Journal of Innovative and Creativity
Journal Homepage: https://joecy.org/index.php/joecy
e-mail: journaljoecy@gmail.com

Faculty of Education
University of Pahlawan Tuanku Tambusai
ISSN 2775-771X (Online)
ISSN 2962-570X **(Printed)**
5 (2) 2025, Page: 2227-2234

Persepsi dan Pengalaman Masyarakat tentang Lembaga Keuangan Syariah

Ahmad Indra Yani[1], Reza Hilmy Luayyin[2]
Institut Ahmad Dahlan Probolinggo
Corresponding Author: Ahmad Indra Yani, e-mail: indraaiy22@gmail.com

Published: May, 2025

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji persepsi dan pengalaman masyarakat terhadap lembaga keuangan syariah (LKS) di tengah meningkatnya perkembangan industri keuangan berbasis syariah di Indonesia. Persepsi masyarakat menjadi faktor penting dalam membentuk kepercayaan dan partisipasi terhadap layanan LKS, sementara pengalaman pengguna dapat memengaruhi loyalitas dan kepuasan nasabah. Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif dengan teknik pengumpulan data melalui kuesioner yang disebarkan kepada 100 responden yang pernah menggunakan layanan LKS. Data dianalisis secara deskriptif kuantitatif untuk mengetahui kecenderungan sikap dan pengalaman masyarakat. Hasil penelitian menunjukkan bahwa mayoritas masyarakat memiliki persepsi positif terhadap prinsip syariah yang diterapkan oleh LKS, namun masih terdapat keterbatasan pemahaman terhadap akad-akad tertentu. Dari sisi pengalaman, sebagian besar responden merasa puas dengan pelayanan, transparansi, dan kemudahan akses, meskipun masih terdapat keluhan terkait kecepatan layanan dan keterbatasan produk. Temuan ini menunjukkan bahwa meskipun persepsi dan pengalaman masyarakat cenderung positif, diperlukan upaya peningkatan edukasi dan kualitas layanan oleh LKS untuk memperluas jangkauan dan memperkuat kepercayaan masyarakat.

Kata Kunci: persepsi masyarakat, pengalaman pengguna, lembaga keuangan syariah, kepuasan layanan

© The Author(s). 2021 Open Access This article is licensed under a Creative Commons Atibution 4.0 International License, which permits use, sharing, adaptation, distribution and reproduction in any medium or format, as long as you give appropriate credit to the original author(s) and the source, provide a link to the Creative Commons licence, and indicate if changes were made. The images or other third party material in this article are included in the article's Creative Commons licence, unless indicated otherwise in a credit line to the material. To view a copy of this licence, visit http://creativecommons.org/licenses/by/4.0

PENDAHULUAN

Perkembangan lembaga keuangan syariah (LKS) di Indonesia menunjukkan tren yang semakin meningkat, seiring dengan kesadaran masyarakat Muslim terhadap pentingnya sistem keuangan yang sesuai dengan prinsip-prinsip syariah. Berdasarkan data Otoritas Jasa Keuangan (OJK), pertumbuhan aset perbankan syariah di Indonesia terus mengalami peningkatan setiap tahunnya, meskipun pangsa pasarnya masih relatif kecil dibandingkan perbankan konvensional. Hal ini menandakan adanya peluang besar yang dapat dioptimalkan melalui peningkatan literasi dan inklusi keuangan syariah di tengah masyarakat (Putra SARATIAN et al., 2023).

Namun, pertumbuhan lembaga keuangan syariah tidak hanya ditentukan oleh kinerja finansial semata, melainkan juga sangat bergantung pada bagaimana masyarakat memersepsikan dan mengalami interaksi langsung dengan lembaga tersebut. Persepsi masyarakat terhadap LKS mencakup pengetahuan, pemahaman, dan sikap mereka terhadap prinsip-prinsip syariah yang diterapkan dalam sistem keuangan. Sementara itu, pengalaman masyarakat berinteraksi dengan LKS,

baik sebagai nasabah maupun pengguna jasa lainnya, dapat memengaruhi tingkat kepuasan, loyalitas, dan kepercayaan mereka (Ngaha & Moungou Mbenda, 2024).

Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa persepsi positif masyarakat terhadap LKS sering kali dipengaruhi oleh faktor religiusitas, citra lembaga, dan kualitas pelayanan (Khamis et al., 2024). Sementara itu, pengalaman negatif seperti ketidaksesuaian akad, kurangnya transparansi informasi, atau keterbatasan layanan dapat menjadi penghambat dalam peningkatan loyalitas nasabah (Yohanna et al., 2024). Oleh karena itu, pemahaman yang komprehensif terhadap persepsi dan pengalaman masyarakat sangat penting untuk pengembangan strategi LKS yang lebih responsif dan inklusif.

Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini berupaya untuk menjawab pertanyaan: bagaimana persepsi dan pengalaman masyarakat terhadap lembaga keuangan syariah? Sejauh mana tingkat kepuasan dan pemahaman masyarakat terhadap layanan dan prinsip-prinsip yang diterapkan oleh LKS?

TUJUAN

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi dan menganalisis persepsi masyarakat terhadap prinsip dan layanan lembaga keuangan syariah, serta menggali pengalaman mereka dalam menggunakan produk dan jasa keuangan syariah. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat praktis bagi lembaga keuangan syariah dalam meningkatkan kualitas layanan dan pendekatan edukatif kepada masyarakat. Selain itu, secara akademik, penelitian ini dapat menambah literatur yang berkaitan dengan perilaku konsumen dalam konteks keuangan syariah di Indonesia.

TINJAUAN PUSTAKA

Teori Persepsi

Persepsi merupakan proses kognitif yang melibatkan penafsiran informasi sensoris oleh individu untuk membentuk gambaran terhadap suatu objek atau fenomena. Menurut Robbins dan Judge (Alfarizi, 2021), persepsi dipengaruhi oleh faktor internal seperti sikap, motif, pengalaman masa lalu, dan ekspektasi individu. Dalam konteks lembaga keuangan syariah, persepsi masyarakat mencakup bagaimana mereka memahami prinsip syariah, kepercayaan terhadap sistem non-riba, serta persepsi terhadap profesionalitas layanan.

Teori Pengalaman Konsumen

Pengalaman konsumen adalah akumulasi interaksi antara pelanggan dengan produk atau jasa yang mencakup aspek emosional, kognitif, dan sensori (Heykal & Khomsiyah, 2023). Dalam layanan keuangan syariah, pengalaman ini dapat mencakup kemudahan proses, keramahan staf, kejelasan

akad, serta kenyamanan menggunakan layanan. Pengalaman yang positif akan berdampak pada loyalitas dan kepercayaan, sementara pengalaman negatif dapat memicu ketidakpuasan.

Konsep Lembaga Keuangan Syariah

Lembaga keuangan syariah (LKS) merupakan institusi yang menjalankan fungsi intermediasi keuangan berdasarkan prinsip-prinsip syariah seperti larangan riba, gharar, dan maisir, serta penerapan akad seperti mudharabah, musyarakah, murabahah, ijarah, dan lainnya (Maraliza, 2024). LKS memiliki peran strategis dalam mendukung inklusi keuangan umat Islam melalui pembiayaan mikro, tabungan syariah, serta produk investasi halal.

Penelitian Terdahulu

Beberapa studi terdahulu menunjukkan adanya hubungan antara persepsi dan pengalaman terhadap preferensi masyarakat dalam memilih LKS. (Izzat Zulkefli et al., 2023) menemukan bahwa citra lembaga dan pengetahuan syariah berpengaruh signifikan terhadap persepsi masyarakat terhadap perbankan syariah. Sementara itu, (Waluyo et al., 2023) menekankan pentingnya kualitas layanan dalam menciptakan pengalaman positif yang meningkatkan loyalitas nasabah. Penelitian (Lestari & Masruchin, 2023) juga menunjukkan bahwa keterbatasan informasi dan pelayanan dapat menurunkan kepuasan terhadap LKS.

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei. Pendekatan ini dipilih untuk mengukur dan menganalisis persepsi serta pengalaman masyarakat terhadap lembaga keuangan syariah secara sistematis dan terstruktur.

Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian dilaksanakan di kecamatan Bantaran, yang memiliki perkembangan cukup pesat dalam penggunaan layanan lembaga keuangan syariah, pada periode Januari hingga Maret 2025.

Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat umum yang pernah menggunakan atau berinteraksi dengan lembaga keuangan syariah (baik bank syariah, koperasi syariah, maupun lembaga keuangan mikro syariah). Pengambilan sampel dilakukan menggunakan teknik purposive sampling, yaitu memilih responden berdasarkan kriteria tertentu, yakni:

- Berusia minimal 18 tahun.
- Pernah menggunakan minimal satu produk atau layanan lembaga keuangan syariah.

Jumlah sampel dalam penelitian ini sebanyak 100 responden.

Teknik Pengumpulan Data

Data primer dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner tertutup yang menggunakan skala Likert 1–5 (sangat tidak setuju hingga sangat setuju). Selain itu, wawancara singkat dilakukan terhadap beberapa responden untuk memperdalam pemahaman mengenai jawaban kuantitatif. Data sekunder diperoleh dari laporan Otoritas Jasa Keuangan (OJK), publikasi Badan Pusat Statistik (BPS), dan literatur terkait lembaga keuangan syariah.

Instrumen Penelitian

Kuesioner disusun berdasarkan indikator:

- Persepsi: pemahaman prinsip syariah, kepercayaan terhadap layanan LKS, persepsi terhadap profesionalitas staf.
- Pengalaman: kepuasan layanan, kemudahan transaksi, kejelasan informasi produk, serta hambatan yang dirasakan.

Teknik Analisis Data

Data yang diperoleh dianalisis secara deskriptif kuantitatif. Analisis dilakukan melalui beberapa tahap:

- Editing: memeriksa kelengkapan kuesioner yang dikembalikan.
- Coding: mengklasifikasikan jawaban responden ke dalam kategori tertentu.
- Tabulasi: menyusun data dalam bentuk tabel.
- Analisis Statistik Deskriptif: menghitung persentase, mean (rata-rata), dan standar deviasi untuk menggambarkan kecenderungan persepsi dan pengalaman masyarakat.

Untuk memperkuat analisis, beberapa teknik tabulasi silang (cross-tabulation) juga digunakan untuk melihat hubungan antara karakteristik responden dengan persepsi dan pengalaman mereka terhadap lembaga keuangan syariah.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

Karakteristik Responden

Penelitian ini melibatkan 100 responden dengan karakteristik demografis sebagai berikut: Sebanyak 55% responden berjenis kelamin laki-laki, dan 45% perempuan. Dari sisi usia, mayoritas

berusia 26–35 tahun (40%), diikuti 18–25 tahun (30%), 36–45 tahun (20%), dan selebihnya diatas 45tahun (10%). Berdasarkan tingkat pendidikan, responden didominasi oleh lulusan S1 (60%), SMA/SMK (30%),dan S2/S3 (10%).

Adapun pengalaman menggunakan layanan lembaga keuangan syariah menunjukkan bahwa 50% responden telah menggunakan lebih dari 3 tahun, 30% antara 1–3 tahun, dan 20% kurang dari 1 tahun. Data ini menunjukkan bahwa mayoritas responden merupakan kelompok usia produktif dengan tingkat pendidikan yang cukup tinggi, sehingga diharapkan mampu memberikan persepsi dan pengalaman yang kritis terhadap lembaga keuangan syariah.

Persepsi Masyarakat terhadap Lembaga Keuangan Syariah

Berdasarkan pengolahan data kuesioner terkait persepsi, diperoleh hasil sebagai berikut:

No	Indikator Persepsi	Rata-rata Skor (1–5)	Kategori
1	Pemahaman prinsip syariah	4,2	Sangat Baik
2	Kepercayaan terhadap penerapan syariah	4,3	Sangat Baik
3	Keadilan dibanding konvensional	4,1	Baik
4	Kesesuaian produk dengan kebutuhan	4,0	Baik
5	Profesionalitas staf LKS	4,1	Baik

Secara umum, rata-rata skor persepsi adalah 4,14, yang mengindikasikan bahwa masyarakat memiliki persepsi yang positif terhadap lembaga keuangan syariah.

