam pembentukan persepsi terhadap layanan perbankan syariah. Sementara itu, Mustofa et al. (2022) menegaskan pentingnya literasi dan strategi pengembangan perbankan syariah dalam membangun penerimaan masyarakat terhadap perkembangan industri.

Berdasarkan fenomena tersebut, kajian mengenai persepsi masyarakat pada konteks lokal menjadi penting untuk dilakukan. Kelurahan Jawa, Kecamatan Samarinda Ulu, Kota Samarinda, memiliki masyarakat dengan latar belakang pendidikan, pekerjaan, dan pengalaman perbankan yang beragam. Keragaman tersebut menyediakan konteks empiris untuk memahami bagaimana masyarakat membentuk pengetahuan, sikap, dan kecenderungan perilaku terhadap produk pembiayaan syariah. Konteks lokal dalam penelitian ini tidak dimaksudkan untuk menghasilkan generalisasi statistik, melainkan untuk memperoleh pemahaman kontekstual mengenai proses pembentukan persepsi pada kelompok masyarakat yang diteliti.

Permasalahan mengenai kesenjangan antara pemahaman normatif dan pemahaman operasional tersebut juga teridentifikasi melalui penjajakan awal (*preliminary study*) di Kelurahan Jawa. Wawancara pra-penelitian dengan beberapa warga menunjukkan adanya variasi persepsi terhadap pembiayaan syariah. Sebagian warga memandang perbankan syariah tidak memiliki perbedaan substantif dengan perbankan konvensional karena perbedaan yang terlihat lebih banyak berada pada penggunaan istilah dan nama produk. Sebagian lainnya memiliki keyakinan positif terhadap prinsip anti-riba, tetapi belum memahami mekanisme akad seperti murabahah, mudharabah, dan musyarakah. Penjajakan awal tersebut menunjukkan bahwa persepsi terhadap pembiayaan syariah tidak semata-mata berkaitan dengan penerimaan atau penolakan, tetapi melibatkan aspek pengetahuan, penilaian, serta kecenderungan perilaku yang saling berkaitan.

Berdasarkan penelitian terdahulu, kajian mengenai persepsi masyarakat terhadap perbankan syariah telah banyak menyoroti aspek pengetahuan, literasi, sikap, minat, dan pengalaman. Namun, masih terdapat ruang untuk menjelaskan secara lebih terintegrasi bagaimana persepsi terhadap produk pembiayaan syariah terbentuk melalui keterkaitan antara pengetahuan, sikap, dan kecenderungan perilaku. Kajian terdahulu juga lebih sering menempatkan perbankan syariah sebagai objek secara umum, sehingga hubungan antara pemahaman akad, keyakinan terhadap prinsip syariah, pertimbangan manfaat, dan hambatan

praktis dalam penggunaan pembiayaan belum sepenuhnya dijelaskan dalam satu kerangka analitis.

Research gap penelitian ini terletak pada belum terintegrasinya tiga dimensi persepsi Walgito, yaitu kognitif, afektif, dan konatif, dengan perspektif Perilaku Konsumsi dalam Islam dalam menjelaskan persepsi masyarakat terhadap produk pembiayaan syariah. Penelitian terdahulu memberikan pemahaman mengenai pengetahuan, persepsi, literasi, atau minat secara relatif terpisah, sedangkan penelitian ini menggunakan dimensi kognitif untuk menganalisis pengetahuan dan pemahaman akad, dimensi afektif untuk menganalisis sikap dan keyakinan terhadap nilai syariah serta manfaat produk, dan dimensi konatif untuk menganalisis kecenderungan penggunaan ketika masyarakat berhadapan dengan hambatan praktis. Perspektif Perilaku Konsumsi dalam Islam selanjutnya digunakan untuk menjelaskan bahwa keputusan penggunaan tidak hanya ditentukan oleh penerimaan terhadap nilai syariah, tetapi juga oleh pertimbangan kebutuhan, manfaat fungsional, kemampuan memenuhi kewajiban, kemudahan prosedur, dan kemaslahatan. Dengan kerangka tersebut, penelitian ini berkontribusi dalam menjelaskan keterkaitan antara pengetahuan, sikap, nilai syariah, pertimbangan fungsional, dan kecenderungan perilaku dalam konteks pembiayaan syariah.

Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis persepsi masyarakat Kelurahan Jawa Kecamatan Samarinda Ulu terhadap produk pembiayaan pada perbankan syariah dengan menggunakan tiga dimensi persepsi Walgito (2010), yaitu kognitif, afektif, dan konatif.

LANDASAN TEORI

Persepsi

Persepsi merupakan proses individu dalam menerima, mengorganisasikan, dan menginterpretasikan stimulus sehingga menghasilkan makna tertentu terhadap suatu objek. Menurut Walgito (2010), persepsi tidak hanya dipengaruhi oleh stimulus yang diterima, tetapi juga oleh pengetahuan, pengalaman, perhatian, kebutuhan, dan kondisi individu. Oleh karena itu, stimulus yang sama dapat menghasilkan persepsi yang berbeda antar individu.

Persepsi dapat dipahami melalui tiga dimensi utama, yaitu dimensi kognitif, afektif, dan konatif. Dimensi kognitif berkaitan dengan pengetahuan dan pemahaman individu terhadap suatu objek; dimensi afektif berkaitan dengan perasaan, sikap, keyakinan, dan penilaian individu terhadap objek; sedangkan dimensi konatif berkaitan dengan kecenderungan atau dorongan individu untuk bertindak berdasarkan persepsi yang terbentuk. Ketiga dimensi tersebut saling berkaitan, di mana pengetahuan dan pemahaman dapat membentuk penilaian serta perasaan, yang selanjutnya dapat memengaruhi kecenderungan perilaku individu terhadap suatu objek (Walgito, 2010).

