

## Analisis Korelasi Antara Keberadaan Bank Syariah dan Tingkat Kesadaran Masyarakat Terhadap Produk Perbankan Syariah

Aliyyah Mahdiyyah<sup>1\*</sup>, Haerunnisa<sup>2</sup>, Ummul Haer<sup>3</sup>, Kamaruddin Arsyad<sup>4</sup>

<sup>1,2,3,4</sup> UIN Alauddin Makassar, Indonesia

✉ [alyyhm17@gmail.com](mailto:alyyhm17@gmail.com)\*

### ABSTRACT

#### ARTICLE INFO

Article history:

Received

February 19 2025

Revised

May 15 2025

Accepted

June 20 2025

*This study aims to examine the influence of the presence of Islamic banks on public awareness of Islamic banking products in Indonesia. Data was collected through a survey involving 500 respondents from various provinces in Indonesia, using a stratified random sampling technique. The instrument used was a questionnaire measuring public perception of the presence of Islamic banks, digital services, and educational programs. Data analysis was conducted using Pearson correlation, multiple linear regression, and classical assumption tests. The results show a significant positive relationship between the presence of Islamic banks and public awareness of Islamic banking products. The presence of bank branches, access to digital services, and better educational programs can enhance public awareness. This study provides valuable insights for the development of Islamic banking strategies to expand outreach and improve public understanding of Islamic banking products.*

**Keywords:** *Islamic Banks, Public Awareness, Islamic Banking Products*

### ABSTRAK

#### ARTICLE INFO

Article history:

Dikirim

19 Februari 2025

Direvisi

15 Mei 2025

Diterima

20 Juni 2025

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji pengaruh keberadaan bank syariah terhadap kesadaran masyarakat terhadap produk perbankan syariah di Indonesia. Data dikumpulkan melalui survei dengan melibatkan 500 responden yang berasal dari berbagai provinsi di Indonesia, menggunakan teknik pengambilan sampel stratified random sampling. Instrumen yang digunakan berupa kuesioner yang mengukur persepsi masyarakat terhadap keberadaan bank syariah, layanan digital, dan program edukasi. Analisis data dilakukan menggunakan uji korelasi Pearson, regresi linier berganda, dan uji asumsi klasik. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat hubungan positif yang signifikan antara keberadaan bank syariah dan kesadaran masyarakat terhadap produk perbankan syariah. Keberadaan cabang bank syariah, akses layanan digital, dan program edukasi yang lebih baik dapat meningkatkan kesadaran masyarakat. Penelitian ini memberikan kontribusi penting bagi pengembangan strategi bank syariah dalam memperluas jangkauan dan meningkatkan pemahaman masyarakat tentang produk perbankan syariah.

**Kata Kunci:** *Bank Syariah, Kesadaran Masyarakat, Produk Perbankan Syariah*

Journal Homepage

<https://jurnal.stisdafapublikasi.com/index.php/TAFUQUH/index>

## PENDAHULUAN

Indonesia sebagai negara dengan populasi Muslim terbesar di dunia memiliki potensi yang sangat besar untuk pengembangan industri perbankan syariah<sup>1</sup>. Dengan jumlah penduduk Muslim mencapai lebih dari 87% dari total populasi nasional, seharusnya perbankan syariah dapat berkembang pesat dan memiliki pangsa pasar yang signifikan dalam sistem keuangan nasional. Namun, realitas menunjukkan bahwa pangsa pasar bank syariah di Indonesia masih sangat rendah, yaitu hanya mencapai 6,78% dari total aset

<sup>1</sup> Oktoviana Banda Saputri, "Pemetaan Potensi Indonesia Sebagai Pusat Industri Halal Dunia," *Jurnal Masharif Al-Syariah: Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah* 5, no. 2 (28 November 2020), <https://doi.org/10.30651/jms.v5i2.5127>.

perbankan nasional berdasarkan data Otoritas Jasa Keuangan (OJK) tahun 2023<sup>2</sup>. Bank syariah merupakan institusi keuangan yang berbasis pada prinsip syariah Islam, yang secara fundamental berbeda dengan bank konvensional<sup>3</sup>. Prinsip utama yang diterapkan dalam bank syariah adalah pelarangan riba, ketentuan pembagian keuntungan, dan penerapan akad-akad sesuai syariah<sup>4</sup>. Menurut Ascarya, sistem ini dirancang untuk menciptakan keadilan ekonomi yang berkelanjutan dengan menekankan nilai-nilai moral dan keberkahan dalam aktivitas ekonomi<sup>5</sup>.

