

Persepsi Masyarakat Sulawesi Selatan Terhadap Bank Syariah: Studi Kasus di Kota Makassar

**Rida Meilani Tri¹, Wanda Dwi Lestari², Besse Suci Nurul Maqfirah³,
Kamaruddin⁴, Muhaimin Yunus⁵**

^{1,2,3,4,5} Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar
ridamelani670@gmail.com

Abstrak

Indonesia menempati urutan pertama dalam daftar negara yang mempunyai jumlah penduduk muslim terbesar di dunia dengan angka persentase sebesar 87,2% atau sejumlah 229 juta penduduk yang bergama muslim. Angka tersebut menjadikan potensi bagi perkembangan ekonomi syariah di Indonesia terbuka dengan lebar, salah satunya perbankan syariah. Penelitian ini mengkaji persepsi masyarakat Sulawesi Selatan, khususnya di Kota Makassar, terhadap bank syariah dengan menggunakan metode penelitian kualitatif. Sumber utama penelitian ini adalah data sekunder, yakni informasi yang telah dikumpulkan dan tersedia dari pihak lain. Hasil penelitian menunjukkan bahwa masyarakat Kota Makassar secara umum mengetahui keberadaan bank syariah, namun memiliki pemahaman yang terbatas mengenai konsep, tujuan, dan produk yang ditawarkan. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang memengaruhi persepsi masyarakat dan menawarkan solusi strategis guna meningkatkan kesadaran serta pemahaman masyarakat terhadap bank syariah. Temuan ini diharapkan dapat menjadi landasan bagi pengembangan program edukasi dan sosialisasi yang lebih efektif di masa depan.

Kata kunci : Persepsi Masyarakat, Bank Syariah, Makassar

Pendahuluan

Indonesia menempati urutan pertama dalam daftar negara yang mempunyai jumlah penduduk muslim terbesar di dunia dengan angka persentase sebesar 87,2% atau sejumlah 229 juta penduduk yang bergama muslim. Angka tersebut menjadikan potensi bagi perkembangan ekonomi syariah di Indonesia terbuka dengan lebar, salah satunya perbankan syariah. (Mustofa et al. 2022).

Bank syariah adalah bank yang beroperasi dengan tidak mengandalkan pada bunga. Bank Islam atau biasa disebut dengan Bank Tanpa Bunga, adalah lembaga keuangan/perbankan yang operasional dan produknya di kembangkan berlandaskan pada Al-Qur'an dan Hadis Nabi SAW. Atau dengan kata lain, Bank Islam adalah lembaga keuangan yang usaha pokoknya memberikan pembiayaan dan jasa-jasa lainnya dalam lalu lintas pembayaran serta peredaran uang yang pengoperasiannya disesuaikan dengan prinsip syariat Islam. Karakteristik dari sistem perbankan syariah yang beroperasi berdasarkan prinsip bagi hasil memberikan alternatif sistem perbankan yang saling menguntungkan bagi masyarakat dan bank, serta menunjukkan aspek keadilan dalam bertransaksi, investasi yang beretika, mengutamakan nilai-nilai kebersamaan dan

persaudaraan dalam produksi, dan menjauhi kegiatan spekulatif dalam bertransaksi keuangan.(Ghojali dan Suryaman 2024).

Salah satu tantangan utama yang dihadapi bank syariah yaitu kurangnya kesadaran masyarakat terhadap keberadaan dan konsep bank syariah dalam pengembangan industri perbankan syariah. Minimnya informasi, pemahaman yang rendah tentang prinsip-prinsip syariah dalam perbankan, serta kurangnya promosi efektif dari pihak bank sering kali menyebabkan masyarakat kurang memahami manfaat dan kontribusi yang diberikan oleh bank syariah serta adanya beberapa istilah yang terdengar asing atau baru di telinga masyarakat.