Teori Perilaku Konsumsi dalam Islam

Perilaku konsumsi dalam Islam merupakan proses individu dalam menentukan pilihan, memperoleh, menggunakan, dan mengevaluasi barang atau jasa dengan mempertimbangkan kebutuhan sekaligus nilai-nilai syariah. Perspektif ini tidak menempatkan kepuasan material sebagai satu-satunya dasar pengambilan keputusan, tetapi mempertimbangkan keseimbangan antara kepentingan material dan spiritual. Tujuan konsumsi diarahkan pada pencapaian masalah dan falah dengan tetap memperhatikan prinsip halal, etika, keadilan, dan kemanfaatan bagi diri sendiri maupun masyarakat (Aprilya et al., 2024; Marusnia et al., 2024).

Dalam perspektif Islam, keputusan konsumsi juga dibatasi oleh pertimbangan moral dan syariah, antara lain menghindari sesuatu yang haram, menghindari israf dan tabdzir, serta mengutamakan keseimbangan dan kemaslahatan. Rasionalitas konsumen Muslim dengan demikian tidak hanya didasarkan pada manfaat ekonomi, tetapi juga pada pertimbangan spiritual, etika, dan tanggung jawab sosial. Kerangka tersebut relevan untuk memahami keputusan terhadap pembiayaan syariah karena masyarakat tidak hanya menilai manfaat pembiayaan bagi pemenuhan kebutuhan, tetapi juga mempertimbangkan kesesuaian transaksi dengan prinsip syariah (Marusnia et al., 2024).

Perbankan Syariah

Perbankan syariah merupakan lembaga keuangan yang menjalankan kegiatan usaha berdasarkan prinsip syariah. Prinsip tersebut antara lain mencakup larangan terhadap riba, gharar, dan maysir serta penerapan akad yang sesuai dengan ketentuan syariah.

Perbankan syariah memiliki fungsi menghimpun dan menyalurkan dana kepada masyarakat. Dalam penyaluran dana, bank syariah menggunakan berbagai akad, antara lain murabahah, mudharabah, musyarakah, dan ijarah. Produk tersebut digunakan untuk memenuhi kebutuhan konsumtif maupun produktif masyarakat (Ascarya, 2011).

Perbankan syariah juga bertujuan untuk memberikan sistem keuangan yang sesuai dengan prinsip Islam serta mendorong kegiatan ekonomi yang berkeadilan. Keberadaan perbankan syariah tidak hanya berkaitan dengan aspek keuntungan, tetapi juga dengan penerapan nilai-nilai syariah atau nilai-nilai islam dalam aktivitas ekonomi.

Pembiayaan Syariah

Pembiayaan merupakan penyediaan dana atau fasilitas kepada pihak lain berdasarkan kesepakatan tertentu. Dalam pembiayaan syariah, hubungan antara bank dan nasabah didasarkan pada akad yang menentukan hak dan kewajiban masing-masing pihak. Beberapa bentuk Akad dalam pembiayaan syariah (Ascarya, 2011) meliputi:

1. Murabahah, yaitu akad jual beli dengan penetapan harga pokok dan margin keuntungan yang disepakati.

2. Mudharabah, yaitu akad kerja sama antara pemilik modal dan pengelola usaha dengan pembagian keuntungan berdasarkan nisbah yang disepakati.
3. Musyarakah, yaitu akad kerja sama antara dua pihak atau lebih yang sama-sama memberikan modal dan membagi keuntungan sesuai kesepakatan.
4. Ijarah, yaitu akad pemindahan hak guna atas suatu aset melalui pembayaran sewa.
5. Istishna', yaitu akad pemesanan pembuatan barang atau konstruksi sesuai spesifikasi yang disepakati.

Dalam praktik pembiayaan syariah, pemahaman masyarakat mengenai berbagai akad tersebut menjadi penting karena setiap akad mempunyai mekanisme dan karakteristik yang berbeda.

Persepsi Terhadap Produk Pembiayaan Syariah

Teori perilaku konsumsi Islam dapat diintegrasikan dengan teori persepsi untuk memberikan penjelasan yang lebih utuh mengenai perilaku masyarakat terhadap pembiayaan bank syariah. Teori persepsi menjelaskan bagaimana masyarakat menerima dan memberikan makna terhadap informasi mengenai produk pembiayaan, sedangkan teori perilaku konsumsi Islam membantu menjelaskan bagaimana penilaian tersebut digunakan dalam mempertimbangkan pilihan berdasarkan kebutuhan ekonomi dan nilai-nilai Islam. Integrasi kedua perspektif tersebut menjelaskan bahwa persepsi masyarakat terhadap pembiayaan syariah terbentuk melalui proses kognitif, afektif, dan konatif, kemudian dapat berkembang menjadi kecenderungan perilaku ketika produk dinilai sesuai dengan kebutuhan sekaligus sesuai dengan nilai syariah. Penelitian (Aprilya et al., 2024; Marusnia et al., 2024) menempatkan perilaku konsumsi Islam sebagai perspektif yang tidak semata-mata melihat konsumsi sebagai individu yang berusaha memaksimalkan kepuasan atau manfaat material, tetapi juga sebagai individu yang mempertimbangkan nilai-nilai Islam dalam aktivitas konsumsi dan pengambilan keputusan.

Perilaku Konsumsi Islam dapat digunakan untuk menjelaskan bahwa masyarakat mempertimbangkan pembiayaan syariah dari dua sisi yang saling berhubungan, yaitu nilai fungsional dan nilai syariah. Nilai fungsional berkaitan dengan kemampuan pembiayaan dalam memenuhi kebutuhan masyarakat, kemudahan prosedur, besarnya angsuran, persyaratan, kualitas pelayanan, dan manfaat ekonomi yang diperoleh. Sementara itu, nilai syariah berkaitan dengan keyakinan bahwa produk tersebut terbebas dari riba dan dilaksanakan berdasarkan akad yang sesuai dengan prinsip Islam. Hubungan antara persepsi dan perilaku penggunaan produk keuangan syariah juga diperkuat oleh Fitriah et al. (2025) menunjukkan bahwa pengetahuan mengenai keuangan syariah tidak berdiri sendiri dalam membentuk keputusan masyarakat. Cara masyarakat mempersepsikan produk dan lembaga keuangan syariah turut menjadi bagian penting dalam proses terbentuknya keputusan.