Sebagian besar responden menyatakan bahwa prinsip syariah yang diterapkan lembaga keuangan syariah telah sesuai ekspektasi. Tingginya skor pemahaman prinsip syariah menunjukkan bahwa edukasi dan sosialisasi yang dilakukan lembaga keuangan syariah mulai membuahkan hasil. Kepercayaan masyarakat pun terbentuk, yang menjadi modal penting bagi keberlangsungan industri keuangan syariah di Indonesia.

Pengalaman Masyarakat terhadap Lembaga Keuangan Syariah

Pada aspek pengalaman, hasil pengolahan data menunjukkan:

No	Indikator Pengalaman	Rata-rata Skor (1–5)	Kategori
6	Kepuasan pelayanan	3,9	Baik
7	Kemudahan transaksi	3,8	Cukup Baik
8	Kejelasan informasi produk	3,9	Baik
9	Minimnya masalah penggunaan	3,7	Cukup Baik
10	Niat berkelanjutan menggunakan LKS	4,2	Sangat Baik

Rata-rata keseluruhan skor pengalaman adalah 3,9, yang mengindikasikan pengalaman pengguna terhadap lembaga keuangan syariah dalam kategori baik. Sebagian besar responden merasa puas terhadap pelayanan yang diberikan, terutama dalam hal kejelasan informasi produk dan niat

untuk terus menggunakan jasa lembaga keuangan syariah. Namun, pada aspek kemudahan transaksi dan minimnya kendala, terdapat ruang untuk perbaikan agar pengalaman pengguna menjadi lebih optimal.

PEMBAHASAN

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa persepsi masyarakat terhadap lembaga keuangan syariah secara umum sangat positif. Tingginya tingkat pemahaman dan kepercayaan terhadap prinsip syariah menjadi fondasi utama terbentuknya persepsi yang kuat ini. Temuan ini sejalan dengan penelitian Amalia (2019) yang menyebutkan bahwa pemahaman tentang prinsip syariah berbanding lurus dengan loyalitas masyarakat terhadap lembaga keuangan syariah.

Kepercayaan masyarakat juga diperkuat oleh persepsi akan keadilan dalam transaksi syariah dibandingkan dengan sistem konvensional. Ini memperlihatkan bahwa lembaga keuangan syariah berhasil mengkomunikasikan diferensiasi nilai mereka kepada masyarakat.

Di sisi pengalaman, tingkat kepuasan pengguna yang tinggi menegaskan bahwa pelayanan lembaga keuangan syariah telah memenuhi sebagian besar ekspektasi nasabah. Hasil ini konsisten dengan temuan Nugroho dan Widodo (2021), yang menyatakan bahwa kepuasan pelayanan menjadi faktor krusial dalam mempertahankan nasabah dalam industri keuangan syariah.

Namun demikian, adanya skor yang lebih rendah pada aspek kemudahan transaksi dan minimnya kendala menunjukkan bahwa digitalisasi layanan masih menjadi tantangan penting. Pengguna modern menginginkan layanan yang cepat, mudah, dan dapat diakses melalui berbagai platform digital. Hal ini diperkuat oleh penelitian Fitriani (2020) yang menekankan pentingnya inovasi teknologi dalam meningkatkan kualitas layanan keuangan syariah.

Oleh karena itu, untuk memperkuat persepsi dan memperbaiki pengalaman nasabah, lembaga keuangan syariah perlu:

- Meningkatkan transformasi digital dalam operasional.
- Mengoptimalkan pelayanan nasabah berbasis teknologi.
- Terus melakukan edukasi dan promosi prinsip-prinsip syariah kepada masyarakat luas.

Penelitian ini memberikan gambaran bahwa meskipun persepsi masyarakat terhadap lembaga keuangan syariah telah positif, upaya continuous improvement tetap diperlukan untuk menghadapi tantangan era digital dan persaingan yang semakin ketat di sektor jasa keuangan.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian terhadap 100 responden, dapat disimpulkan bahwa persepsi masyarakat terhadap lembaga keuangan syariah berada dalam kategori sangat positif, dengan rata-rata skor persepsi 4,14. Masyarakat menunjukkan tingkat pemahaman yang tinggi terhadap prinsip-

prinsip syariah serta kepercayaan yang kuat terhadap penerapannya dalam lembaga keuangan. Hal ini menunjukkan bahwa upaya edukasi dan sosialisasi yang dilakukan oleh lembaga keuangan syariah telah membuahkan hasil yang baik.