Berdasarkan data Otoritas Jasa Keuangan (OJK), jumlah bank syariah di Indonesia pada akhir tahun 2023 mencapai 21 bank, dengan total aset sebesar Rp. 579,9 triliun dan pembiayaan sebesar Rp. 390,9 triliun. Meskipun mengalami perkembangan yang pesat, perbankan syariah masih menghadapi beberapa tantangan, seperti: 1) Kesadaran masyarakat: Masih banyak masyarakat yang belum memahami konsep dan mekanisme perbankan syariah. 2) Ketersediaan produk dan layanan: Produk dan layanan perbankan syariah masih belum seragam dan kompetitif. 3) Infrastruktur: Infrastruktur teknologi dan sumber daya manusia perbankan syariah masih perlu ditingkatkan. 4) Era digital telah mengubah cara masyarakat berinteraksi dan bertransaksi. Hal ini juga memberikan peluang dan tantangan baru bagi perbankan syariah.(Faadilah dan Ilham 2005).

Berdasarkan latar belakang tersebut, rumusan masalah yang ingin dijawab dalam penelitian ini adalah bagaimana persepsi masyarakat kota Makassar mengenai kontribusi yang di berikan oleh bank syariah kepada masyarakat serta apa saja faktor yang memengaruhi persepsi masyarakat kota Makassar terhadap bank syariah. Pentingnya untuk mengkaji persepsi masyarakat terhadap bank syariah serta faktor yang memengaruhi persepsi tersebut guna mengidentifikasi solusi untuk meningkatkan kesadaran dan apa penyebab dari kurangnya penggunaan produk bank syariah oleh masyarakat. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan terkiat bagaimana persepsi terbentuk dan strategi apa yang dapat diterapkan untuk mengidentifikasi kendala seperti kurangnya pemahaman masyarakat terhadap bank syariah maupun produk-produknya yang dimana pemahaman ini penting untuk memastikan keberlanjutan kontribusi bank syariah di masyarakat.

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif, yang bertujuan untuk memahami secara mendalam persepsi masyarakat Sulawesi Selatan, khususnya di Kota Makassar, terhadap bank syariah. Pendekatan ini cocok digunakan karena penelitian berfokus pada interpretasi data dan analisis tematik untuk menggambarkan pandangan masyarakat secara kontekstual.

Penelitian ini menggunakan data sekunder sebagai sumber utama. Data sekunder merupakan informasi yang sudah tersedia dan telah dikumpulkan sebelumnya oleh pihak lain. Dalam konteks ini, data sekunder dapat berupa yang pertama yaitu publikasi resmi yang berisi laporan tahunan bank syariah, laporan keuangan, dan data

statistik terkait perbankan syariah di Sulawesi Selatan, kedua, Studi literatur berupa artikel jurnal, buku, dan penelitian sebelumnya mengenai persepsi masyarakat terhadap bank syariah, ketiga yaitu data dari instansi terkait seperti data dari Bank Indonesia, Otoritas Jasa Keuangan (OJK), atau lembaga riset lain yang relevan dan media massa seperti berita, opini masyarakat di media online, dan laporan lainnya terkait topik ini.

Hasil dan Pembahasan

Persepsi Masyarakat Kota Makassar Terhadap Bank Syariah

Proses pembentukan persepsi merupakan pemaknaan hasil pengamatan yang diawali dengan adanya stimuli. Setelah mendapat stimuli, selanjutnya akan terjadi seleksi yang berinteraksi dengan interpretasi. Proses seleksi terjadi pada saat seseorang memperoleh informasi, maka akan berlangsung proses penyeleksian pesan tentang yang mana pesan yang dianggap penting dan tidak penting. Hasil seleksi tersebut akan disusun menjadi satu kesatuan yang berurutan dan bermakna. Provinsi Sulawesi Selatan memiliki Luas Wilayah sebesar 46.717,48 km² dengan jumlah penduduk sebanyak 9.458.380 jiwa. Suku Bangsa Provinsi Sulawesi Selatan adalah Suku Makasar, Suku Bugis, Suku Toraja dan Suku Mandai. Ibukota Provinsi Sulawesi Selatan adalah Kota Makassar. Dari berbagai kabupaten, dan kecamatan dengan berbagai profesi, jenis kelamin, latar belakang pendidikan serta suku dan agama, menjadikan berbagai macam pemahaman tentang pasar modal syariah.