Penelitian Terdahulu

Untuk memperjelas posisi penelitian dan kontribusinya terhadap kajian terdahulu, penelitian ini memetakan sejumlah studi yang relevan berdasarkan fokus kajian, pendekatan, dan temuan utama yang diringkas pada tabel 1 di bawah ini.

Tabel 1.
Pemetaan Penelitian Terdahulu dan Posisi Penelitian

Peneliti	Fokus/Variabel	Metode	Temuan Utama	Posisi Penelitian Ini
Sirat (2010)	Persepsi terhadap bank syariah	Empiris	Dipengaruhi tingkat pemahaman dan informasi.	Mempersempit fokus pada tingkat kelurahan.
Hermanto & Syahril (2020)	Pengetahuan dan persepsi bank syariah	Kuantitatif	Pengetahuan berhubungan dengan persepsi.	Menguraikan persepsi secara kualitatif (3 dimensi).
Fauziah et al. (2022)	Literasi/persepsi bank syariah	Empiris	Keterbatasan literasi menghambat pemanfaatan.	Menelaah keterbatasan khusus akad pembiayaan.
Rhomadoni (2022)	Minat masyarakat menggunakan bank	Kualitatif	Minat dipengaruhi persepsi & hal praktis.	Menganalisis hubungan intensi & perilaku aktual.
Mustofa & Jannah (2022)	Keputusan menggunakan produk	Empiris	Pemahaman & kemudahan berpengaruh.	Menekankan konteks Kelurahan Jawa & hambatan payroll.
Nurul Latifa (2024)	Persepsi Kelurahan Imopuro	Kualitatif	Masyarakat memandang ada kemiripan produk.	Fokus spesifik pembiayaan & tiga dimensi Walgito.

Sumber : Diolah peneliti, 2026

Posisi dan lokasi dalam penelitian ini terletak pada fokusnya terhadap produk pembiayaan perbankan syariah dengan objek masyarakat Kelurahan Jawa Kecamatan Samarinda Ulu serta penggunaan tiga dimensi persepsi Walgito, yaitu kognitif, afektif, dan konatif.

METODE PENELITIAN

Jenis dan Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif. Pendekatan kualitatif dipilih karena penelitian bertujuan memperoleh pemahaman secara mendalam mengenai persepsi masyarakat terhadap produk pembiayaan perbankan syariah.

Penelitian deskriptif digunakan untuk menggambarkan kondisi dan pandangan masyarakat berdasarkan informasi yang diperoleh di lapangan.

Fokus Penelitian

Dalam penelitian ini, persepsi masyarakat terhadap pembiayaan perbankan syariah dianalisis melalui tiga dimensi.

1. Dimensi Kognitif

Dimensi kognitif berkaitan dengan pengetahuan dan pemahaman masyarakat terhadap produk pembiayaan perbankan syariah. Indikatornya meliputi pemahaman mengenai konsep syariah, prinsip dasar pembiayaan, larangan riba, sistem bagi hasil, serta pengetahuan terhadap akad yang digunakan.

2. Dimensi Afektif

Dimensi afektif berkaitan dengan sikap, perasaan, keyakinan, dan penilaian masyarakat terhadap produk pembiayaan syariah. Dimensi ini dapat tercermin melalui tingkat kepercayaan masyarakat terhadap prinsip syariah, rasa aman, kenyamanan, serta penilaian terhadap manfaat produk pembiayaan.

3. Dimensi Konatif

Dimensi konatif berkaitan dengan kecenderungan perilaku masyarakat sebagai hasil dari pengetahuan dan penilaian yang telah terbentuk. Dalam penelitian ini, dimensi konatif dilihat dari keinginan masyarakat untuk menggunakan atau beralih ke produk pembiayaan syariah serta kecenderungan untuk merekomendasikan produk tersebut kepada keluarga maupun lingkungan sekitar.

Lokasi Penelitian

Penelitian dilaksanakan di Kelurahan Jawa, Kecamatan Samarinda Ulu, Kota Samarinda, Kalimantan Timur. Pemilihan lokasi didasarkan pada adanya keberagaman karakteristik masyarakat dan temuan awal mengenai perbedaan pemahaman serta pandangan terhadap perbankan syariah.

Informan Penelitian

Informan ditentukan menggunakan teknik purposive sampling. Penelitian melibatkan 10 orang masyarakat Kelurahan Jawa dengan karakteristik sosial, usia, pekerjaan, serta pengalaman menggunakan layanan perbankan yang beragam. Keberagaman tersebut digunakan untuk memperoleh gambaran persepsi yang lebih luas, baik dari masyarakat yang telah menjadi nasabah maupun masyarakat yang belum menggunakan produk perbankan syariah. Pemilihan informan dilakukan secara purposive dengan mempertimbangkan kriteria substantif, yaitu:

1. Berdomisili di Kelurahan Jawa, Kecamatan Samarinda Ulu

2. Berusia minimal 18 tahun
3. Memiliki pengalaman atau pengetahuan mengenai layanan perbankan
4. Mencakup pengguna dan nonpengguna perbankan syariah
5. Bersedia memberikan informasi secara mendalam mengenai pengetahuan, sikap, serta kecenderungan perilaku terhadap produk pembiayaan perbankan syariah.

Profil informan perlu disajikan dalam tabel 2 untuk memperjelas karakteristik sumber data dan konteks sosial penelitian.

Tabel 2.
Profil Informan Penelitian

No.	Nama Informan	Usia	Pekerjaan	Status Bank
1.	Sri Sundari	49	Pedagang	Konvensional
2.	Siswanto	64	Ketua RT & Tokoh Masyarakat	Konvensional
3.	Hairul Insan	29	Ustadz & Marbot Masjid	Konvensional
4.	Muhammad Farell Pambudi	22	Mahasiswa	Syariah
5.	Wiwik	62	Ibu Rumah Tangga	Konvensional
6.	Prastiawan	37	Tenaga Pendidik	Keduanya
7.	Prahadi	50	Swasta	Konvensional
8.	Tien Wahyuni	57	PNS	Syariah
9.	Dimas	24	Satpam	Konvensional
10.	Nuriyani	55	Wiraswasta	Konvensional

Sumber : Diolah peneliti, 2026

Data dikumpulkan melalui wawancara mendalam, observasi, dan dokumentasi. Keabsahan data dijamin melalui triangulasi sumber, triangulasi teknik, dan member check. Analisis data menggunakan model Miles, Huberman, dan Saldaña (2014) yang meliputi tahapan kondensasi data, penyajian data, serta penarikan dan verifikasi kesimpulan.