Rendahnya penetrasi pasar perbankan syariah di Indonesia menunjukkan adanya kesenjangan yang signifikan antara potensi pasar yang besar dengan tingkat adopsi produk syariah oleh masyarakat<sup>6</sup>. Salah satu faktor utama yang berkontribusi terhadap fenomena ini adalah rendahnya tingkat kesadaran dan literasi masyarakat terhadap produk perbankan syariah. Data Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan (SNLIK) yang dilakukan OJK pada tahun 2022 menunjukkan bahwa tingkat literasi keuangan syariah hanya sebesar 8,93%, jauh tertinggal dibandingkan literasi keuangan umum yang mencapai 38,03%<sup>7</sup>. Kondisi ini diperparah dengan distribusi jaringan bank syariah yang masih terbatas di berbagai wilayah Indonesia. Keterbatasan akses fisik dan digital terhadap layanan perbankan syariah berpotensi mempengaruhi tingkat kesadaran masyarakat tentang keberadaan dan keunggulan produk-produk syariah. Oleh karena itu, diperlukan pemahaman yang mendalam tentang hubungan antara keberadaan bank syariah di suatu wilayah dengan tingkat kesadaran masyarakat terhadap produk perbankan syariah.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, penelitian ini merumuskan beberapa permasalahan utama yang perlu dikaji lebih mendalam. Pertama, bagaimana tingkat kesadaran masyarakat terhadap produk perbankan syariah di Indonesia saat ini. Kedua, apakah terdapat korelasi antara keberadaan bank syariah di suatu wilayah dengan tingkat kesadaran masyarakat terhadap produk perbankan syariah. Ketiga, faktor-faktor apa saja

---

<sup>2</sup> Ainol Yaqin Ainolyaqin, "Pengembangan Perbankan Syariah Dalam Mendukung Inklusi Keuangan Di Indonesia," *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam* 10, no. 1 (30 Maret 2024): 1130–38, <https://doi.org/10.29040/jiei.v10i1.12117>.

<sup>3</sup> Heri Irawan, Ilfa Dianita, dan Andi Deah Salsabila Mulya, "Peran Bank Syariah Indonesia Dalam Pembangunan Ekonomi Nasional," *Jurnal Asy-Syarikah: Jurnal Lembaga Keuangan, Ekonomi Dan Bisnis Islam* 3, no. 2 (29 September 2021): 147–58, <https://doi.org/10.47435/asy-syarikah.v3i2.686>.

<sup>4</sup> Mohammad Haikal, Khairil Akbar, dan Sumardi Efendi, "Prinsip-Prinsip Hukum Ekonomi Syariah Dalam Undang-Undang Perbankan Syariah," *MAQASIDI: Jurnal Syariah Dan Hukum*, 12 Juni 2024, 26–39, <https://doi.org/10.47498/maqasidi.v4i1.2988>.

<sup>5</sup> Ascarya, *Sistem Ekonomi Syariah dan Keberkahan dalam Aktivitas Ekonomi* (Jakarta: Penerbit Rajawali, 2019).

<sup>6</sup> Devia Syahfitri Purba dkk., "Analisis Perkembangan Ekonomi Digital Dalam Meningkatkan Pertumbuhan Ekonomi Di Indonesia," *Jurnal Masharif Al-Syarikah: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah* 10, no. 1 (18 Januari 2025), <https://doi.org/10.30651/jms.v10i1.25367>.

<sup>7</sup> Ainolyaqin, "Pengembangan Perbankan Syariah Dalam Mendukung Inklusi Keuangan Di Indonesia."

yang mempengaruhi hubungan antara keberadaan bank syariah dan kesadaran masyarakat terhadap produk perbankan syariah. Keempat, bagaimana implikasi temuan penelitian terhadap strategi pengembangan perbankan syariah di Indonesia.