Penelitian ini juga dilakukan dengan mewawancarai beberapa masyarakat kota Makassar yang mayoritas penduduknya seorang muslim. Hasil wawancara yang dilakukan ke masyarakat memperoleh beberapa pemahaman dari masyarakat. Menurut saudari Aulia Nur Andini yang selaku masyarakat kota makassar yang telah berdomisili di Makassar kurang lebih 20 tahun, beliau mengatakan:

“Saya tahu bank syariah itu ada, tapi saya tidak nabung di sana, karena menurut saya bank syariah itu sama saja dengan bank konvensional. Saya juga tidak tahu apa saja mekanisme, sistem dan produknya itu. Jadi saya menabung pada bank selain bank syariah dan kurang berminat untuk menabung di bank syariah karena tidak tau.”

Fakta membuktikan pengetahuan masyarakat terkait bank syariah di kota Makassar menunjukkan bahwa sebagian besar telah mengetahui keberadaan bank syariah melalui media elektronik, media massa serta informasi dari teman kerja. Hal ini mengindikasikan pada umumnya bahwa masyarakat kota Makassar atau khususnya umat Islam telah berusaha mengetahui dan bahkan ingin menjadi nasabah bank syariah. Pada umumnya, masyarakat sering mengalami beberapa kesulitan dalam membedakan antara akad di perbankan syariah dan transaksi pada perbankan konvensional, sehingga sebagian masyarakat beranggapan bahwa tidak ada perbedaan antara perbankan syariah dan perbankan konvensional. (Sirat 2018).

Berdasarkan data Otoritas Jasa Keuangan (OJK), jumlah bank syariah di Indonesia pada akhir tahun 2023 mencapai 21 bank, dengan total aset sebesar Rp. 579,9 triliun dan pembiayaan sebesar Rp. 390,9 triliun. Walaupun terus mengalami perkembangan yang pesat, perbankan syariah masih menghadapi beberapa tantangan, salah satunya yaitu kesadaran masyarakat terkait bank syariah yang dimana masih

banyak masyarakat yang belum memahami konsep dan mekanisme perbankan syariah. Banyak masyarakat yang masih bingung dengan istilah-istilah yang digunakan, seperti mudharabah, musyarakah, ijarah, atau murabahah, yang terdengar asing dan sulit dipahami tanpa penjelasan yang mendalam. Hal ini diperburuk oleh kurangnya edukasi publik yang efektif dan luas, serta persepsi bahwa bank syariah hanya cocok untuk kalangan tertentu, padahal sebenarnya produk dan layanannya dirancang untuk menjangkau semua lapisan masyarakat. Akibatnya, potensi besar dari sistem keuangan syariah yang lebih transparan, adil, dan beretika ini belum sepenuhnya dimanfaatkan oleh masyarakat luas, sehingga masih banyak yang ragu atau bahkan menganggap bank syariah tidak berbeda jauh dengan bank konvensional.

Sebagian besar masyarakat menganggap bahwa perbankan syariah hanya "mengganti istilah" tanpa memahami esensinya, misalnya penggunaan istilah seperti mudharabah (bagi hasil), musyarakah (kerjasama), ijarah (sewa), atau murabahah (jual beli). Istilah-istilah ini sering kali menjadi hambatan tersendiri, terutama bagi masyarakat yang tidak memiliki latar belakang pendidikan ekonomi Islam. Mereka merasa istilah-istilah tersebut terlalu rumit, kurang familiar, atau bahkan menimbulkan kesan eksklusif yang hanya dapat dipahami oleh kalangan tertentu saja. Selain itu, tidak jarang masyarakat berasumsi bahwa bank syariah hanya diperuntukkan bagi umat Muslim, padahal sebenarnya sistem ini dapat digunakan oleh siapa saja, karena fokusnya adalah pada nilai-nilai universal seperti keadilan dan kebermanfaatannya.

Faktor-faktor yang mempengaruhi persepsi

Persepsi dihasilkan atau dipengaruhi oleh dua faktor yaitu faktor eksternal (stimulus) dan faktor internal (individu). Faktor eksternal merupakan karakteristik fisik dari produk seperti ukuran, tekstur dan atribut yang terdapat dalam produk. Pengaruh lingkungan merupakan faktor di luar individu yang akan mempengaruhinya dalam melakukan pengambilan keputusan. Sumber informasi diartikan sebagai karakter penyampai pesan.

