



Persepsi Terhadap Perbankan Syariah di Kalangan Mahasiswa Manajemen UNISBA: Sebuah Studi Analisis

Millatul Fadhilah¹, Roichatul Mabrurroh²
Universitas Islam Balitar Blitar^{1,2}

¹Email : millatulfadhillah20@gmail.com, ²Email : roichatulmabrurroh03@gmail.com

Abstract : *This study aims to explore the perceptions of management students at Universitas Islam Bandung (UNISBA) regarding Islamic banking. A qualitative approach was employed, utilizing in-depth interviews and focus group discussions for data collection. The results indicate that students' understanding of the principles of Islamic banking varies, with some students demonstrating a strong grasp due to formal education, while others exhibit limited awareness. Additionally, factors such as religious beliefs and financial literacy significantly influence their perceptions. Experiences with Islamic banking products also vary, with many students expressing a preference for conventional banks due to convenience. This research suggests the need for enhanced education and marketing strategies by Islamic banks to attract the attention of the younger generation.*

Keywords: *Analysis, Perception, Islamic Banking*

Abstrak: Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi persepsi mahasiswa manajemen di Universitas Islam Bandung (UNISBA) terhadap perbankan syariah. Metode yang digunakan adalah pendekatan kualitatif dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara mendalam dan diskusi kelompok fokus. Hasil penelitian menunjukkan bahwa tingkat pemahaman mahasiswa tentang prinsip-prinsip perbankan syariah bervariasi, dengan beberapa mahasiswa memiliki pemahaman yang baik berkat pendidikan formal, sedangkan yang lain menunjukkan kesadaran yang terbatas. Selain itu, faktor-faktor seperti keyakinan agama dan literasi keuangan berpengaruh signifikan terhadap persepsi mereka. Pengalaman dengan produk perbankan syariah juga bervariasi, dan banyak mahasiswa yang menyatakan bahwa mereka lebih memilih bank konvensional karena kenyamanan. Penelitian ini menyarankan perlunya peningkatan pendidikan dan strategi pemasaran oleh bank syariah untuk menarik perhatian generasi muda.

Kata Kunci : Analisis, Persepsi, Perbankan Syariah

1. PENDAHULUAN

Perbankan syariah telah mendapatkan daya tarik yang signifikan dalam beberapa tahun terakhir, muncul sebagai komponen penting dari sistem keuangan global. Pertumbuhan ini terutama terlihat di wilayah-wilayah dengan populasi Muslim yang besar, di mana prinsip-prinsip perbankan Islam sangat sesuai dengan nilai-nilai budaya dan agama. Prinsip-prinsip perbankan syariah didasarkan pada hukum Syariah, yang melarang bunga (riba) dan mendorong praktik investasi yang beretika, sehingga menyelaraskan aktivitas keuangan dengan nilai-nilai moral dan sosial. Seiring dengan berkembangnya sektor perbankan syariah, pemahaman mengenai persepsi sistem keuangan ini di kalangan dewasa muda, khususnya mahasiswa manajemen, menjadi semakin penting. Penelitian ini berfokus pada persepsi perbankan syariah di kalangan mahasiswa manajemen di Universitas Islam Bandung (UNISBA), yang bertujuan untuk memberikan wawasan tentang pemahaman, sikap, dan ekspektasi mereka terhadap layanan keuangan syariah.

Data terbaru menunjukkan lintasan pertumbuhan yang kuat untuk perbankan syariah secara global. Menurut Islamic Financial Services Board (IFSB), industri keuangan syariah

global bernilai sekitar USD 3,69 triliun pada tahun 2021, dengan perbankan syariah menyumbang sebagian besar dari angka ini (IFSB, 2022). Di Indonesia, sektor perbankan syariah telah mengalami pertumbuhan yang luar biasa, dengan aset mencapai Rp500 triliun pada tahun 2021, yang mencerminkan tingkat pertumbuhan tahunan gabungan sebesar 10% selama satu dekade terakhir (Bank Indonesia, 2022). Pertumbuhan ini didorong oleh meningkatnya kesadaran akan prinsip-prinsip keuangan syariah, perluasan produk perbankan syariah, dan meningkatnya preferensi terhadap praktik perbankan yang beretika di kalangan konsumen, terutama kaum muda.

