

# ANALISIS PERBANDINGAN PERILAKU DALAM PENGAMBILAN KEPUTUSAN PADA PENGGUNA LAYANAN BANK KONVENSIONAL DAN BANK SYARIAH (STUDI KASUS PADA MAHASISWA MUSLIM DI FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS UNIVERSITAS BRAWIJAYA)

Cindy Ayu Prasasti

Pogram Studi Ekonomi Islam, Universitas Brawijaya

[cindyayuprsst@student.ub.ac.id](mailto:cindyayuprsst@student.ub.ac.id)

## Abstrak

Keputusan memilih produk barang/ jasa bagi seorang Muslim harus memperhatikan konsep yang disyariatkan oleh Islam, termasuk dalam hal memilih layanan perbankan. Penelitian ini memfokuskan pada orientasi perbandingan perilaku konsumsi pada pengguna layanan bank konvensional dan bank syariah, terutama mahasiswa muslim Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya di Kota Malang. Teori yang digunakan pada penelitian ini adalah teori konsumsi dari segi konvensional dan teori konsumsi berdasarkan Al-Qur'an Hadist. Metode penelitian yang digunakan adalah metode penelitian kualitatif deskriptif. Narasumber dalam penelitian ini adalah mahasiswa Muslim yang menggunakan layanan perbankan konvensional dan layanan perbankan Syariah di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya Kota Malang. Teknik pengambilan data menggunakan cara purposive, sedangkan metode pengambilan data menggunakan wawancara mendalam. Hasil dari penelitian ini bahwa seluruh informan memberikan informasi yang sama bahwa pada pengguna bank konvensional dalam memilih layanan perbankan mereka cenderung berdasarkan kemudahan aksesibilitas dalam penggunaan layanan, bukan pada syariat yang dimiliki oleh layanan perbankan tersebut. Sedangkan factor utama yang mendasari keputusan pemilihan bank pada pengguna bank Syariah adalah berdasarkan produk yang ditawarkan yakni kesesuaian dengan syariat agama Islam. Oleh karena itu berdasarkan hasil penelitian tersebut maka perbaikan dan peningkatan layanan perbankan Syariah perlu untuk dilakukan, agar nasabah merasa aman dan nyaman saat menggunakan produk dan layanan bank Syariah, serta dapat menjangkau lebih banyak konsumen Muslim untuk menggunakan bank Syariah.

**Kata Kunci** : perilaku nasabah, perbankan Syariah, perbankan konvensional, mahasiswa muslim

## 1. Pendahuluan

Pada UU Nomor 10 Tahun 1998 tentang Perbankan, Bank didefinisikan sebagai badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya kepada masyarakat dalam bentuk kredit dan/atau bentuk-bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup masyarakat, sehingga fungsi utama perbankan di Indonesia adalah sebagai penghimpun dan penyalur dana masyarakat serta bertujuan untuk menunjang pelaksanaan pembangunan nasional dalam rangka meningkatkan pemerataan pembangunan dan hasilnya, pertumbuhan ekonomi dan stabilitas nasional, ke arah peningkatan taraf hidup rakyat banyak (<https://www.ojk.go.id/>).

Oleh karena fungsi utamanya yang sangat penting tersebut, perbankan di Indonesia mengalami perkembangan yang bagus, termasuk di dalamnya perbankan Syariah. Pada awal tahun 2020 menurut data di OJK, dari seluruh indikator kinerja perbankan Syariah mengalami peningkatan yang cukup signifikan apabila dibandingkan dengan tahun-tahun sebelumnya. Baik dari sisi pembiayaan, pertumbuhan asset, serta dana pihak ketiga.

Dilihat dari kondisi geografis Indonesia dengan penduduk mayoritas Muslim atau sebesar 87,2 persen seharusnya menjadikan potensi pasar perbankan Syariah juga besar. Namun, pada kenyataannya jumlah nasabah bank Syariah masih jauh lebih sedikit apabila dibandingkan dengan jumlah nasabah bank konvensional. Hal ini membuktikan bahwa masih terdapat banyak factor yang mempengaruhi seseorang dalam pengambilan keputusan penggunaan layanan perbankan, termasuk factor sosialisasi layanan perbankan Syariah yang juga masih belum efektif dilakukan.