Teknik Pengumpulan Data

Data dalam penelitian Ini dikumpulkan melalui:

1. Wawancara mendalam, untuk memperoleh informasi mengenai pengetahuan, sikap, pengalaman, dan kecenderungan perilaku masyarakat.
2. Observasi, untuk memperoleh gambaran kondisi dan konteks sosial masyarakat di lokasi penelitian.

3. Dokumentasi, untuk melengkapi data yang diperoleh melalui wawancara dan observasi.

Pengumpulan data lapangan dilaksanakan pada 7 hingga 20 Juni 2026 selama dua minggu. Wawancara dengan setiap informan berlangsung sekitar 4 hingga 8 menit, bergantung pada keluasan jawaban dan respons informan terhadap pertanyaan lanjutan. Pedoman wawancara disusun secara semi-terstruktur berdasarkan tiga dimensi persepsi Walgito, yaitu pengetahuan dan pemahaman akad serta prinsip syariah pada dimensi kognitif; sikap, keyakinan, rasa aman, dan penilaian terhadap manfaat pada dimensi afektif; serta keinginan menggunakan atau merekomendasikan pembiayaan syariah pada dimensi konatif. Pertanyaan bersifat terbuka agar informan dapat menjelaskan pengalaman, pertimbangan, dan alasan yang mendasari jawabannya.

Pedoman wawancara ditelaah dan diujicobakan secara terbatas untuk memastikan keterpahaman pertanyaan bagi informan dengan latar belakang pendidikan yang beragam. Setelah wawancara, data ditranskripsikan dan dikodekan secara manual. Coding awal dilakukan dengan memberikan label pada pernyataan yang berkaitan dengan pengetahuan akad dan riba, keyakinan serta penilaian terhadap nilai syariah, manfaat dan pelayanan, minat penggunaan, serta hambatan administratif dan praktis. Kode yang memiliki kesamaan makna kemudian dikelompokkan ke dalam kategori kognitif, afektif, dan konatif. Selanjutnya, kategori dibandingkan antarinforman untuk mengidentifikasi pola, variasi, dan hubungan antartemuan. Hasil pengodean disusun dalam matriks temuan dan diinterpretasikan menggunakan kerangka persepsi Walgito serta perspektif Perilaku Konsumsi dalam Islam.

Jumlah 10 informan dinilai memadai untuk tujuan penelitian deskriptif kualitatif ini karena pada wawancara informan terakhir pola jawaban yang muncul telah berulang pada ketiga dimensi persepsi dan tidak ditemukan tema substantif baru yang mengubah kategori analisis. Kecukupan informan ditentukan berdasarkan kejenuhan informasi dalam konteks penelitian, sehingga jumlah tersebut tidak dimaksudkan sebagai dasar generalisasi statistik terhadap seluruh masyarakat.

Keabsahan Data

Keabsahan data dilakukan melalui triangulasi sumber, triangulasi teknik, dan member checking. Triangulasi sumber dilakukan dengan membandingkan keterangan antar-informan yang memiliki latar belakang dan pengalaman perbankan berbeda. Triangulasi teknik dilakukan dengan membandingkan hasil wawancara dengan hasil observasi dan dokumentasi. Member checking dilakukan setelah proses transkripsi dengan menyampaikan ringkasan informasi atau hasil pemaknaan wawancara kepada informan untuk memperoleh konfirmasi mengenai kesesuaian isi dengan pengalaman yang mereka sampaikan. Langkah tersebut digunakan untuk mengurangi kesalahan interpretasi peneliti terhadap data lapangan.

Teknik Analisis Data

Analisis data dalam penelitian ini menggunakan model Miles, Huberman, dan Saldaña (2014), yang meliputi tiga tahapan utama, yaitu:

1. Kondensasi data, yaitu proses memilih, memusatkan perhatian, menyederhanakan, dan mengorganisasikan data penelitian.
2. Penyajian data, yaitu menyusun data dalam bentuk uraian, tabel, atau matriks agar hubungan antartemuan dapat dipahami.
3. Penarikan dan verifikasi kesimpulan, yaitu menemukan pola dan makna dari data serta melakukan pemeriksaan kembali terhadap kesimpulan yang diperoleh.

Analisis tersebut dilakukan berdasarkan tiga dimensi persepsi Walgito, yaitu kognitif, afektif, dan konatif.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Gambaran Umum Persepsi Masyarakat

Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi masyarakat Kelurahan Jawa terhadap produk pembiayaan perbankan syariah bersifat beragam. Variasi tersebut terutama terlihat pada tingkat pengetahuan, pengalaman, sikap, dan kecenderungan menggunakan produk pembiayaan syariah. Secara umum, masyarakat telah mengenal keberadaan bank syariah dan memahami bahwa operasionalnya didasarkan pada prinsip Islam serta menghindari riba.

Meskipun demikian, pemahaman mengenai mekanisme teknis pembiayaan, khususnya karakteristik akad, masih relatif terbatas. Pada saat yang sama, masyarakat cenderung memberikan penilaian positif terhadap dimensi religius dan kualitas pelayanan perbankan syariah serta menunjukkan ketertarikan terhadap produk pembiayaan. Namun, ketertarikan tersebut belum selalu bertransformasi menjadi penggunaan aktual karena masih terdapat pertimbangan fungsional dan hambatan institusional.