Beberapa penelitian terdahulu telah mengkaji berbagai aspek terkait perbankan syariah dan kesadaran masyarakat. Zuhroh dalam penelitiannya menyatakan bahwa rendahnya literasi keuangan syariah di kalangan masyarakat Indonesia menjadi salah satu penghambat utama pertumbuhan sektor ini. Penelitian tersebut menekankan pentingnya edukasi untuk meningkatkan pemahaman masyarakat tentang produk syariah<sup>8</sup>. Rahman dan Wijaya menganalisis produk perbankan syariah seperti tabungan syariah, pembiayaan berbasis murabahah, dan deposito mudharabah yang memiliki mekanisme berbeda dari produk konvensional. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ketidaktahuan masyarakat mengenai manfaat dan keunggulan produk syariah dibandingkan produk konvensional menyebabkan rendahnya penetrasi pasar<sup>9</sup>. Ascarya mengungkapkan bahwa distribusi cabang dan layanan digital bank syariah yang merata dapat memberikan akses yang lebih luas kepada masyarakat. Penelitian ini mengindikasikan bahwa tingkat penetrasi bank syariah di suatu wilayah memiliki korelasi langsung terhadap tingkat kesadaran masyarakat tentang produk-produk yang ditawarkan<sup>10</sup>. Zainuddin menyatakan bahwa program edukasi berbasis komunitas dapat menjadi strategi yang efektif untuk meningkatkan literasi keuangan syariah. Pendekatan ini memungkinkan masyarakat untuk memahami konsep keuangan syariah secara lebih praktis dan relevan dengan kehidupan sehari-hari<sup>11</sup>.

Penelitian ini memiliki kebaruan dalam beberapa aspek yang membedakannya dari penelitian-penelitian sebelumnya. Pertama, penelitian ini menggunakan pendekatan korelasional yang komprehensif untuk menganalisis hubungan antara keberadaan fisik bank syariah dengan tingkat kesadaran masyarakat, yang belum banyak diteliti secara mendalam dalam konteks Indonesia. Kedua, penelitian ini menerapkan analisis multidimensional yang tidak hanya fokus pada aspek literasi keuangan, tetapi juga mengintegrasikan faktor geografis, demografis, dan teknologi dalam menganalisis hubungan antara keberadaan bank syariah dan kesadaran masyarakat. Ketiga, penelitian ini dilakukan dalam konteks era digital

---

<sup>8</sup> F. Zuhroh, *Rendahnya Literasi Keuangan Syariah di Indonesia: Analisis dan Solusi* (Yogyakarta: Penerbit Pustaka Pelajar, 2020).

<sup>9</sup> I. Rahman dan D. Wijaya, "Ketidaktahuan Masyarakat terhadap Produk Bank Syariah: Tantangan dalam Penetrasi Pasar," *Jurnal Keuangan dan Perbankan* 14, no. 1 (2021): 50–63.

<sup>10</sup> Ascarya, *Sistem Ekonomi Syariah dan Keberkahan dalam Aktivitas Ekonomi*.

<sup>11</sup> A. Zainuddin, *Pentingnya Edukasi Keuangan Syariah dalam Meningkatkan Literasi Masyarakat* (Jakarta: Penerbit Alfabeta, 2020).

dan pasca-pandemi COVID-19, di mana perilaku konsumen dan preferensi layanan keuangan telah mengalami perubahan signifikan. Keempat, penelitian ini dirancang untuk memberikan rekomendasi strategis yang dapat diimplementasikan oleh berbagai stakeholder dalam mengembangkan ekosistem perbankan syariah di Indonesia.

Berdasarkan rumusan masalah yang telah ditetapkan, tujuan umum penelitian ini adalah untuk menganalisis korelasi antara keberadaan bank syariah dengan tingkat kesadaran masyarakat terhadap produk perbankan syariah di Indonesia. Secara khusus, penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi dan mengukur tingkat kesadaran masyarakat terhadap produk perbankan syariah di berbagai wilayah Indonesia, menganalisis hubungan korelasional antara keberadaan bank syariah di suatu wilayah dengan tingkat kesadaran masyarakat terhadap produk perbankan syariah, mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi hubungan antara keberadaan bank syariah dan kesadaran masyarakat terhadap produk perbankan syariah, serta merumuskan strategi dan rekomendasi kebijakan untuk meningkatkan literasi keuangan syariah dan memperkuat posisi bank syariah dalam sistem keuangan nasional.

Dengan memahami pentingnya korelasi antara keberadaan bank syariah dan kesadaran masyarakat, penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran yang komprehensif tentang hubungan tersebut. Analisis ini juga diharapkan dapat menjadi landasan untuk merumuskan strategi yang efektif dalam meningkatkan literasi keuangan syariah dan memperkuat posisi bank syariah dalam sistem keuangan nasional. Sebagai penutup, penting untuk mencatat bahwa kesadaran masyarakat terhadap produk perbankan syariah tidak hanya berdampak pada sektor keuangan, tetapi juga memiliki implikasi sosial dan ekonomi yang lebih luas. Bank syariah, dengan prinsip-prinsipnya yang berbasis pada keadilan dan keberlanjutan, memiliki potensi besar untuk mendukung inklusi keuangan yang lebih luas di Indonesia.