Keahlian dan validitas sumber informasi sangat mempengaruhi konsumen, dimana semakin ahli dan terpercaya sumber informasi maka konsumen akan semakin percaya. Sumber informasi konsumen dapat dikelompokkan menjadi empat yaitu sumber pribadi yaitu informasi yang berasal dari keluarga, teman, tetangga maupun kenalan, sumber komersial yaitu informasi yang berasal dari iklan, wiraniaga, distributor, kemasan maupun model produk yang di pajang, sumber publik yaitu media massa (media cetak dan elektronik) maupun organisasi dan sumber pengalaman yaitu evaluasi dan pemakaian produk. Informasi terbanyak tentang suatu produk yang diterima konsumen secara umum berasal dari sumber-sumber yang di dominasi oleh pemasar sedangkan informasi yang efektif justru berasal dari sumber-sumber pribadi. (Irham 2019)

Faktor internal yang mempengaruhi persepsi masyarakat terhadap bank syariah

Untuk faktor internal ini sub variable yang digunakan adalah pengetahuan tentang syariah. Pengertian syariah menurut menurut Muhammad Salam Maskur dalam kitabnya al-Fiqh al-Islamy. Salah satu makna Syariah adalah jalan yang lurus. Sebagaimana firman Allah SWT pada Surat Al-Jaatsiyah ayat 18 yaitu “Kemudian Kami jadikan kamu berada di atas suatu syariat (peraturan) dari urusan (agama) itu, maka ikutilah syariat itu dan janganlah kamu ikuti hawa nafsu orang-orang yang tidak mengetahui.”

Perolehan informasi masyarakat terkait produk dan bank syariah. Informasi tentang bank syariah yang diterima oleh masyarakat melalui indra seperti penglihatan (iklan, brosur) atau pendengaran (seminar, ceramah) menjadi dasar dalam membentuk persepsi. Apabila informasi ini disampaikan secara jelas dan menarik, masyarakat lebih mudah memahami konsep bank syariah.

Banyak masyarakat yang masih mendapat informasi keliru mengenai bank syariah, dengan anggapan bahwa penggunaan kata "syariah" hanya sekadar formalitas, padahal bank syariah memiliki prinsip operasional yang sesuai dengan nilai-nilai Islam, seperti larangan riba, maysir, dan gharar. Kurangnya pemahaman atau literasi keuangan syariah sehingga banyak masyarakat yang tidak memiliki pemahaman mendalam tentang konsep bank syariah, termasuk istilah-istilah seperti mudharabah, musyarakah, atau ijarah. Kurangnya edukasi menyebabkan kesalahan persepsi bahwa bank syariah hanya mengganti istilah keuangan konvensional tanpa perubahan substansi.

Berbagai bentuk informasi dapat diperoleh calon nasabah sebelum menggunakan sebuah produk. Khususnya pada produk pembiayaan syariah pastinya sebelum menjadi nasabah, masyarakat terlebih dahulu mencari tahu terkait pembiayaan syariah. Pembiayaan syariah sangat membantu masyarakat yang sangat membutuhkan dana untuk memenuhi kebutuhannya, maka dengan ini informasi mengenai pembiayaan syariah yang mereka dapatkan dari mana saja dan seberapa besar pemahaman masyarakat terhadap pembiayaan syariah.

Minimnya Minat Terhadap Produk Syariah

Minat merupakan sesuatu keinginan yang timbul dari diri sendiri tanpa ada paksaan dari orang lain untuk mencapai suatu tujuan tertentu. Menurut Pandji minat adalah rasa suka (senang) dan rasa tertarik pada suatu objek atau aktivitas tanpa ada yang menyuruh dan biasanya ada kecenderungan untuk mencari objek yang disenangi tersebut. Minat lebih dikenal sebagai kepuasan pemakaian atau pembelian jasa/produk tertentu. (Hasibuan dan Wahyuni 2020).

Menurut Ahmadi dalam Soraya (2018:17) Minat sama artinya dengan perhatian, antara minat dan perhatian pada umumnya dianggap sama/tidak ada perbedaan. Sebagian masyarakat yang lebih terbiasa dengan sistem perbankan konvensional cenderung tidak tertarik mencoba layanan bank syariah. Hal ini terkait dengan anggapan bahwa produk syariah lebih kompleks dan tidak memiliki keuntungan kompetitif. Banyak masyarakat yang lebih terbiasa menggunakan bank konvensional karena keberadaannya yang lebih awal dibandingkan bank syariah, sehingga mereka cenderung belum memahami perbedaan prinsip dan manfaat yang ditawarkan oleh sistem perbankan syariah.