Kota Malang yang disebut sebagai salah satu kota pendidikan di Indonesia memiliki beberapa perguruan tinggi yang terakreditasi baik, sehingga banyak mahasiswa dari berbagai Indonesia yang memilih untuk berkuliah di perguruan tinggi yang berada di kota Malang, termasuk Universitas Brawijaya yang setiap tahunnya selalu mendapat predikat sebagai perguruan tinggi negeri dengan jumlah mahasiswa terbanyak dan mayoritas dari mahasiswa menggunakan layanan perbankan, baik bank konvensional maupun bank Syariah, terutama mahasiswa dari Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang tentu lebih memahami dan mengetahui perihal perbankan.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui perbandingan perilaku nasabah bank konvensional dan bank Syariah, dilakukan dengan cara melakukan wawancara mendalam, studi literatur tentang konsep dan teori konsumsi terutama dalam penggunaan layanan perbankan, serta studi literatur tentang penelitian terdahulu baik dari tingkat nasional maupun internasional, lalu melakukan perbandingan sehingga dapat ditarik kesimpulan dan rekomendasi kebijakan atas penelitian yang telah dilakukan.

## 2. Tinjauan Pustaka

Perilaku konsumen adalah proses dan aktivitas ketika seseorang berhubungan dengan pencarian, pemilihan, pembelian, penggunaan, serta pengevaluasian produk dan jasa demi memenuhi kebutuhan dan keinginan. Perilaku

konsumen merupakan hal-hal yang mendasari konsumen untuk membuat keputusan pembelian. Untuk barang berharga jual rendah (low-involvement) proses pengambilan keputusan dilakukan dengan mudah, sedangkan untuk barang berharga jual tinggi (high-involvement) proses pengambilan keputusan dilakukan dengan pertimbangan yang matang (Nugroho, 2003).

Hasil penelitian terdahulu menyatakan bahwa factor yang sangat mempengaruhi keputusan konsumen untuk memilih bank Syariah adalah persepsi, biaya dan manfaat serta agama. Sementara factor yang mempengaruhi keputusan memilih bank konvensional adalah motivasi rasional, biaya dan manfaat serta gaya hidup (Rohmadi, dkk. 2016).

Faktor yang mempengaruhi konsumen dalam memilih layanan bank konvensional pernah dibuktikan dalam penelitian tersendiri yang dilakukan oleh Kaynak (2004) yang menyebutkan bahwa tiga atribut penting yang menjadi pertimbangan konsumen dalam pemilihan bank yaitu ketersediaan ATM, pelayanan yang cepat dan efisien serta petugas respon yang cepat atau dengan kata lain factor utama yang mendasari adalah pelayanan konsumen.

Faktor yang mempengaruhi konsumen dalam menggunakan bank Syariah juga pernah dibuktikan dalam penelitian yang dilakukan oleh Patriana dan Nurismalatri (2018) yang menyatakan bahwa factor utama yang mempengaruhi nasabah muslim dalam memilih perbankan adalah karena factor produk layanan yang disediakan oleh perbankan. Namun terdapat penelitian lain yang menyebutkan terdapat factor lain yang lebih mempengaruhi preferensi konsumen dalam memilih layanan perbankan Syariah, pada penelitian yang dilakukan oleh Bley dan Kuehn (2004) dan Sapitri (2019), tingkat pengetahuan mengenai perbankan Syariah merupakan factor utama dalam pemilihan bank Syariah. Selain itu, ada juga penelitian lain yang memperlihatkan hasil berbeda, bahwa factor utama terletak pada kemudahan (Utami, 2013) dan pelayanan yang diberikan (Maski, 2010).

Terdapat penelitian terdahulu yang membandingkan antara kepuasan konsumen dan kualitas layanan pada perbankan konvensional dengan perbankan Syariah di Pakistan. Penelitian tersebut dilakukan oleh Ahmad, dkk (2010) dan hasil penelitian membuktikan bahwa konsumen lebih puas dengan kualitas layanan yang diberikan oleh bank Syariah.