Persepsi pada Dimensi Kognitif

pada dimensi kognitif, sebagian besar masyarakat telah mempunyai basic awareness mengenai perbankan syariah sebagai lembaga tanpa bunga/riba. Namun, pemahaman terhadap mekanisme teknis akad (murabahah, mudharabah, musyarakah) masih sangat terbatas. Hal ini disampaikan langsung oleh Informan 1 Ibu Sri Sundari (49 tahun, pedagang):

"Saya tahu bank syariah itu bank Islam yang tidak pakai bunga atau riba. Tapi kalau soal istilah akad-akad seperti murabahah atau mudharabah itu saya kurang paham mba, cuma tahu pokoknya bank syariah itu ya bank tanpa bunga. Saya rasa bank syariah sama konvensional itu pada dasarnya sama saja, bedanya cuma di nama dan istilah produknya yang pakai bahasa Arab."

Kondisi serupa juga diungkapkan oleh Informan 5 Ibu Wiwik (62 tahun, ibu rumah tangga):

"Pengetahuan saya soal bank syariah masih terbatas mba. Saya cuma tahu itu bank tanpa riba. Kalau akad-akad di dalamnya apa saja saya jujur belum paham, dan saya rasa bank syariah"

sama konvensional ada kesamaannya karena sama-sama pakai sistem perjanjian atau akad. Lagipula prosedurnya saya dengar rumit, jadi saya lebih nyaman pakai bank biasa saja."

Persepsi pada Dimensi Afektif

Pada dimensi afektif, masyarakat cenderung memberikan penilaian positif terhadap aspek religiusitas perbankan syariah. Kehadiran Dewan Pengawas Syariah serta penerapan bagi hasil memberikan ketenangan spiritual. Sebagaimana dipaparkan oleh Informan 3 Bapak Hairul Insan (29 tahun, marbot & ustadz):

"Saya yakin bank syariah itu benar-benar menerapkan prinsip Islam karena ada pengawasan dari Dewan Pengawas Syariah (DPS). Menggunakan pembiayaan syariah membuat hati jauh lebih tenang karena terhindar dari dosa riba dan sistemnya terasa lebih adil."

Dari sisi kualitas pelayanan, Informan 6 Bapak Prastiawan (37 tahun, pendidik) menegaskan:

"Pelayanan petugas di bank syariah sangat ramah dan transparan dalam menjelaskan margin maupun akadnya. Karyawannya komunikatif dan mencerminkan nilai Islami, jadi kita merasa dihargai dan aman."

Namun, terdapat skeptisisme terkait evaluasi biaya rasional yang disampaikan oleh Informan 7 Bapak Prahadi (50 tahun, swasta):

"Secara prinsip saya setuju bank syariah itu bagus karena bernuansa Islami. Tapi kadang saya masih ragu karena dari cerita teman-teman, cicilan pembiayaannya kalau dihitung-hitung jatuhnya mirip saja atau bahkan sedikit lebih tinggi harganya dibanding bank konvensional."

Persepsi pada Dimensi Konatif

Pada dimensi konatif, terdapat kesenjangan antara intensi dan perilaku aktual masyarakat. Faktor keterikatan sistem penggajian (payroll) pada bank konvensional menjadi salah satu hambatan konatif utama, seperti dituturkan oleh Informan 8 Ibu Tien Wahyuni (57 tahun, PNS):

"Sebenarnya banyak teman kantor yang ingin beralih total ke bank syariah. Tapi hambatan utamanya adalah sistem gaji (payroll) kami sudah terkunci di bank konvensional. Jadi kalau mau ambil pembiayaan syariah rasanya agak repot karena harus memindahkan dana atau mengurus administrasi potong gaji secara manual."

Sementara bagi kelompok UMKM, hambatan birokrasi jaminan menjadi penahan, seperti diungkapkan Informan 10 Ibu Nuriyani (55 tahun, wiraswasta):

"Keinginan ada untuk pakai pembiayaan syariah buat tambah modal. Tapi bayangan saya prosedurnya bakal rumit, syarat jaminannya berat, dan takut tidak bisa bayar kalau usaha lagi sepi. Jadi akhirnya ya bertahan dengan modal seadanya saja."

Sintesis Temuan

Untuk memberikan gambaran secara menyeluruh mengenai persepsi masyarakat Kelurahan Jawa Kecamatan Samarinda Ulu terhadap produk pembiayaan perbankan syariah, hasil temuan dari ketiga dimensi persepsi yaitu kognitif, afektif, dan konatif disintesis ke dalam bentuk matriks. Sintesis ini menyajikan hubungan antara temuan utama di lapangan, hambatan yang dihadapi masyarakat, serta implikasi strategis bagi pengembangan perbankan syariah. Ringkasan keterkaitan antar dimensi persepsi tersebut disajikan dalam Tabel 3 berikut:

Tabel 3
Matriks Sintesis Temuan Persepsi Masyarakat Terhadap Produk Pembiayaan Perbankan Syariah

Dimensi	Temuan Utama	Hambatan	Implikasi
Kognitif	Memahami prinsip dasar bebas riba, namun buta skema mekanisme akad.	Keterbatasan edukasi dan literasi keuangan syariah praktis.	Edukasi mendalam mengenai perbedaan substantif akad mutlak diperlukan.
Afektif	Kepercayaan emosional tinggi terhadap DPS dan kenyamanan aspek pelayanan.	Skeptisisme rasional terhadap nominal beban biaya/angsuran.	Perlu transparansi formula bagi hasil dan keadilan margin.
Konatif	Adanya minat kuat untuk migrasi atau menggunakan pembiayaan syariah.	Keterikatan payroll dan konvensional prosedur agunan yang kaku.	Simplifikasi birokrasi pengajuan dan ekspansi kemitraan payroll instansi.

Sumber : Data Diolah Peneliti, 2026

Sintesis temuan diatas menunjukkan bahwa ketiga dimensi persepsi saling berhubungan. Pengetahuan dan pemahaman menjadi dasar bagi pembentukan sikap, sedangkan sikap selanjutnya berkaitan dengan kecenderungan perilaku. Keterbatasan pengetahuan dapat memunculkan keraguan, sementara pengalaman positif dan kepercayaan terhadap prinsip syariah dapat memperkuat minat menggunakan pembiayaan. Namun, hubungan tersebut tidak bersifat deterministik karena faktor eksternal, seperti keterikatan *payroll* dan prosedur administratif, dapat menghambat aktualisasi minat meskipun persepsi masyarakat terhadap pembiayaan syariah telah terbentuk secara positif.