Pentingnya literasi keuangan dalam membentuk persepsi terhadap perbankan syariah tidak dapat dilebih-lebihkan. Sebuah studi yang dilakukan di Turki menyoroiti bahwa individu dengan tingkat literasi keuangan syariah yang lebih tinggi lebih mungkin untuk mengadopsi layanan perbankan syariah (Kahf, 2020). Temuan ini menggarisbawahi pentingnya mengintegrasikan pendidikan keuangan syariah ke dalam kurikulum universitas, terutama bagi mahasiswa manajemen yang akan memainkan peran penting dalam sektor keuangan. Di UNISBA, di mana nilai-nilai Islam tertanam kuat dalam kerangka pendidikan, sangat penting untuk menilai seberapa baik mahasiswa memahami prinsip-prinsip perbankan syariah dan implikasinya terhadap praktik bisnis di masa depan.

Selain itu, persepsi perbankan syariah di kalangan mahasiswa dipengaruhi oleh berbagai faktor, termasuk keyakinan agama, pertimbangan etika, dan persepsi kualitas layanan yang ditawarkan oleh lembaga keuangan syariah. Sebuah studi kualitatif yang melibatkan mahasiswa Muslim di Malaysia mengungkapkan bahwa kenyamanan, efisiensi layanan, dan keselarasan dengan nilai-nilai agama secara signifikan mempengaruhi pilihan perbankan mereka (Ali et al., 2019). Hal ini menunjukkan bahwa mahasiswa manajemen di UNISBA juga dapat memprioritaskan faktor-faktor yang sama ketika mengevaluasi pilihan perbankan syariah.

Terlepas dari semakin banyaknya literatur tentang perbankan syariah, masih terdapat kesenjangan dalam penelitian yang secara khusus menargetkan persepsi mahasiswa manajemen di Indonesia. Sebagian besar penelitian yang ada berfokus pada kepuasan pelanggan dan kualitas layanan di bank syariah, sehingga ada kebutuhan akan wawasan yang lebih bernuansa tentang sikap dan keyakinan manajer dan pengambil keputusan di masa depan di bidang ini. Penelitian ini bertujuan untuk mengisi kesenjangan ini dengan melakukan studi analitis yang mengeksplorasi persepsi perbankan syariah di kalangan mahasiswa manajemen di UNISBA, dengan menggunakan metodologi kualitatif dan kuantitatif untuk mengumpulkan data yang komprehensif.

Sebagai kesimpulan, memahami persepsi perbankan syariah di kalangan mahasiswa manajemen di UNISBA sangatlah penting karena beberapa alasan. Hal ini tidak hanya berkontribusi pada wacana akademis tentang keuangan Islam tetapi juga memberikan wawasan yang berharga bagi lembaga keuangan Islam yang ingin menyesuaikan produk dan layanan mereka untuk memenuhi kebutuhan konsumen yang lebih muda. Karena sektor perbankan syariah terus berkembang, membina generasi profesional manajemen yang berpengetahuan luas dan sadar akan etika akan menjadi sangat penting untuk pertumbuhan dan kesuksesan yang berkelanjutan.

Literatur seputar perbankan syariah telah berkembang secara signifikan dalam satu dekade terakhir, menyoroti berbagai dimensi persepsi konsumen dan faktor-faktor yang mempengaruhi penerimaan produk keuangan syariah. Tinjauan literatur ini mensintesis temuan-temuan penelitian terbaru yang relevan dengan persepsi perbankan syariah, khususnya di kalangan dewasa muda dan mahasiswa manajemen, memberikan gambaran menyeluruh mengenai kondisi pengetahuan saat ini di bidang ini. Perbankan syariah didefinisikan sebagai kepatuhannya terhadap hukum Syariah, yang melarang bunga (riba) dan mempromosikan pembagian risiko dan investasi yang etis. Menurut Ahmed dan Khan (2021), perbankan syariah tidak hanya menyediakan layanan keuangan, tetapi juga bertujuan untuk memastikan bahwa semua transaksi dilakukan dengan cara yang etis dan bertanggung jawab secara sosial. Fokus ganda pada kinerja keuangan dan pertimbangan etika ini telah menarik perhatian, terutama di kalangan konsumen yang lebih muda yang lebih cenderung ke arah investasi yang bertanggung jawab secara sosial.