### **3. Metode Penelitian**

Jenis penelitian yang digunakan yaitu pendekatan kualitatif deskriptif. Pendekatan kualitatif adalah prosedur penulisan yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis dari objek (orang dan perilaku) yang diamati dengan didukung oleh studi literatur atau studi kepustakaan berdasarkan pendalaman kajian pustaka berupa data dan angka, sehingga gambaran lapangan dapat dipahami dengan baik (Moloeng, 1990).

Teknik penelitian ini menggunakan teknik penelitian wawancara. Wawancara adalah situasi berhadapan-hadapan antara pewawancara dan responden yang dimaksudkan untuk menggali informasi yang diharapkan, dan bertujuan mendapatkan data tentang responden dengan minimum bias dan maksimum

efisiensi (Singh, 2002). Hal yang penting dalam wawancara adalah upaya mendapatkan kepercayaan dari responden. Pewawancara harus berupaya mendapatkan kepercayaan respondennya agar bisa mendapatkan data dengan kualitas tinggi (Harvey, 2011). Kepercayaan dibangun sepanjang waktu dan peneliti harus berusaha membangun rapport dengan para elit sejak pertama kali peneliti mengkontak elit untuk pelaksanaan wawancara dan hal-hal diluar wawancara (Ostrander, 1993).

Jenis data yang diperoleh adalah jenis data primer dan sekunder. Jenis data primer diperoleh saat melakukan wawancara langsung kepada responden sedangkan data sekunder sendiri adalah data yang membantu peneliti dalam menemukan data yang memungkinkan dari peneliti lain. Dimana jika dilakukan sendiri perlu adanya waktu serta biaya yang cukup berat.

Lokasi penelitian dilaksana di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya Kota Malang. Lokasi ini dipilih karena cakupan utama yang ingin peneliti ketahui adalah mahasiswi muslim di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya. Dimana Kota Malang kini juga telah menjadi salah satu rujukan kota pendidikan bagi masyarakat seluruh Indonesia saat ini.

#### **4. Hasil Dan Pembahasan**

##### **4.1 Hasil**

###### **Tingkat Religiusitas**

Dari wawancara yang telah dilakukan pada narasumber, didapatkan hasil bahwa seluruh responden baik dari pengguna bank konvensional maupun bank Syariah sangat mengerti dan memahami bahwa Islam merupakan agama yang menuntun manusia menuju kebahagiaan dunia dan akhirat.

Seluruh responden mengatakan bahwa mereka berusaha untuk bertindak dalam bermuamalah ekonomi sesuai dengan tuntunan agama Islam. Seluruh responden juga sangat mengerti dan memahami pentingnya menggunakan produk atau jasa yang sesuai dengan syariat agama Islam.

###### **Pengetahuan tentang Perbankan**

Dari wawancara yang telah dilakukan pada narasumber, didapatkan hasil bahwa seluruh responden mengaku cukup mengerti, memahami dan mengetahui bagaimana konsep perbankan bekerja. Baik dari pengguna bank konvensional maupun bank Syariah, secara seimbang sama-sama memahami bagaimana mekanisme perbankan konvensional dan perbankan Syariah bekerja.

###### **Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Menjadi Nasabah**

Dari hasil wawancara yang dilakukan, didapatkan hasil bahwa terdapat perbedaan mengenai factor utama yang mempengaruhi keputusan dalam memilih layanan perbankan yang digunakan. Faktor yang mempengaruhi nasabah bank konvensional dalam pengambilan keputusan memilih layanan perbankan yang digunakan yaitu :

1. Kemudahan dalam aksesibilitas layanan, seperti jumlah ATM yang tersedia di berbagai wilayah dan kemudahan dalam bertransaksi secara realtime.
2. Jaminan Keamanan

### 3. Brand dari bank

Sedangkan factor yang mempengaruhi nasabah bank Syariah dalam pengambilan keputusan memilih layanan perbankan yang digunakan yaitu

1. Produk yang ditawarkan oleh bank
2. Biaya administrasi yang dibebankan kepada nasabah

#### **Preferensi Penggunaan Layanan Perbankan**

Dari hasil wawancara yang telah dilakukan, didapatkan hasil bahwa seluruh responden yang merupakan nasabah bank Syariah mengaku akan tetap memilih menggunakan bank Syariah dibandingkan dengan bank konvensional dengan alasan produk yang ditawarkan oleh bank Syariah sudah sesuai dengan syariat Islam dan biaya administrasi yang dibebankan kepada nasabah relative rendah dan terjangkau apabila dibandingkan dengan bank konvensional.