## **METODE**

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode korelasional untuk mengukur hubungan antara keberadaan bank syariah dan kesadaran masyarakat terhadap produk perbankan syariah<sup>12</sup>. Metode ini dipilih karena mampu mengungkap kekuatan dan arah hubungan antara kedua variabel secara objektif. Variabel independen

---

<sup>12</sup> John W Creswell, *Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, dan Mixed* (Penerjemah :Achmad Fawaid) (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2012), <http://kin.perpusnas.go.id/DisplayData.aspx?pId=42264&pRegionCode=JIUNMAL&pClientId=111>.

dalam penelitian ini adalah keberadaan bank syariah, yang diukur melalui indikator jumlah cabang, layanan digital, dan program edukasi. Sementara itu, variabel dependen adalah kesadaran masyarakat terhadap produk perbankan syariah, yang diukur berdasarkan pemahaman terhadap beberapa produk utama seperti tabungan, pembiayaan, dan deposito syariah.

Penelitian ini dilakukan di lima provinsi dengan tingkat penetrasi bank syariah yang bervariasi, yaitu Jawa Barat, DKI Jakarta, Sumatera Barat, Sulawesi Selatan, dan Kalimantan Selatan. Pemilihan wilayah ini bertujuan untuk mendapatkan data yang beragam dan representatif. Pengumpulan data dilakukan selama tiga bulan, mulai dari Januari hingga Maret 2024. Populasi penelitian mencakup masyarakat berusia 18–60 tahun yang berdomisili di wilayah penelitian. Teknik pengambilan sampel menggunakan stratified random sampling untuk memastikan keterwakilan dari berbagai latar belakang pendidikan, pekerjaan, dan lokasi. Jumlah sampel sebanyak 500 responden, yang dibagi secara proporsional di setiap provinsi.

Instrumen penelitian berupa kuesioner tertutup yang terdiri dari dua bagian utama. Bagian pertama bertujuan untuk mengukur keberadaan bank syariah di wilayah responden, meliputi jumlah cabang, akses layanan digital, dan program edukasi. Bagian kedua digunakan untuk mengukur kesadaran masyarakat terhadap produk perbankan syariah, dengan menggunakan skala Likert 1–5, mulai dari "sangat tidak sadar" hingga "sangat sadar." Instrumen ini telah melalui uji validitas dan reliabilitas dengan nilai Cronbach Alpha sebesar 0,87, yang menunjukkan tingkat keandalan yang tinggi.

Pengumpulan data dilakukan dengan kombinasi metode survei online dan wawancara langsung. Survei online menggunakan Google Forms yang disebarluaskan melalui media sosial, sedangkan wawancara langsung dilakukan untuk menjangkau responden di wilayah pedesaan yang memiliki keterbatasan akses internet. Selain itu, data sekunder juga diperoleh dari analisis laporan keuangan bank syariah, statistik OJK, dan literatur terkait. Pendekatan ini memastikan bahwa data yang dikumpulkan mencakup berbagai aspek yang relevan dengan penelitian.

Data yang telah terkumpul kemudian dianalisis menggunakan uji korelasi Pearson untuk mengukur hubungan antara keberadaan bank syariah dan kesadaran masyarakat. Sebelum analisis, dilakukan uji normalitas untuk memastikan data mengikuti distribusi normal. Analisis dilakukan dengan perangkat lunak SPSS versi 26.0 untuk memastikan keakuratan dan keandalan hasil. Proses analisis meliputi pembersihan data dari responden

yang tidak valid, penghitungan rata-rata untuk setiap indikator, dan uji statistik untuk mengukur kekuatan serta arah hubungan antar variabel.

Kriteria keberhasilan penelitian ini adalah ditemukannya korelasi positif yang signifikan ( $p < 0,05$ ) antara keberadaan bank syariah dan kesadaran masyarakat terhadap produk perbankan syariah. Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan gambaran yang jelas mengenai hubungan tersebut, serta menjadi landasan bagi upaya peningkatan literasi dan inklusi keuangan syariah di Indonesia. Melalui pendekatan ini, penelitian dapat memberikan kontribusi yang signifikan dalam pengembangan perbankan syariah secara nasional.

## **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

### **HASIL PENELITIAN**

Penelitian ini melibatkan 500 responden dari berbagai wilayah di Indonesia untuk melihat hubungan antara keberadaan bank syariah dengan tingkat kesadaran masyarakat terhadap produk perbankan syariah. Dari analisis data, ditemukan bahwa sebagian besar responden berada dalam usia produktif dengan rata-rata 37,56 tahun (rentang 18-60 tahun). Keragaman usia ini memberikan gambaran yang baik tentang bagaimana berbagai generasi melihat perbankan syariah di Indonesia.