Pembahasan

Temuan penelitian ini memiliki keterkaitan dengan hasil penelitian terdahulu yang berada di landasan teori mengenai persepsi masyarakat terhadap perbankan syariah. Sirat (2010) menunjukkan bahwa persepsi masyarakat terhadap perbankan syariah bersifat beragam, sedangkan Hermanto dan Syahril (2020) menempatkan pengetahuan dan pemahaman sebagai bagian penting dalam pembentukan persepsi. Hasil penelitian ini memperlihatkan pola yang

sejalan, yaitu masyarakat telah memiliki kesadaran umum mengenai prinsip syariah, tetapi pemahaman mengenai mekanisme produk pembiayaan belum merata. Temuan mengenai anggapan bahwa pembiayaan syariah memiliki kemiripan dengan pembiayaan konvensional juga sejalan dengan Rhomadoni (2022) dan Nurul Latifa (2024). Penelitian ini memperkuat temuan bahwa persoalan penerimaan masyarakat bukan semata-mata terletak pada keberadaan produk, melainkan pada kemampuan masyarakat memahami perbedaan substantif antara akad syariah dan mekanisme pembiayaan konvensional. Dan temuan penelitian ini juga memperlihatkan bahwa persepsi masyarakat Kelurahan Jawa terhadap pembiayaan perbankan syariah secara umum cenderung positif, tetapi belum sepenuhnya didukung oleh pemahaman teknis dan kemudahan akses.

Pada aspek dari dimensi kognitif, masyarakat telah mengetahui karakteristik umum perbankan syariah. Akan tetapi, pemahaman terhadap akad dan mekanisme pembiayaan belum merata. Hal tersebut menunjukkan adanya kebutuhan untuk mengembangkan literasi keuangan syariah yang lebih aplikatif. Edukasi tidak hanya menjelaskan bahwa bank syariah bebas riba, tetapi juga perlu menjelaskan bagaimana akad pembiayaan diterapkan dalam kehidupan sehari-hari. Pada aspek dari dimensi afektif, keyakinan masyarakat terhadap perbankan syariah menjadi salah satu faktor penting dalam membentuk kepercayaan. Keberadaan pengawasan syariah, pelayanan yang baik, serta transparansi informasi dapat memperkuat sikap positif tersebut. Pada aspek dari dimensi konatif, masyarakat menunjukkan adanya minat untuk menggunakan produk pembiayaan syariah. Namun, minat tersebut belum selalu diwujudkan dalam bentuk tindakan karena adanya hambatan struktural dan administratif. Hal ini menunjukkan bahwa peningkatan partisipasi masyarakat tidak cukup hanya dilakukan melalui promosi. Perbankan syariah juga perlu memahami hambatan yang dihadapi masyarakat dalam proses pengajuan dan penggunaan produk.

Strategi peningkatan penggunaan pembiayaan syariah perlu dilakukan secara terintegrasi melalui peningkatan literasi, penguatan kepercayaan, peningkatan kualitas pelayanan, transparansi akad dan biaya, serta penyederhanaan proses administrasi. Temuan penelitian menunjukkan bahwa persepsi masyarakat terhadap pembiayaan syariah tidak hanya ditentukan oleh tingkat pengetahuan, tetapi juga oleh pertimbangan nilai yang melekat pada keputusan penggunaan produk. Pada dimensi kognitif, keterbatasan pemahaman terhadap akad menunjukkan bahwa masyarakat belum sepenuhnya memahami nilai fungsional dan mekanisme produk pembiayaan. Pada dimensi afektif, keyakinan bahwa pembiayaan syariah sesuai dengan prinsip Islam menunjukkan kuatnya pertimbangan nilai syariah dalam membentuk sikap masyarakat. Sementara itu, pada dimensi konatif, minat menggunakan pembiayaan syariah belum selalu berubah menjadi tindakan karena nilai syariah yang dinilai positif harus berhadapan dengan pertimbangan fungsional, seperti prosedur, persyaratan, payroll, dan kemampuan membayar.

Secara teoritis, penelitian ini memperluas penerapan teori persepsi Walgito dengan menunjukkan bahwa dimensi kognitif, afektif, dan konatif perlu dipahami sebagai dimensi yang

saling berinteraksi, bukan sebagai tahapan yang sepenuhnya terpisah. Interaksi tersebut berlangsung bersama pertimbangan nilai fungsional dan nilai syariah dalam proses pengambilan keputusan. Pengetahuan mengenai akad menjadi dasar evaluasi, nilai syariah memperkuat sikap dan kepercayaan, sedangkan keputusan aktual dipengaruhi oleh kemampuan masyarakat menerjemahkan penilaian tersebut ke dalam pilihan yang secara praktis dapat dilakukan. Dengan demikian, penelitian ini memberikan kontribusi pada pemahaman mengenai mengapa penerimaan terhadap prinsip syariah dapat terbentuk tanpa selalu diikuti penggunaan aktual produk pembiayaan.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian mengenai persepsi masyarakat Kelurahan Jawa, Kecamatan Samarinda Ulu, terhadap produk pembiayaan perbankan syariah, dapat disimpulkan bahwa persepsi masyarakat terbentuk melalui keterkaitan tiga dimensi, yaitu kognitif, afektif, dan konatif.

Pertama, pada dimensi kognitif, masyarakat pada umumnya telah mengenal perbankan syariah dan memahami prinsip dasarnya, terutama terkait penerapan prinsip Islam dan larangan riba. Namun, pemahaman mengenai jenis pembiayaan dan karakteristik akad, seperti murabahah, mudharabah, dan musyarakah, masih terbatas. Pemahaman yang lebih baik cenderung ditemukan pada informan yang memiliki pengalaman langsung dengan layanan perbankan syariah.

Kedua, pada dimensi afektif, masyarakat menunjukkan penilaian yang cenderung positif terhadap produk pembiayaan syariah. Kepercayaan tersebut berkaitan dengan keyakinan terhadap kesesuaian transaksi dengan prinsip Islam, keberadaan pengawasan syariah, penerapan bagi hasil, serta pengalaman pelayanan. Namun, keterbatasan informasi dan persepsi mengenai kemiripan pembiayaan syariah dengan kredit konvensional masih menjadi sumber keraguan bagi sebagian masyarakat.