Sesuai dengan hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Mario Ladesman (2018) dengan judul “Pengaruh Manfaat, Kepercayaan, Dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Layanan *Mobile Banking* (Studi Pada BSM Cabang Bandar Jaya)”, hasil menunjukkan bahwa variabel manfaat, kepercayaan, dan kemudahan penggunaan secara bersamaan memiliki pengaruh simultan terhadap minat nasabah menggunakan layanan *mobile banking* pada Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Bandar Jaya. Dan penelitian Latief, F., & Dirwan, D. (2020).

Pengaruh Kemudahan, Promosi, Dan Kemanfaatan Terhadap Keputusan Penggunaan Uang Digital bahwa Secara simultan, kemudahan, promosi dan kemanfaatan berpengaruh secara bersama-sama terhadap keputusan penggunaan yang digital. Berdasarkan hasil uji regresi berganda diperoleh koefisien masing-masing variabel persepsi kemudahan (5,013), persepsi kemanfaatan (2,102) dan persepsi kepercayaan (2,812). Sehingga dapat dilihat bahwa koefisien regresi terbesar dimiliki oleh variabel persepsi kemudahan. Sehingga variabel persepsi kemudahan yang paling dominan dalam mempengaruhi minat nasabah. (Istiqamah, Latief, dan Ngandoh 2022).

Pengalaman Negatif Sebelumnya

Persepsi masyarakat sering kali terbentuk berdasarkan pengalaman langsung. Jika masyarakat mengalami pelayanan yang kurang memuaskan di bank syariah, seperti proses administrasi lambat atau kurang transparan, hal ini dapat membentuk persepsi negatif. Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pengambilan pembiayaan murabahah pada Bank Sulselbar Cabang Syariah Makassar. Artinya semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan suatu perusahaan, maka keputusan pengambilan pembiayaan juga akan semakin meningkat. Sebaliknya apabila kualitas pelayanan yang diberikan buruk, maka keputusan pengambilan pembiayaan juga akan semakin rendah. (Lukytha, Mursalim, dan Amiruddin. 2020).

Faktor eksternal yang mempengaruhi persepsi masyarakat terhadap bank syariah yaitu :

Persaingan dengan Bank Konvensional

Bank syariah sering dianggap kurang kompetitif dibandingkan bank konvensional dalam hal suku bunga, fleksibilitas produk, dan aksesibilitas layanan. Hal ini membuat masyarakat lebih memilih layanan konvensional yang dirasa lebih praktis. Dalam kaitan perbedaan antara bank konvensional dan bank syariah dapat dilihat pada tabel sebagai berikut.

Tabel 1. Perbedaan bunga pada bank konvensional dan bagi hasil pada bank syariah

BUNGA	BAGI HASIL
-------	------------

Penentuan bunga dibuat pada waktu akad dengan asumsi harus selalu untung	Penentuan besarnya rasio/nisbah bagi hasil dibuat pada waktu akad dengan berpedoman pada kemungkinan untung rugi
Besarnya persentase berdasarkan jumlah uang (modal) yang dipinjamkan	Besarnya rasio bagi hasil berdasarkan pada jumlah keuntungan yang diperoleh
Pembayaran bunga tetap seperti yang dijanjikan tanpa pertimbangan apakah proyek yang dijalankan oleh pihak nasabah untung atau rugi	Bagi hasil bergantung pada keuntungan proyek yang dijalankan. Bila usahanya merugi, kerugian akan ditanggung bersama oleh kedua kedua belah pihak
Jumlah pembayaran bunga tidak meningkat sekalipun jumlah keuntungan berlipat atau keadaan ekonomi sedang "booming"	Jumlah pembagian laba meningkat sesuai peningkatan jumlah pendapatan
Eksistensi bunga diragukan (kalau tidak dikecam) oleh semua agama	Tidak ada yang meragukan keabsahan bagi hasil.

(sumber (Rhomadoni dan Khairan 2022)).