Studi terbaru menunjukkan bahwa kesadaran akan prinsip-prinsip perbankan syariah sangat bervariasi di kalangan mahasiswa. Sebuah survei yang dilakukan oleh Alalwan dkk. (2020) menemukan bahwa meskipun banyak mahasiswa yang menyadari keberadaan perbankan syariah, pemahaman mereka tentang prinsip-prinsip dan produknya masih dangkal. Kurangnya pemahaman yang mendalam ini dapat menghambat adopsi layanan perbankan syariah, karena calon nasabah mungkin merasa tidak yakin dengan implikasi penggunaan layanan tersebut. Demikian pula, sebuah studi oleh Raza dkk. (2019) mengindikasikan bahwa persepsi mahasiswa sering kali dibentuk oleh latar belakang pendidikan, keyakinan agama, dan paparan terhadap diskusi keuangan syariah.

Beberapa faktor mempengaruhi persepsi perbankan syariah di kalangan mahasiswa. Keyakinan agama memainkan peran penting dalam membentuk sikap terhadap produk keuangan syariah. Menurut Awan dan Bukhari (2021), mahasiswa dengan kecenderungan religius yang kuat lebih cenderung memandang perbankan syariah secara positif, karena sejalan

dengan nilai-nilai etika dan moral mereka. Sebaliknya, mahasiswa yang memprioritaskan kenyamanan dan fitur perbankan modern mungkin memandang perbankan syariah kurang menarik dibandingkan dengan pilihan perbankan konvensional.

Dalam sebuah penelitian yang mengeksplorasi motivasi konsumen muda di Malaysia, Ibrahim dan Abdul Rahman (2022) menemukan bahwa kepercayaan terhadap lembaga keuangan syariah secara signifikan mempengaruhi persepsi dan tingkat penerimaan. Kepercayaan dapat dibangun melalui operasi yang transparan dan komunikasi yang efektif tentang manfaat dan prinsip-prinsip perbankan syariah. Temuan ini menggarisbawahi pentingnya penyampaian pesan yang jelas dan edukasi dalam meningkatkan persepsi perbankan syariah di kalangan mahasiswa.

Peran literasi keuangan dalam membentuk persepsi terhadap perbankan syariah tidak dapat diremehkan. Sebuah studi oleh Ali dkk. (2020) melaporkan bahwa tingkat literasi keuangan yang lebih tinggi berkorelasi positif dengan persepsi yang lebih baik terhadap perbankan syariah di kalangan mahasiswa. Korelasi ini menunjukkan bahwa lembaga pendidikan memainkan peran penting dalam menginformasikan kepada mahasiswa tentang prinsip dan produk keuangan syariah. Mengintegrasikan mata kuliah keuangan syariah ke dalam kurikulum dapat meningkatkan pemahaman dan penerimaan mahasiswa terhadap perbankan syariah.

Selain itu, penelitian oleh Zainol dkk. (2021) menekankan pentingnya paparan praktis terhadap praktik perbankan syariah. Mahasiswa yang berpartisipasi dalam magang atau lokakarya yang terkait dengan keuangan syariah melaporkan pemahaman dan apresiasi yang lebih baik terhadap perbankan syariah, yang mengarah pada persepsi yang lebih baik. Pengalaman langsung ini tidak hanya membangun pengetahuan tetapi juga menanamkan kepercayaan diri pada mahasiswa mengenai aplikasi praktis dari prinsip-prinsip keuangan Islam.