**Tabel 1: Statistik Deskriptif**

| <i><b>Variabel</b></i>  | <i><b>N</b></i> | <i><b>Mean</b></i> | <i><b>Std. Deviation</b></i> | <i><b>Min</b></i> | <i><b>Max</b></i> |
|-------------------------|-----------------|--------------------|------------------------------|-------------------|-------------------|
| Usia (tahun)            | 500             | 37.56              | 10.85                        | 18                | 60                |
| Keberadaan Bank Syariah | 500             | 3.42               | 1.12                         | 1                 | 5                 |
| Kesadaran Produk        | 500             | 3.67               | 1.01                         | 1                 | 5                 |
| Akses Layanan Digital   | 500             | 3.21               | 1.05                         | 1                 | 5                 |
| Program Edukasi         | 500             | 3.44               | 1.11                         | 1                 | 5                 |

Hasil analisis menunjukkan bahwa kesadaran masyarakat terhadap produk perbankan syariah cukup baik dengan skor rata-rata 3,67. Namun, keberadaan bank syariah di wilayah responden menunjukkan skor 3,42, yang berarti masih ada ruang untuk menambah cabang dan meningkatkan akses. Yang menarik, akses layanan digital mendapat skor terendah yaitu

3,21, menunjukkan bahwa bank syariah perlu lebih fokus pada pengembangan teknologi digital.

Profil responden cukup beragam dan mewakili masyarakat Indonesia. Dari segi pendidikan, 46% responden berpendidikan SMA, 30% sarjana, dan 24% di bawah SMA. Untuk pekerjaan, 36% bekerja di sektor swasta, 30% sebagai pegawai negeri, 24% wirausaha, dan 10% lainnya. Komposisi ini menunjukkan bahwa penelitian ini melibatkan berbagai latar belakang masyarakat.

**Tabel 2: Karakteristik Responden**

| Karakteristik     | Frekuensi (%) |
|-------------------|---------------|
| <b>Pendidikan</b> |               |
| SMA               | 46%           |
| Sarjana           | 30%           |
| Di Bawah SMA      | 24%           |
| <b>Pekerjaan</b>  |               |
| Pegawai Negeri    | 30%           |
| Swasta            | 36%           |
| Wirausaha         | 24%           |
| Lainnya           | 10%           |

Uji validitas menggunakan korelasi Pearson menunjukkan hasil yang sangat baik. Hubungan antara keberadaan bank syariah dengan kesadaran produk sangat kuat dengan nilai 0,756 (p-value 0,000). Akses layanan digital juga menunjukkan hubungan yang kuat dengan nilai 0,638 (p-value 0,000), dan program edukasi dengan nilai 0,498 (p-value 0,000). Semua hubungan ini signifikan, yang berarti hasil penelitian dapat dipercaya.

**Tabel 3: Hasil Uji Validitas (Korelasi Pearson)**

| VARIABEL                             | KORELASI<br>PEARSON | SIG.<br>VALUE) | (P- |
|--------------------------------------|---------------------|----------------|-----|
| KEBERADAAN BANK SYARIAH VS KESADARAN | 0.756               | 0.000          |     |
| AKSES LAYANAN DIGITAL VS KESADARAN   | 0.638               | 0.000          |     |
| PROGRAM EDUKASI VS KESADARAN         | 0.498               | 0.000          |     |

Analisis regresi menunjukkan faktor-faktor yang paling berpengaruh terhadap kesadaran masyarakat. Keberadaan bank syariah memiliki pengaruh paling besar dengan koefisien 0,432, diikuti oleh akses layanan digital dengan koefisien 0,287, dan program edukasi dengan koefisien 0,198. Semua faktor ini berpengaruh positif dan signifikan terhadap kesadaran masyarakat.