Ketiga, pada dimensi konatif, masyarakat menunjukkan niat dan kecenderungan untuk menggunakan atau merekomendasikan produk pembiayaan syariah. Namun, aktualisasi niat tersebut masih menghadapi hambatan, terutama keterikatan sistem *payroll* pada bank konvensional, kekhawatiran mengenai persyaratan dan kemampuan memenuhi kewajiban pembayaran, serta persepsi bahwa prosedur administrasi relatif kompleks.

Secara keseluruhan, masyarakat Kelurahan Jawa menunjukkan persepsi yang cenderung positif terhadap pembiayaan perbankan syariah, tetapi persepsi tersebut belum selalu bertransformasi menjadi penggunaan aktual. Temuan menunjukkan bahwa nilai syariah berinteraksi dengan pertimbangan fungsional, seperti pemahaman akad, biaya, persyaratan, *payroll*, dan kemampuan membayar. Kontribusi penelitian ini terletak pada penjelasan integratif bahwa persepsi terhadap pembiayaan syariah terbentuk melalui hubungan antara dimensi kognitif, afektif, dan konatif serta pertimbangan nilai syariah dan fungsional. Oleh karena itu, peningkatan penggunaan produk pembiayaan tidak cukup hanya melalui penguatan citra syariah,

tetapi juga memerlukan penjelasan akad yang aplikatif, transparansi informasi biaya, dan pengurangan hambatan akses.

SARAN

Berdasarkan temuan penelitian, perbankan syariah perlu memperkuat strategi edukasi produk pembiayaan dengan menyajikan penjelasan akad secara sederhana, sistematis, dan berbasis contoh transaksi. Edukasi tidak cukup menekankan aspek bebas riba, tetapi perlu menjelaskan mekanisme akad, margin atau nisbah, persyaratan, biaya, hak dan kewajiban nasabah, serta tahapan pengajuan. Transparansi informasi tersebut dapat membantu masyarakat melakukan evaluasi secara lebih rasional terhadap manfaat fungsional sekaligus kesesuaian syariah. Selain itu, peningkatan kualitas komunikasi layanan dan penyederhanaan informasi mengenai hambatan administratif, termasuk keterkaitan *payroll*, perlu menjadi bagian dari strategi peningkatan akses.

Bagi masyarakat, peningkatan literasi keuangan syariah diperlukan agar calon pengguna mampu memahami perbedaan karakteristik akad, manfaat, kewajiban, biaya, dan konsekuensi penggunaan produk sebelum mengambil keputusan pembiayaan. Bagi peneliti selanjutnya, penelitian dapat dikembangkan dengan memperluas konteks wilayah, melibatkan variasi informan yang lebih beragam, serta membandingkan pengalaman pengguna dan nonpengguna pembiayaan syariah untuk memperoleh pemahaman yang lebih mendalam mengenai faktor pembentuk keputusan penggunaan.

Dalam konteks lokal, edukasi dapat dilakukan melalui forum komunitas, kegiatan lingkungan, dan pendekatan langsung yang melibatkan tokoh masyarakat serta pengurus setempat. Materi edukasi sebaiknya menggunakan simulasi sederhana untuk menjelaskan perbedaan murabahah, mudharabah, dan musyarakah. Bagi rumah tangga dan pelaku UMKM, literasi digital dapat dikembangkan melalui infografik dan simulasi pembiayaan. Sementara itu, lembaga perbankan dapat menyediakan lembar informasi akad yang memuat struktur transaksi, biaya, hak dan kewajiban, serta manfaat produk secara transparan dan mudah dipahami.

REFERENSI

- Antonio, M. S. (2001). *Bank syariah: Dari teori ke praktik*. Jakarta: Gema Insani.
- Aprilya, N. W., Parakkasi, I., & Sudirman. (2024). Perilaku konsumsi dalam ekonomi Islam: Studi kepustakaan komprehensif. *Adilla: Jurnal Ekonomi Syariah*, 7(2), 151–169. <https://doi.org/10.52166/adilla.v7i2.6556>
- Ascarya. (2011). *Akad dan produk bank syariah*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Ashari, D. R. W., Al Haris, M. B., Rifa'i, A., & Hidayati, A. (2023). Persepsi masyarakat terhadap mitos dan fakta perbankan syariah. *SINDA: Comprehensive Journal of Islamic Social Studies*, 3(2), 125–133. <https://doi.org/10.28926/sinda.v3i2.1178>
- Budiono, A. (2017). Penerapan prinsip syariah pada lembaga keuangan syariah. *Law and Justice*, 2(1), 54–65. <https://doi.org/10.23917/laj.v2i1.4337>