Minimnya Promosi dan Edukasi

Penelitian menunjukkan bahwa inisiatif pendidikan yang terfokus pada aspek keuangan Islam dapat meningkatkan kesadaran dan pemahaman tentang fintech syariah. Media dan kampanye kesadaran publik juga teridentifikasi sebagai faktor penting dalam meningkatkan pengetahuan tentang fintech syariah. Penyebaran informasi yang efektif melalui berbagai kanal media dapat membantu masyarakat umum memahami dan menerima fintech syariah sebagai alternatif yang layak. Untuk pengembang fintech syariah, hasil penelitian ini menggarisbawahi pentingnya menyediakan informasi yang mudah diakses dan mudah dipahami tentang bagaimana produk mereka sesuai dengan hukum Islam. Transparansi dalam praktik bisnis dan kepatuhan syariah dapat meningkatkan kepercayaan dan adopsi fintech syariah. (Nursiwan 2023).

Kurangnya promosi yang efektif dan edukasi yang luas tentang perbankan syariah membuat masyarakat sulit memahami keunggulan sistem ini. Akibatnya, banyak yang menganggap bank syariah tidak berbeda jauh dari bank konvensional. Pendidikan dan kesadaran yang meningkat, serta komunikasi yang efektif, diperlukan untuk memperkuat pemahaman tentang fintech syariah. Dengan meningkatnya pemahaman ini, potensi pertumbuhan fintech syariah di masyarakat menjadi sangat signifikan, menawarkan alternatif keuangan yang etis dan sesuai dengan keyakinan agama bagi masyarakat luas. Salah satu implikasi utama bagi pengembang fintech syariah adalah kebutuhan untuk menginvestasikan sumber daya dalam edukasi dan penyuluhan.

Citra Negatif Akibat Kasus atau Isu Tertentu

Isu-isu seperti kurang transparannya pengelolaan dana atau pelanggaran prinsip syariah oleh lembaga keuangan tertentu dapat memengaruhi kepercayaan masyarakat secara luas terhadap seluruh industri perbankan syariah. Objek rangsang bank syariah meliputi persentase nisbah, bagi untung atau bagi rugi, jaminan dari pembiayaan, serta penentuan besarnya nisbah keuntungan nasabah. Dari hasil penyerapan atau penerimaan informasi tersebut nasabah mendapatkan pengetahuan, tanggapan, atau kesan dalam diri nasabah sehingga akan dikumpulkan dalam otak. (Rosanti dan Afifah 2023).

Aksesibilitas yang Terbatas

Bank syariah sering kali memiliki jangkauan yang lebih terbatas dibandingkan bank konvensional, terutama di daerah non-urban. Hal ini membuat masyarakat merasa kesulitan dalam mengakses layanan bank syariah, sehingga menurunkan minat mereka. Sosialisasi merupakan program yang harus diprioritaskan. Mengingat perbankan syariah baru berusia remaja dan masih dalam tahap pertumbuhan. Apalagi sistem perbankan konvensional sudah mendarah daging dalam masyarakat Indonesia. Maka dari itu bank syariah harus kreatif dan cerdas memanfaatkan sumber daya yang ada untuk bersosialisasi. (Fandrinal, Trianto, dan Suadohanpohan 2020).

Kompleksitas Produk dan Istilah

Banyak masyarakat merasa istilah-istilah yang digunakan dalam perbankan syariah terlalu rumit dan sulit dipahami. Kompleksitas ini sering kali menjadi hambatan bagi masyarakat umum untuk memahami dan menerima sistem bank syariah.

Salah satu faktor utama yang menyebabkan masyarakat enggan memilih bank syariah adalah minimnya ketersediaan kantor cabang atau layanan bank syariah di berbagai daerah. Meskipun industri keuangan syariah di Indonesia terus berkembang, aksesibilitasnya masih terbatas dibandingkan bank konvensional. Hal ini terutama dirasakan oleh masyarakat di wilayah terpencil atau daerah yang belum terjangkau layanan perbankan syariah. Kondisi ini membuat masyarakat lebih memilih bank konvensional yang memiliki jaringan luas dan mudah diakses. Ketidakseimbangan distribusi ini menjadi kendala signifikan dalam mendukung pertumbuhan kepercayaan masyarakat terhadap bank syariah.