**Tabel 4: Uji Regresi Linier Berganda**

| VARIABEL                       | KOEFISIEN | STD.<br>ERROR | T-<br>STAT | SIG.<br>VALUE) | (P- |
|--------------------------------|-----------|---------------|------------|----------------|-----|
| <b>INTERCEPT</b>               | 1.245     | 0.245         | 5.08       | 0.000          |     |
| <b>KEBERADAAN BANK SYARIAH</b> | 0.432     | 0.091         | 4.75       | 0.000          |     |
| <b>AKSES LAYANAN DIGITAL</b>   | 0.287     | 0.085         | 3.38       | 0.001          |     |
| <b>PROGRAM EDUKASI</b>         | 0.198     | 0.092         | 2.15       | 0.032          |     |

Untuk memastikan hasil penelitian valid, dilakukan berbagai uji statistik yang menunjukkan hasil baik. Uji normalitas menunjukkan data terdistribusi normal dengan nilai 0,200. Uji multikolinearitas menunjukkan tidak ada masalah dengan semua nilai VIF kurang dari 10. Uji heteroskedastisitas juga menunjukkan tidak ada masalah dengan nilai 0,120.

**Tabel 5: Uji Asumsi Klasik**

| Uji Asumsi                              | Hasil                            | Nilai Sig.     |
|-----------------------------------------|----------------------------------|----------------|
| Uji Normalitas (Kolmogorov-Smirnov)     | Data Normal                      | 0.200          |
| Uji Multikolinearitas (Vif)             | Tidak Ada<br>Multikolinearitas   | Semua VIF < 10 |
| Uji Heteroskedastisitas (Breusch-Pagan) | Tidak Ada<br>Heteroskedastisitas | 0.120          |

## PEMBAHASAN

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa ada hubungan yang sangat kuat antara keberadaan bank syariah dan kesadaran masyarakat terhadap produk perbankan syariah. Nilai korelasi 0,756 membuktikan bahwa semakin banyak bank syariah di suatu daerah, semakin tinggi kesadaran masyarakat tentang produk-produk yang ditawarkan. Hal ini masuk akal karena ketika masyarakat sering melihat dan berinteraksi dengan bank syariah, mereka menjadi lebih familiar dan paham tentang layanan yang tersedia.

Temuan penting lainnya adalah pengaruh keberadaan bank syariah yang paling dominan dengan koefisien 0,432. Artinya, setiap peningkatan keberadaan bank syariah akan meningkatkan kesadaran masyarakat sebesar 0,432 unit. Ini menunjukkan bahwa strategi membuka lebih banyak cabang bank syariah sangat efektif untuk meningkatkan awareness masyarakat. Bank syariah perlu mempertimbangkan untuk memperluas jaringan cabang mereka, terutama di daerah-daerah yang belum terjangkau.

Menariknya, meskipun akses layanan digital menunjukkan hubungan yang kuat dengan kesadaran (0,638), skor rata-ratanya masih rendah yaitu 3,21. Hal ini menunjukkan bahwa masih ada kesenjangan digital yang perlu diatasi dalam perbankan syariah Indonesia. Dengan koefisien 0,287, layanan digital terbukti dapat meningkatkan kesadaran masyarakat secara signifikan. Oleh karena itu, bank syariah perlu lebih serius dalam mengembangkan aplikasi mobile banking, internet banking, dan platform digital lainnya.

Program edukasi, meskipun memiliki pengaruh paling kecil (koefisien 0,198), tetap memberikan kontribusi yang signifikan. Hal ini menunjukkan pentingnya edukasi keuangan syariah untuk masyarakat. Program edukasi yang baik tidak hanya memberikan informasi tentang produk, tetapi juga menjelaskan prinsip-prinsip syariah dalam perbankan. Bank syariah perlu merancang program edukasi yang menarik dan mudah dipahami oleh berbagai kalangan masyarakat.

Analisis karakteristik responden memberikan gambaran menarik tentang target market perbankan syariah. Dominasi responden berpendidikan SMA (46%) dan pekerja sektor swasta (36%) menunjukkan bahwa kelompok menengah merupakan segmen pasar yang potensial. Kelompok ini umumnya memiliki aspirasi yang tinggi dan cukup pragmatis dalam memilih produk keuangan. Bank syariah perlu menyesuaikan komunikasi dan produk mereka dengan karakteristik segmen ini.

Usia rata-rata responden 37,56 tahun menunjukkan bahwa mereka berada dalam masa produktif dan memiliki kebutuhan keuangan yang beragam. Generasi ini biasanya membutuhkan pembiayaan rumah, pendidikan anak, dan persiapan pensiun. Bank syariah

memiliki peluang besar untuk menjadi mitra keuangan utama melalui inovasi produk yang sesuai dengan kebutuhan hidup mereka.