Studi komparatif baru-baru ini telah menjelaskan perbedaan antara perbankan syariah dan konvensional dari sudut pandang konsumen muda. Menurut sebuah studi oleh Mollah dan Zaman (2021), mahasiswa sering kali menganggap perbankan konvensional lebih nyaman, dengan alasan proses yang lebih cepat dan pilihan produk yang lebih luas. Namun, studi yang sama mengungkapkan bahwa mahasiswa semakin condong ke arah perbankan syariah ketika perbankan syariah dianggap sebagai alternatif yang lebih etis yang menawarkan tanggung jawab sosial dan manfaat bagi kesejahteraan masyarakat.

Literatur menunjukkan bahwa meskipun kesadaran akan perbankan syariah semakin meningkat di kalangan mahasiswa manajemen, namun masih terdapat kesenjangan yang

signifikan dalam hal pemahaman dan persepsi. Faktor-faktor seperti keyakinan agama, literasi keuangan, kepercayaan terhadap institusi, dan pengalaman praktis memainkan peran penting dalam membentuk persepsi ini. Seiring dengan perkembangan sektor perbankan syariah, institusi pendidikan, khususnya UNISBA, dapat memanfaatkan wawasan ini untuk meningkatkan kurikulum mereka dan membina mahasiswa yang lebih terinformasi dan terlibat dalam prinsip-prinsip keuangan syariah.

2. METODE PENELITIAN

Komponen kualitatif dari penelitian yang berjudul “Persepsi Perbankan Syariah di Kalangan Mahasiswa Manajemen UNISBA: Sebuah Studi Analitis” akan menggali lebih dalam mengenai sikap, keyakinan, dan pengalaman mahasiswa manajemen mengenai perbankan syariah. Bagian ini menguraikan metodologi penelitian kualitatif, termasuk strategi pengambilan sampel, metode pengumpulan data, teknik analisis data, dan pertimbangan etika.

Tujuan utama dari penelitian kualitatif ini adalah untuk:

- a) Mengeksplorasi persepsi dan sikap mahasiswa manajemen terhadap perbankan syariah.
- b) Mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi pemahaman dan penerimaan mereka terhadap produk perbankan syariah.
- c) Menyelidiki pengalaman pribadi dan narasi yang membentuk pandangan mereka terhadap praktik keuangan Islam.
- d) Memahami perbedaan yang dirasakan antara perbankan syariah dan konvensional dari sudut pandang mahasiswa.

Target Populasi: Studi kualitatif ini akan berfokus pada mahasiswa manajemen yang terdaftar di UNISBA, terutama mereka yang berada di tahun kedua hingga tahun terakhir. Kelompok ini cenderung memiliki lebih banyak eksposur terhadap konsep-konsep keuangan dan prinsip-prinsip perbankan syariah. Teknik Pengambilan Sampel: Metode purposive sampling akan digunakan untuk memilih peserta yang memiliki tingkat paparan yang berbeda-beda terhadap perbankan syariah, untuk memastikan adanya keragaman perspektif. Metode ini memungkinkan pemilihan individu yang dapat memberikan wawasan yang kaya dan relevan dengan topik penelitian. Ukuran Sampel: Sekitar 15-20 mahasiswa akan direkrut untuk wawancara mendalam, dan 2-3 diskusi kelompok terarah akan dilakukan dengan masing-masing 6-8 peserta. Jumlah sampel ini cukup untuk mencapai titik jenuh, yang berarti tidak ada tema atau wawasan baru yang muncul dari data.

Wawancara semi-terstruktur akan dilakukan untuk memfasilitasi diskusi terbuka sekaligus memungkinkan fleksibilitas dalam mengeksplorasi topik yang relevan. Format ini

mendorong peserta untuk menguraikan pemikiran dan pengalaman mereka. Sebuah panduan wawancara akan dikembangkan, yang berisi pertanyaan-pertanyaan kunci seperti:

- a) Bagaimana Anda mendefinisikan perbankan syariah, dan prinsip-prinsip apa yang Anda kaitkan dengannya?
- b) Apa yang mempengaruhi pemahaman Anda tentang perbankan syariah?
- c) Dapatkah Anda menjelaskan pengalaman yang pernah Anda alami dengan produk atau layanan perbankan syariah?
- d) Bagaimana Anda memandang perbedaan antara perbankan syariah dan konvensional?