Selain itu, istilah-istilah yang digunakan dalam produk dan layanan bank syariah sering kali sulit dipahami oleh masyarakat awam. Penggunaan istilah Arab seperti murabahah, mudharabah, dan musyarakah dapat menjadi hambatan tersendiri bagi masyarakat yang tidak terbiasa dengan konsep-konsep tersebut. Alih-alih memahami manfaat dan keunggulan produk syariah, masyarakat cenderung merasa bingung atau ragu untuk menggunakan layanan ini. Hal ini menunjukkan pentingnya edukasi yang lebih sederhana dan komunikatif agar konsep perbankan syariah dapat diterima secara luas oleh masyarakat.

Kurangnya literasi keuangan syariah juga menjadi penyebab lainnya. Banyak masyarakat yang belum memahami perbedaan mendasar antara bank syariah dan bank konvensional. Mereka sering kali menganggap bahwa bank syariah hanya "bank biasa" yang diberi label syariah tanpa mengetahui bagaimana prinsip-prinsip seperti bagi hasil dan larangan riba diterapkan. Tanpa pemahaman yang memadai, masyarakat sulit melihat nilai tambah dari perbankan syariah, sehingga mereka lebih memilih layanan perbankan yang sudah mereka kenal sebelumnya.

Terakhir, kurangnya pemahaman mengenai mekanisme, produk, dan jasa dari bank syariah memperparah situasi ini. Banyak masyarakat yang belum mengerti bagaimana layanan seperti pembiayaan syariah atau tabungan syariah beroperasi. Ketidapahaman ini dapat menimbulkan ketidakpercayaan dan keraguan, terutama jika masyarakat tidak mendapatkan informasi yang jelas dan memadai. Oleh karena itu, perlu ada upaya yang lebih besar dari pihak bank syariah dan pemerintah untuk meningkatkan literasi keuangan syariah, memperluas jaringan layanan, dan menyederhanakan cara komunikasi produk agar dapat lebih diterima oleh masyarakat luas. (Hermanto dan Syahril 2020).

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, masyarakat Kota Makassar umumnya memiliki pandangan positif terhadap kontribusi yang diberikan oleh bank syariah. Lembaga keuangan ini dianggap memberikan manfaat yang signifikan melalui layanan berbasis syariah yang sejalan dengan prinsip agama Islam, seperti pembiayaan usaha kecil dan menengah (UKM), pengelolaan keuangan tanpa riba, serta program-program sosial seperti zakat, infaq, dan sedekah. Meski demikian, tingkat pemahaman masyarakat terhadap produk dan layanan bank syariah masih beragam, tergantung pada tingkat pendidikan, ekonomi, dan pengalaman mereka dengan lembaga tersebut.

Faktor utama yang memengaruhi persepsi masyarakat meliputi tingkat pendidikan dan pemahaman terhadap konsep keuangan syariah. Masyarakat yang memiliki pengetahuan lebih baik tentang prinsip syariah cenderung memberikan penilaian yang positif. Selain itu, pengalaman langsung masyarakat dalam menggunakan layanan bank syariah juga sangat memengaruhi persepsi mereka. Pelayanan yang baik, transparan, dan mudah diakses dapat meningkatkan kepercayaan masyarakat, sementara pengalaman negatif dapat menurunkan citra bank syariah.

Kurangnya sosialisasi dan promosi dari pihak bank syariah juga memengaruhi kesadaran masyarakat. Beberapa masyarakat mungkin memiliki pandangan netral atau bahkan negatif karena minimnya informasi. Di sisi lain, pengaruh sosial dan budaya, seperti rekomendasi dari tokoh agama atau komunitas lokal, berperan dalam memperkuat kepercayaan masyarakat terhadap bank syariah. Terakhir, kemampuan bank syariah dalam menawarkan produk kompetitif, inovasi teknologi, dan biaya layanan yang terjangkau juga menjadi pertimbangan penting dalam membentuk persepsi masyarakat. Melalui peningkatan edukasi, pelayanan yang lebih baik, dan inovasi

produk, bank syariah dapat meningkatkan penerimaan masyarakat Kota Makassar sekaligus memperluas dampaknya.