Sementara itu, pengalaman masyarakat dalam menggunakan layanan lembaga keuangan syariah juga berada dalam kategori baik, dengan rata-rata skor 3,9. Responden merasa cukup puas dengan pelayanan, kejelasan informasi, dan menyatakan niat berkelanjutan dalam menggunakan layanan tersebut. Namun, aspek kemudahan transaksi dan minimnya kendala teknis masih perlu ditingkatkan, terutama melalui optimalisasi layanan digital.

Secara keseluruhan, penelitian ini mengindikasikan bahwa lembaga keuangan syariah telah mampu membangun citra positif di mata masyarakat, namun tetap perlu melakukan inovasi dan perbaikan berkelanjutan untuk menjaga kepuasan nasabah dan meningkatkan daya saing, khususnya dalam menghadapi era digitalisasi layanan keuangan.

DAFTAR PUSTAKA

Alfarizi, M. (2021). Analysis of Sharia Financial Literature Factors and Planning Behavior Towards Intention to Using Sharia Banking Products During the Covid-19 Pandemic. *El-Qish: Journal of Islamic Economics*, *1*(2), 144–158. https://doi.org/10.33830/elqish.v1i2.1969.2021

Heykal, M., & Khomsiyah, K. (2023). THE IMPACT OF RELIGIOSITY ON PERCEPTIONS OF THE ROLE OF INDEPENDENT COMMISSIONERS IN THE IMPLEMENTATION OF CORPORATE GOVERNANCE IN SHARIA FINANCIAL ENTITIES IN INDONESIA. *Journal of Applied Finance and Accounting*, *10*(1). https://doi.org/10.21512/jafa.v10i1.9713

Izzat Zulkefli, M. I., Al-Amin Endut, M. N., & Tony Lim Abdullah, M. R. (2023). Exploring Indicators for Measuring the Performance of Islamic Affairs Institutions in Malaysia. *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, *13*(9). https://doi.org/10.6007/IJARBSS/v13-i9/17295

Khamis, F. M., Isa, M. Y. Bin, & Yusuff, N. B. (2024). Perceived inclusion of Islamic finance: The effects of attitudes, experience, literacy, religiosity, and social influences. *International Journal of Applied Economics, Finance and Accounting*, *18*(2), 321–338. https://doi.org/10.33094/ijaefa.v18i2.1398

Lestari, N. D., & Masruchin. (2023). Pengaruh Persepsi dan Pengetahuan Masyarakat Terhadap Minat Menjadi Nasabah Bank Syariah. *EKSISBANK: Ekonomi Syariah Dan Bisnis Perbankan*, *7*(1), 1–15. https://doi.org/10.37726/ee.v7i1.771

Maraliza, H. (2024). The Effect of Islamic Financial Socialization and Education on Public Interest in Using Islamic Banking Services. *Nomico*, *1*(8), 113–124. https://doi.org/10.62872/dgtfr826

Ngaha, R. P., & Moungou Mbenda, S. P. (2024). Bank employees' perception of Islamic finance in a non-Islamic developing country: the case of Cameroon. *Journal of Islamic Accounting and Business Research*, *15*(6), 897–910. https://doi.org/10.1108/JIABR-06-2022-0142

Putra SARATIAN, E. T., ARIEF, H., RAMLI, Y., PERMANA, D., & SOELTON, M. (2023). INTRODUCTION OF SHARIA FINANCING CONTRACTS FOR THE INDONESIAN MSMEs. *ICCD*, *5*(1), 296–301. https://doi.org/10.33068/iccd.v5i1.618

Waluyo, B., Ameliasari, F., & Sixpria, N. (2023). Analisis Persepsi, Perilaku Dan Preferensi Masyarakat Terhadap Minat Menjadi Nasabah Bank Syariah. *Account*, *10*(2), 2014–2025. https://doi.org/10.32722/account.v10i2.5948

Yohanna, L., Sondari, E., & Syahid, S. (2024). *The Importance of Designing Islamic Financial Education M-Learning for Increasing Islamic Financial Literacy* (pp. 157–169). https://doi.org/10.2991/978-94-6463-234-7_16