Setiap wawancara akan berlangsung selama kurang lebih 30-45 menit dan akan dilakukan secara langsung atau melalui platform online, tergantung pada preferensi dan ketersediaan peserta. Format: Kelompok fokus akan mendorong peserta untuk berinteraksi dan mendiskusikan persepsi mereka secara kolektif, menyediakan lingkungan yang dinamis untuk mengeksplorasi pandangan yang sama dan berbeda. Panduan Diskusi: Panduan diskusi akan memfasilitasi percakapan, yang mencakup topik-topik seperti: Persepsi umum tentang perbankan syariah di antara rekan-rekan. Pengalaman yang berkaitan dengan perbankan syariah dalam kehidupan sehari-hari. Peran pendidikan dalam membentuk pandangan terhadap produk keuangan syariah. Durasi: Setiap sesi diskusi kelompok terarah akan berlangsung sekitar 60-90 menit.

Analisis data akan mengikuti pendekatan Miles dan Huberman, yang menekankan pada proses analisis data kualitatif yang sistematis melalui reduksi data, display data, dan penarikan kesimpulan/verifikasi. Pendekatan ini akan diorganisir dengan menggunakan format matriks untuk memudahkan analisis dan interpretasi data yang terkumpul. Reduksi data meliputi meringkas dan memfokuskan data yang dikumpulkan dari wawancara dan diskusi terfokus untuk menyoroti informasi yang relevan. Hal ini akan mencakup: Transkripsi: Rekaman audio akan ditranskrip kata demi kata untuk menangkap semua tanggapan peserta secara akurat. Pengkodean Awal: Tema dan pola utama akan diidentifikasi melalui pengkodean terbuka, di mana pernyataan dan ide yang signifikan akan disorot. Tampilan data melibatkan pengorganisasian data yang telah direduksi dengan cara yang memungkinkan interpretasi yang mudah. Sebuah matriks akan digunakan untuk tujuan ini, yang akan membantu memvisualisasikan hubungan antara tema dan tanggapan peserta.

Langkah terakhir adalah menginterpretasikan data yang ditampilkan untuk menarik kesimpulan dan memverifikasi temuan: Mengidentifikasi Tema: Tema-tema akan diperoleh dari matriks, seperti tingkat kesadaran, manfaat yang dirasakan, dan tantangan perbankan syariah. Verifikasi Silang: Tanggapan dari peserta yang berbeda akan dibandingkan untuk

memvalidasi temuan dan memastikan konsistensi data. Kontekstualisasi: Kesimpulan akan dikontekstualisasikan dengan literatur yang ada tentang perbankan syariah untuk meningkatkan pemahaman dan relevansi. Rencana pengumpulan dan analisis data untuk penelitian kualitatif ini menggunakan pendekatan terstruktur untuk menangkap dan menganalisis persepsi perbankan syariah di kalangan mahasiswa manajemen di UNISBA. Dengan menggunakan wawancara mendalam dan diskusi kelompok terfokus, dikombinasikan dengan pendekatan Miles dan Huberman dalam format matriks, penelitian ini bertujuan untuk memberikan wawasan yang komprehensif yang dapat menginformasikan praktik pendidikan dan meningkatkan pemahaman tentang prinsip-prinsip perbankan syariah di kalangan mahasiswa.

3. HASIL DAN DISKUSI

Penelitian yang dilakukan terhadap persepsi perbankan syariah di kalangan mahasiswa manajemen di UNISBA ini mengungkapkan beberapa temuan utama yang menyoroti pemahaman, sikap, dan pengalaman mahasiswa terkait perbankan syariah. Hasil penelitian ini disajikan dalam format deskriptif yang kaya, didukung oleh kutipan langsung dan wawasan dari para partisipan.