Sedangkan pada wawancara yang dilakukan kepada pengguna bank konvensional, seluruh responden akan tetap memilih bank konvensional dibandingkan dengan bank Syariah karena mereka berpendapat bahwa kemudahan aksesibilitas penggunaan dan administrasi pada bank konvensional lebih baik daripada bank Syariah. Namun, sebanyak 70% responden nasabah bank konvensional mengaku tertarik ingin mencoba menggunakan produk dan layanan yang ditawarkan oleh bank Syariah.

#### **4.2 Pembahasan**

Berdasarkan perbandingan hasil realitas lapangan tersebut, terdapat perbedaan perilaku yang cukup signifikan dalam keputusan penggunaan layanan perbankan antara nasabah bank konvensional dengan nasabah bank Syariah, meskipun pengetahuan mengenai agama Islam dan Perbankan Syariah yang dimiliki oleh seluruh partisipan rata-rata sangat bagus.

Pada penelitian yang dilakukan kepada nasabah bank konvensional, factor utama yang mendasari pengambilan keputusan penggunaan layanan perbankan adalah kemudahan dalam aksesibilitas layanan, dan seluruh partisipan mengaku tidak mempertimbangkan factor syariat pada produk perbankan yang digunakan. Terbukti bahwa penelitian yang dilakukan pada responden yang menggunakan layanan bank konvensional lebih memilih untuk tetap menggunakan bank konvensional dibandingkan dengan bank Syariah, meskipun mereka sangat memahami bahwa menggunakan produk/ jasa sesuai syariat Islam itu sangat penting. Hal ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Almosawi (1991) di Bahrain yang menyatakan bahwa faktor-faktor penting yang dipertimbangkan nasabah dalam memilih bank adalah lokasi ATM yang mudah dijangkau, ketersediaan ATM di beberapa lokasi, reputasi bank, layanan ATM 24 jam dan ketersediaan tempat parkir yang memadai. Selain itu terdapat factor lain selain kemudahan aksesibilitas layanan, yaitu jaminan keamanan dan 'nama' bank atau reputasinya yang juga sejalan dengan penelitian terdahulu oleh Arshad, dkk (2016) yang menyatakan bahwa image/ brand merupakan factor yang juga dipertimbangkan dalam pemilihan layanan perbankan.

Berbeda dengan hasil penelitian yang dilakukan pada nasabah bank Syariah, factor utama yang mendasari pengambilan keputusan penggunaan layanan perbankan adalah produk yang ditawarkan oleh bank sudah sesuai dengan syariat Islam, dan mereka sudah merasa cukup puas dengan layanan yang diberikan oleh bank Syariah. Terbukti bahwa mereka mengaku akan tetap memilih untuk menggunakan bank Syariah dibandingkan dengan bank konvensional. Hal ini sejalan dengan penelitian yang pernah dilakukan oleh Metawa (1998) yang menyatakan bahwa kriteria utama dalam pemilihan layanan perbankan. Selain itu, biaya administrasi juga merupakan factor yang mempengaruhi nasabah dalam memilih layanan perbankan.

Sebagai Muslimah sudah barang tentu mengikuti syariat agama Islam dalam segala hal. Begitu pula dalam menggunakan produk/ jasa penting untuk selalu mempertimbangkan syariat Islam. Akan tetapi berdasarkan temuan kami factor syariat bukanlah satu-satunya faktor yang mempengaruhi nasabah muslim untuk menggunakan layanan perbankan. Karena partisipan cenderung memutuskan menggunakan produk tersebut karena alasan kualitas pelayanan bank Syariah, seperti kemudahan dan keamanan. Sehingga sudah terjadi pergeseran nilai syariat dimata sebagian muslim dalam menggunakan layanan perbankan. Oleh karenanya perbaikan dan peningkatan layanan perbankan Syariah perlu dilakukan.