- Dewan Syariah Nasional–Majelis Ulama Indonesia. (n.d.). *Fatwa Dewan Syariah Nasional–Majelis Ulama Indonesia*. <https://dsnmu.or.id/>
- Dusuki, A. W. (2008). Understanding the objectives of Islamic banking: A survey of stakeholders' perspectives. *International Journal of Islamic and Middle Eastern Finance and Management*, 1(2), 132–148. <https://doi.org/10.1108/17538390810880982>
- Faizul, F., Nurwahida, N., Wulandari, S., & Damayanti, D. (2021). Persepsi pengetahuan dan sikap masyarakat terhadap perbankan syariah. *Asy-Syarikah: Jurnal Lembaga Keuangan, Ekonomi dan Bisnis Islam*, 3(2), 140–146. <https://doi.org/10.47435/asy-syarikah.v3i2.688>
- Fauziah, S., Jalaludin, J., & Sopian, A. A. (2022). Analisis persepsi masyarakat terhadap perbankan syariah di Desa Marancang Kabupaten Purwakarta. *EKSISBANK: Ekonomi Syariah dan Bisnis Perbankan*, 6(1), 58–68. <https://doi.org/10.37726/ee.v6i1.349>
- Fitriah, R. R. A., Mahardhika, S. G., Zulfikar, A. L., & Widayati, N. (2025). Perception as a moderating variable of the influence of Sharia financial literacy on the decision to become a BSI customer. *Jurnal Teknologi dan Manajemen Industri Terapan (JTMIT)*, 4(1), 111–117. <https://doi.org/10.55826/jtmit.v4i1.834>
- Fitriah, R. R. A., Setyadi, D., Mintarti, S., Paminto, A., & Yudaruddin, R. (2026). Behavioral biases and Islamic ethical values: Determinants of investment decisions among treasury dealers in Islamic banks. *Risk Governance and Control: Financial Markets & Institutions*, 16(2), 91–101. <https://doi.org/10.22495/rgcv16i2p8>
- Hermanto, B., & Syahril, S. (2020). Persepsi masyarakat terhadap perbankan syariah di Kabupaten Sumenep. *Performance: Jurnal Bisnis & Akuntansi*, 10(1), 77–92. <https://doi.org/10.24929/feb.v10i1.973>
- Hidayatullah, M. S. (2022). Strategi mengoptimalkan peran DPS dalam penegakan prinsip syariah di lembaga keuangan syariah: Upaya menjaga *sharia compliance*. *Bilancia: Jurnal Studi Ilmu Syariah dan Hukum*, 16(1), 101–116. <https://doi.org/10.24239/blc.v16i1.907>
- Ilyas, R. (2019). Analisis risiko pembiayaan bank syariah. *BISNIS: Jurnal Bisnis dan Manajemen Islam*, 7(2), 189–202. <https://doi.org/10.21043/bisnis.v7i2.6019>
- Marusnia, F. J., Nursyahadah, F., & Hendra, J. (2024). Teori perilaku konsumsi Islam sebagai alternatif paradigma di era modern. *Al-Sharf: Jurnal Ekonomi Islam*, 5(3), 302–313. <https://doi.org/10.56114/al-sharf.v5i3.11886>
- Miles, M. B., Huberman, A. M., & Saldaña, J. (2014). *Qualitative data analysis: A methods sourcebook* (3rd ed.). Thousand Oaks, CA: SAGE Publications.
- Moleong, L. J. (2018). *Metodologi penelitian kualitatif* (Edisi revisi, Cet. ke-38). Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Mustofa, M. A., Jannah, M. F., & Zaman, M. I. (2022). Persepsi masyarakat dalam kebijakan merger Bank Syariah Indonesia: Studi kasus Kabupaten Tegal. *Jurnal Ekonomika dan Bisnis Islam*, 5(1), 207–216. <https://doi.org/10.26740/jekobi.v5n2.p207-216>
- Nafisah, F. D. (2024). Persepsi masyarakat terhadap perbankan syariah: Studi kasus nasabah Bank Syariah Indonesia. *Hasina: Jurnal Akuntansi dan Bisnis Syariah*, 1(1), 64–70. <https://doi.org/10.35897/hasina.v1i1.1490>

- Nurmahadi, N., & Setyorini, C. T. (2018). Maqasid syariah dalam pengukuran kinerja lembaga keuangan syariah di Indonesia. *JAS: Jurnal Akuntansi Syariah*, 2(1), 29–55. <https://ejournal.stiesyariahbangkalis.ac.id/index.php/jas/article/view/130>
- Otoritas Jasa Keuangan. (2026, August 11). *Siaran pers bersama: Indeks literasi dan inklusi keuangan masyarakat meningkat, OJK, LPS, dan BPS umumkan hasil Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan (SNLIK) tahun 2026*. <https://ojk.go.id/id/berita-dan-kegiatan/siaran-pers/Pages/Hasil-SNLIK-Tahun-2026.aspx>
- Rhomadoni, S., & Khairan. (2022). Persepsi masyarakat terhadap produk perbankan syariah di Bandar Lor Kota Kediri. *At-Tamwil: Kajian Ekonomi Syariah*, 4(2), 185–201. <https://doi.org/10.33367/at-tamwil.v4i2.2980>
- Riyanto, A., & Andrianie, R. (2024). JUAL BELI ONLINE PERSPEKTIF HUKUM ISLAM. *Jurnal Ekonomika: Manajemen, Akuntansi, Dan Perbankan Syari'ah*, 13(1), 176–185. Retrieved from <https://journal.uwgm.ac.id/ekonomika/article/view/2313>
- Rosiana, T. F. (2021). *Persepsi masyarakat terhadap pembiayaan pada bank dan lembaga keuangan syariah (Studi kasus pedagang di Pekalongan)* [Undergraduate thesis, IAIN Metro]. Repository IAIN Metro. <https://repository.metrouniv.ac.id/id/eprint/5659/>
- Rusdianto, H., & Ibrahim, C. (2016). Pengaruh produk bank syariah terhadap minat menabung dengan persepsi masyarakat sebagai variabel moderating di Pati. *Equilibrium: Jurnal Ekonomi Syariah*, 4(1), 43–61. <https://doi.org/10.21043/equilibrium.v4i1.1837>
- Sa'diyah, M., Gumilar, A. G., & Susilo, E. (2021). Uji maqashid syariah perbankan syariah di Indonesia. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 7(1), 373–385. <https://doi.org/10.29040/jiei.v7i1.1725>
- Sirat, A. H. (2010). Persepsi masyarakat terhadap perbankan syariah di Kota Makassar. *Al-Qalam*, 16(2), 153–160. <https://doi.org/10.31969/alq.v16i2.481>
- Siregar, O. M. (2020). *Persepsi masyarakat terhadap bank syariah*. Medan: Pustaka Ekonomi Islam.
- Srisusilawati, P., Hardianti, P. D., Erlianti, N., Pitsyahara, I. R., & Nuraeni, S. K. (2022). Implementasi maqashid syariah terhadap produk perbankan syariah. *Al-Mustashfa: Jurnal Penelitian Hukum Ekonomi Syariah*, 7(1), 1–11. <https://doi.org/10.24235/jm.v7i1.8409>
- Sugiyono. (2019). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D* (Cet. ke-27). Bandung: Alfabeta.
- Walgito, B. (2010). *Pengantar psikologi umum* (Ed. ke-5). Yogyakarta: Andi Offset.