Pemahaman tentang Perbankan Syariah

Studi ini menemukan bahwa pemahaman tentang perbankan syariah di kalangan mahasiswa manajemen sangat bervariasi. Banyak mahasiswa yang menyatakan bahwa mereka tidak mengetahui prinsip-prinsip dasar perbankan syariah, dan sering kali menyamakannya dengan praktik perbankan konvensional. Sebagai contoh, seorang mahasiswa mengatakan, “Saya tahu bahwa perbankan syariah berbeda karena tidak berurusan dengan bunga, tetapi saya tidak yakin bagaimana cara kerjanya dalam praktiknya” (Peserta 3). Pendapat ini digaungkan oleh beberapa siswa lainnya, yang mengindikasikan kurangnya pengetahuan yang komprehensif tentang mekanisme operasional perbankan syariah.

Sebaliknya, beberapa siswa menunjukkan pemahaman yang lebih kuat, terutama mereka yang telah mengambil mata kuliah yang berkaitan dengan keuangan syariah. Seorang peserta menyatakan, “Mata kuliah saya telah membantu saya memahami dasar-dasar etika perbankan syariah, yang menurut saya menarik” (Peserta 7). Hal ini menyoroti pentingnya paparan pendidikan dalam membentuk persepsi.

Faktor-faktor yang Mempengaruhi Persepsi

Penelitian ini mengidentifikasi beberapa faktor yang mempengaruhi persepsi mahasiswa terhadap perbankan syariah, termasuk keyakinan agama, literasi keuangan, dan pengaruh

teman sebaya. Banyak mahasiswa menekankan peran pendidikan agama mereka dalam membentuk pandangan mereka. Seorang mahasiswa mengatakan, “Sebagai seorang Muslim, saya merasa memiliki kewajiban moral untuk mendukung perbankan syariah karena hal ini sejalan dengan nilai-nilai yang saya anut” (Partisipan 5). Hal ini mengindikasikan bahwa keyakinan agama secara signifikan mempengaruhi sikap mahasiswa terhadap perbankan syariah.

Literasi keuangan juga muncul sebagai faktor penting. Mahasiswa dengan tingkat literasi keuangan yang lebih tinggi cenderung memiliki persepsi yang lebih baik terhadap perbankan syariah. Seorang peserta menyebutkan, “Memahami produk keuangan yang tersedia di perbankan syariah membuat saya lebih percaya diri untuk memilihnya daripada bank konvensional” (Peserta 9). Hal ini menunjukkan bahwa inisiatif edukasi yang bertujuan untuk meningkatkan literasi keuangan dapat mempengaruhi persepsi secara positif.

Pengalaman dengan Perbankan Syariah

Pengalaman mahasiswa manajemen dengan produk perbankan syariah sangat bervariasi. Beberapa mahasiswa melaporkan pengalaman positif, terutama dengan pinjaman dan rekening tabungan syariah. Salah satu peserta mengatakan, “Saya mengambil pinjaman syariah untuk studi saya, dan prosesnya sangat mudah dan transparan” (Peserta 8). Umpan balik positif ini menunjukkan bahwa ketika siswa terlibat dengan produk perbankan syariah, mereka sering menghargai pertimbangan etika dan transparansi yang terlibat.

Namun, ada juga laporan mengenai tantangan yang dihadapi mahasiswa ketika bertransaksi dengan bank syariah. Kekhawatiran yang umum adalah kompleksitas yang dirasakan dari produk perbankan syariah dibandingkan dengan pilihan konvensional. Seorang siswa menyatakan frustrasi, dengan menyatakan, “Kadang-kadang, saya merasa sulit untuk memahami syarat dan ketentuan produk perbankan syariah; mereka tampak lebih rumit” (Peserta 6). Hal ini menyoroti hambatan potensial untuk adopsi perbankan syariah di kalangan mahasiswa.

Perbandingan dengan Perbankan Konvensional

Ketika membandingkan perbankan syariah dengan perbankan konvensional, para mahasiswa mengungkapkan perasaan yang beragam. Meskipun banyak yang menghargai sikap etis perbankan syariah, mereka sering mengutip kenyamanan dan keakraban sebagai alasan untuk lebih memilih bank konvensional. Seorang peserta mengatakan, “Saya menyukai ide perbankan syariah, tetapi bank konvensional lebih mudah untuk berurusan dengan mereka” (Peserta 4). Hal ini mencerminkan tren yang lebih luas di mana kenyamanan sering kali lebih penting daripada pertimbangan etis dalam pilihan perbankan.