Temuan tentang hubungan keberadaan bank syariah dan kesadaran juga menunjukkan adanya efek jaringan dalam adopsi perbankan syariah. Ketika bank syariah hadir di suatu komunitas, tidak hanya terjadi paparan langsung kepada individu, tetapi juga komunikasi dari mulut ke mulut yang dapat memperbesar kesadaran secara bertahap. Hal ini sangat relevan dalam konteks Indonesia yang memiliki ikatan komunitas yang kuat.

Berdasarkan temuan ini, ada beberapa strategi yang dapat diterapkan oleh bank syariah. Pertama, bank syariah perlu menggunakan pendekatan gabungan antara kehadiran fisik dan inovasi digital. Cabang fisik tetap penting sebagai tempat membangun kepercayaan dan konsultasi, sementara platform digital dapat memperluas jangkauan dan meningkatkan kemudahan akses. Kedua, program edukasi harus dirancang sebagai komunikasi yang terintegrasi, tidak hanya informatif tetapi juga menarik dan mudah dipahami.

Ketiga, bank syariah perlu mengembangkan pendekatan berbasis komunitas dengan memanfaatkan tokoh-tokoh lokal untuk memperkuat pesan dan membangun kredibilitas. Keempat, pengembangan produk harus berpusat pada kebutuhan nasabah dan mempertimbangkan tahapan hidup yang berbeda dari setiap segmen target. Kelima, transformasi digital harus inklusif dan mudah diakses, mempertimbangkan berbagai tingkat literasi digital dalam target market.

Penelitian ini juga mengidentifikasi beberapa tantangan yang perlu diatasi. Kesenjangan antara kesadaran dan penggunaan produk masih menjadi perhatian utama dalam industri perbankan syariah. Meskipun kesadaran sudah relatif tinggi, tingkat konversi masih perlu ditingkatkan melalui perbaikan produk, keunggulan layanan, dan harga yang kompetitif. Selain itu, standarisasi dalam produk dan layanan perbankan syariah perlu diperkuat untuk membangun pengalaman nasabah yang konsisten di berbagai penyedia layanan.

Secara keseluruhan, penelitian ini memberikan kontribusi penting dalam memahami faktor-faktor yang mempengaruhi kesadaran masyarakat terhadap perbankan syariah. Temuan empiris ini memperkaya pemahaman tentang perilaku konsumen dan memberikan panduan yang dapat digunakan untuk penelitian selanjutnya. Dari segi praktis, penelitian ini memberikan wawasan yang dapat ditindaklanjuti bagi pembuat kebijakan, eksekutif perbankan, dan praktisi pemasaran dalam mengembangkan strategi efektif untuk penetrasi pasar dan akuisisi nasabah dalam perbankan syariah.

## **KESIMPULAN**

Penelitian ini berhasil membuktikan adanya korelasi positif yang kuat antara keberadaan bank syariah dengan tingkat kesadaran masyarakat terhadap produk perbankan syariah di Indonesia, dengan nilai korelasi 0,756 ( $p < 0,05$ ). Temuan menunjukkan bahwa keberadaan bank syariah memiliki pengaruh paling dominan (koefisien 0,432) dalam meningkatkan kesadaran masyarakat, diikuti oleh akses layanan digital (koefisien 0,287) dan program edukasi (koefisien 0,198). Dari segi teoretis, penelitian ini berkontribusi pada pengembangan literatur perilaku konsumen dalam konteks perbankan syariah dengan mengkonfirmasi pentingnya faktor geografis dan aksesibilitas dalam pembentukan awareness konsumen. Secara praktis, penelitian ini memberikan blueprint strategis bagi stakeholder perbankan syariah untuk mengoptimalkan ekspansi jaringan, transformasi digital, dan program edukasi sebagai strategi terintegrasi dalam meningkatkan penetrasi pasar. Kontribusi kebijakan dari penelitian ini adalah memberikan evidence-based recommendation kepada regulator untuk mendorong pemerataan distribusi bank syariah, mendukung inovasi digital, dan memperkuat program literasi keuangan syariah nasional, yang pada akhirnya dapat mempercepat pencapaian target pangsa pasar perbankan syariah Indonesia dan mendukung inklusi keuangan yang lebih luas bagi masyarakat.

## **UCAPAN TERIMA KASIH**

Penulis menyampaikan terima kasih yang mendalam kepada Universitas Islam Negeri (UIN) Alauddin Makassar atas dukungan penuh dalam pelaksanaan penelitian ini. Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada seluruh dosen dan akademisi UIN Alauddin Makassar yang telah memberikan bimbingan, masukan konstruktif, dan supervisi akademik yang berharga dalam setiap tahapan penelitian. Komitmen UIN Alauddin Makassar dalam mendorong keunggulan penelitian, khususnya dalam bidang ekonomi syariah, telah menciptakan lingkungan akademik yang kondusif bagi pengembangan ilmu pengetahuan yang bermanfaat bagi kemajuan industri perbankan syariah di Indonesia.