Daftar Pustaka

- Faadilah, Indri, dan Aldianto Ilham. 2005. "Prospek Pengembangan Perbankan Syariah di Indonesia." *Transpor* XX(4): 57-61.
- Fandrinal, Budi Trianto, dan Erwin Suadohanpohan. 2020. "Analisa Persepsi Masyarakat Terhadap Bank Syariah." *Jurnal Ekonomi Islam* 9(2004): 1-15.
- Ghojali, Irman, dan Maman Suryaman. 2024. "Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Menabung di Bank Syariah Indonesia." *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam* 5(3): 1564-72. doi:10.47467/elmal.v5i3.773.
- Haida, Nur, Gama Pratama, Toto Sukarnoto, dan Widiawati. 2016. "Pengaruh Pemahaman Masyarakat Tentang Riba Terhadap Minat." *Ecobankers: Journal of Economy Banking* 2(2): 131-39.
- Hasibuan, Faisal Umardani, dan Rahma Wahyuni. 2020. "Pengaruh Pengetahuan Masyarakat Dan Minat Penerapan Nilai Islam Terhadap Keputusan Menggunakan Tabungan Perbankan Syariah (Studi Kasus Masyarakat Kota Langsa)." *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam* 6(1): 22-33. doi:10.29040/jiei.v6i1.790.
- Hermanto, Bambang, dan Syahril Syahril. 2020. "Persepsi Masyarakat Terhadap Perbankan Syariah Di Kabupaten Sumenep." *PERFORMANCE: Jurnal Bisnis & Akuntansi* 10(1): 77-92. doi:10.24929/feb.v10i1.973.
- Irham, Mawaddah. 2019. "Analisi Persepsi Dosen Terhadap Perbankan Syariah (Studi Kasus Dosen Fakultas Ekonomi UMN)." *Sustainability (Switzerland)* 11(1): 1-14.
- Istiqamah, Nurul, Fitriani Latief, dan Ali Murdhani Ngandoh. 2022. "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Menggunakan Mobile Banking Pada Pt Bank Syariah Indonesia Cabang Makassar." *Nobel Management Review* 3(4): 566-78. doi:10.37476/nmar.v3i4.3450.
- Lukytta, Gusti Acfira, Mursalim, dan H. Amiruddin. 2020. "Pengaruh Persepsi Nasabah Terhadap Keputusan Pengambilan Pembiayaan Murabahah Pada Bank Sulselbar Cabang Syariah Makassar." *Jurnal Mirai Management* Vol. 6(1): 2597-4084.
- Makassar, Universitas Muhammadiyah, dan Alauddin No. "Tingkat pemahaman masyarakat tentang pasar modal syariah di sulawesi selatan 1,2." (259): 414-23.

- Mustofa, Muhammad Ali, Prodi Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi, Mulyani Fatekhatul Jannah, Prodi Pendidikan Biologi, Fakultas Ilmu Tarbiyah, Malik Ibnu Zaman, Prodi Psikologi, dan Fakultas Psikologi. 2022. "Persepsi Masyarakat dalam Kebijakan Merger Bank Syariah Indonesia Studi Kasus Kabupaten Tegal." *Ekonomika dan Bisnis Islam* 5: 207-16.
- Nursiwan, Asep. 2023. "Persepsi Masyarakat terhadap Penggunaan Fintech Dana Syariah dalam Perspektif Hukum Islam." *Persya: Jurnal Perbankan Syariah* 1(2): 60-65. doi:10.62070/persya.v1i2.15.
- Pertiwi, Bella, Andri Brawijaya, dan Afiatin Dewi. 2021. "Persepsi Masyarakat Terhadap Pembukaan Rekening Secara Online Pada Bank Syariah Di Kota Bogor." *Nisbah: Jurnal Perbankan Syariah* 7(1): 15-22. doi:10.30997/jn.v6i2.1899.
- Rhomadoni, Siti, dan Khairan. 2022. "Persepsi Masyarakat Terhadap Produk perbankan Syariah di Bandar Lor Kota Kediri." *Jurnal At-Tamwil: Kajian Ekonomi Syariah* 4(2): 185-201. doi:10.33367/at.v4i2.1472.
- Rosanti, Novita, dan Annisa Nurul Afifah. 2023. "Analisis Persepsi Nasabah Mengenai Pembiayaan Usaha Rakyat Pada Bank Syariah Di Kota Makassar." *Jurnal Bisnis dan Kewirausahaan* 12(2): 222-28. doi:10.37476/jbk.v12i2.3826.
- Sirat, Abdul Hadi. 2018. "Persepsi Masyarakat Terhadap Perbankan Syariah Di Kota Makassar." *Al-Qalam* 16(2): 153. doi:10.31969/alq.v16i2.481.