### **5. Kesimpulan dan Saran**

Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa perilaku konsumen bank konvensional dan bank Syariah jelas berbeda. Dilihat dari tingkat kepuasan pelayanan dan preferensi dalam pengambilan keputusan penggunaan layanan perbankan yang sangat berbeda, meskipun pada dasarnya pengetahuan yang partisipan miliki cenderung sama.

Oleh karena itu, perlu adanya peningkatan dan perbaikan layanan yang dimiliki oleh perbankan Syariah agar nasabah semakin merasa aman dan nyaman sehingga tertarik untuk terus menggunakan bank Syariah. Serta alangkah baiknya para muslim mulai lebih memperhatikan factor syariat pada setiap produk/ jasa yang akan digunakan. Karena produk yang sesuai dengan syariat Islam sudah terjamin dari segala macam praktek haram yang merugikan.

### **Referensi**

- Ahmad, A., & Saif, M. I. (2010). Islamic banking experience of Pakistan: comparison between Islamic and conventional banks. *International Journal of Business and management*, 5(2), 137.
- Arshad, T., Zahra, R., & Draz, U. (2016). Impact of customer satisfaction on image, trust, loyalty and the customer switching behavior in conventional and Islamic banking: evidence from Pakistan. *American Journal of Business and Society*, 1(3), 154-165.
- Bley, J., & Kuehn, K. (2004). Conventional versus Islamic finance: student knowledge and perception in the United Arab Emirates. *International journal of Islamic financial services*, 5(4), 17-30.



- Harvey, William. S. 2011. "Strategies for Conducting Elite Interviews." *Qualitative Research*, 11 (4), 431-441.
- Lexy J. Moleong. 1990. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Metawa, S. A., & Almosawi, M. (1998). Banking behavior of Islamic bank customers: perspectives and implications. *International journal of bank marketing*.
- Ostrander, S.A. (1993). "Surely you're not in this just to be helpful. Access, rapport, and interviews in three studies of elites." *Journal of Contemporary Ethnography*, 22 (1): 7-27.
- Otoritas Jasa Keuangan. (2020). *Statistik Perbankan Syariah Februari 2020*. Jakarta: Otoritas Jasa Keuangan.
- Otoritas Jasa Keuangan. (2020). *Ikhtisar Perbankan*. Jakarta: Otoritas Jasa Keuangan.
- Otoritas Jasa Keuangan. (2020). *Bank Umum*. Jakarta: Otoritas Jasa Keuangan.
- Patriana, E., & NURISMALATRI, N. (2018). Analisis Faktor Penentu Keputusan Konsumen Muslim Dalam Memilih Jasa Perbankan: Bank Syariah Vs Bank Konvensional. *Al-Masraf: Jurnal Lembaga Keuangan dan Perbankan*, 3(1), 51-61.
- Rohmadi, R., Nurbaiti, N., & Junaidi, J. (2016). ANALISIS FAKTOR PENENTU KEPUTUSAN NASABAH DALAM MEMILIH JASA PERBANKAN SYARIAH DAN PERBANKAN KONVENSIONAL DI KOTA BENGKULU. *MANHAJ: Jurnal Penelitian dan Pengabdian Masyarakat*, 1(3), 283-292.
- Sapitri, Nopi A. (2019). *Analisis Faktor Perilaku Konsumen Dalam Memilih Perbankan (Studi Kasus Nasabah Perbankan Syariah)*
- Setiadi, Nugroho. (2003). *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Kencana.
- Utami, B. (2013). *PERBANDINGAN PENENTU KEPUTUSAN PEMILIHAN PERBANKAN (STUDI KASUS PADA BANK RAKYAT INDONESIA SYARIAH DAN BANK RAKYAT INDONESIA KONVENSIONAL)* (Doctoral dissertation, Tesis).