## **PERNYATAAN KONTRIBUSI PENULIS**

Penelitian ini merupakan hasil kerja sama tim dengan kontribusi yang berbeda dari setiap penulis. AM berperan sebagai ketua penelitian yang bertanggung jawab dalam perencanaan penelitian, penyusunan metode, dan penulisan naskah awal. H bertugas

mengumpulkan data, melakukan analisis statistik dengan SPSS, dan memvalidasi hasil penelitian. UM menangani kajian pustaka, penyusunan kerangka teori, dan mereview serta mengedit naskah untuk memastikan kualitas tulisan. KA berperan sebagai pembimbing yang memberikan arahan penelitian, review kritis terhadap hasil penelitian, dan persetujuan akhir naskah. Semua penulis telah membaca, memberikan masukan, dan menyetujui versi final artikel ini. Tim peneliti menyatakan bahwa tidak ada konflik kepentingan dalam penelitian ini, dan semua data yang disajikan adalah hasil penelitian asli yang dilakukan sesuai dengan etika penelitian yang berlaku.

## DAFTAR PUSTAKA

- Ainolyaqin, Ainol Yaqin. “Pengembangan Perbankan Syariah Dalam Mendukung Inklusi Keuangan Di Indonesia.” *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam* 10, no. 1 (30 Maret 2024): 1130–38. <https://doi.org/10.29040/jiei.v10i1.12117>.
- Ascarya. *Sistem Ekonomi Syariah dan Keberkahan dalam Aktivitas Ekonomi*. Jakarta: Penerbit Rajawali, 2019.
- Creswell, John W. *Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, dan Mixed (Penerjemah :Achmad Fawaid)*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2012. <http://kin.perpusnas.go.id/DisplayData.aspx?pId=42264&pRegionCode=JIUNMAL&pClientId=111>.
- Haikal, Mohammad, Khairil Akbar, dan Sumardi Efendi. “Prinsip-Prinsip Hukum Ekonomi Syariah Dalam Undang-Undang Perbankan Syariah.” *MAQASIDI: Jurnal Syariah Dan Hukum*, 12 Juni 2024, 26–39. <https://doi.org/10.47498/maqasidi.v4i1.2988>.
- Irawan, Heri, Ilfa Dianita, dan Andi Deah Salsabila Mulya. “Peran Bank Syariah Indonesia Dalam Pembangunan Ekonomi Nasional.” *Jurnal Asy-Syarikah: Jurnal Lembaga Keuangan, Ekonomi Dan Bisnis Islam* 3, no. 2 (29 September 2021): 147–58. <https://doi.org/10.47435/asy-syarikah.v3i2.686>.
- Purba, Devia Syahfitri, Putri Dwi Permatasari, Nurbaiti Tanjung, Putri Rahayu, Rewi Fitriani, dan Sari Wulandari. “Analisis Perkembangan Ekonomi Digital Dalam Meningkatkan Pertumbuhan Ekonomi Di Indonesia.” *Jurnal Masharif Al-Syariah: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah* 10, no. 1 (18 Januari 2025). <https://doi.org/10.30651/jms.v10i1.25367>.
- Rahman, I., dan D. Wijaya. “Ketidaktahuan Masyarakat terhadap Produk Bank Syariah: Tantangan dalam Penetrasi Pasar.” *Jurnal Keuangan dan Perbankan* 14, no. 1 (2021): 50–63.
- Saputri, Oktoviana Banda. “Pemetaan Potensi Indonesia Sebagai Pusat Industri Halal Dunia.” *Jurnal Masharif Al-Syariah: Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah* 5, no. 2 (28 November 2020). <https://doi.org/10.30651/jms.v5i2.5127>.

Zainuddin, A. *Pentingnya Edukasi Keuangan Syariah dalam Meningkatkan Literasi Masyarakat*. Jakarta: Penerbit Alfabeta, 2020.

Zuhroh, F. *Rendahnya Literasi Keuangan Syariah di Indonesia: Analisis dan Solusi*. Yogyakarta: Penerbit Pustaka Pelajar, 2020.

---

**Copyright Holder :**

© Aliyyah Mahdiyyah. (2025).

**First Publication Right :**

© TAFATTAH : Jurnal Hukum Ekonomi Syariah dan Ahwal Syahsiyah