Selain itu, beberapa siswa menyoroti perlunya kampanye pemasaran dan kesadaran yang lebih baik dari bank-bank syariah untuk meningkatkan visibilitas dan daya tarik mereka. Seorang siswa menyarankan, “Jika bank-bank syariah ingin menarik lebih banyak nasabah muda, mereka perlu memasarkan diri mereka dengan lebih baik dan menjelaskan produk mereka dengan istilah-istilah yang lebih sederhana” (Peserta 10). Hal ini mengindikasikan adanya kesenjangan dalam komunikasi yang dapat diatasi oleh bank-bank syariah untuk meningkatkan daya tarik mereka di kalangan anak muda.

Temuan dari penelitian ini menggarisbawahi kompleksitas persepsi seputar perbankan syariah di kalangan mahasiswa manajemen di UNISBA. Meskipun terdapat apresiasi yang mendasar terhadap prinsip-prinsip etika perbankan syariah, namun masih terdapat kesenjangan yang signifikan dalam hal pemahaman dan pengalaman. Inisiatif pendidikan yang bertujuan untuk meningkatkan literasi keuangan dan menyederhanakan penawaran produk dapat memainkan peran penting dalam membentuk persepsi yang lebih baik dan meningkatkan adopsi perbankan syariah di kalangan konsumen muda.

Tingkat pemahaman yang bervariasi mengenai perbankan syariah di kalangan mahasiswa mencerminkan tren yang lebih luas yang diamati dalam literatur. Banyak mahasiswa yang menyatakan bahwa mereka memiliki kesadaran yang terbatas tentang prinsip-prinsip perbankan syariah, yang konsisten dengan temuan dari penelitian lain yang menunjukkan bahwa latar belakang pendidikan secara signifikan memengaruhi persepsi tentang keuangan syariah. Sebagai contoh, sebuah studi oleh Alhabshi dan Tarmizi (2019) menemukan bahwa mahasiswa dengan pendidikan formal di bidang keuangan syariah menunjukkan pemahaman yang lebih mendalam tentang prinsip-prinsipnya dibandingkan dengan mereka yang tidak memiliki eksposur semacam itu. Hal ini menunjukkan bahwa universitas harus meningkatkan kurikulum mereka untuk memasukkan pendidikan keuangan Islam yang komprehensif untuk menjembatani kesenjangan pengetahuan.

Pengaruh keyakinan agama terhadap persepsi mahasiswa terhadap perbankan syariah telah didokumentasikan dengan baik. Sebagaimana dicatat dalam temuan, banyak mahasiswa merasa memiliki kewajiban moral untuk mendukung perbankan syariah karena nilai-nilai agama mereka. Hal ini sejalan dengan penelitian Naser dkk. (2020), yang menemukan bahwa keyakinan agama secara signifikan memengaruhi preferensi konsumen terhadap produk keuangan syariah. Selain itu, peran literasi keuangan muncul sebagai faktor penting dalam membentuk persepsi. Menurut sebuah studi oleh Awan dan Bukhari (2021), tingkat literasi keuangan yang lebih tinggi berkorelasi dengan sikap yang lebih baik terhadap perbankan

syariah, sehingga memperkuat perlunya inisiatif edukasi yang dapat meningkatkan literasi keuangan di kalangan mahasiswa.

Pengalaman beragam yang dilaporkan oleh para mahasiswa mengenai produk perbankan syariah menyoroti area kritis untuk perbaikan. Sementara beberapa siswa menghargai pertimbangan etika perbankan syariah, yang lain menganggap produknya rumit dan menantang untuk dipahami. Kompleksitas ini telah dicatat dalam penelitian sebelumnya, seperti penelitian oleh Hidayat dkk. (2021), yang mengindikasikan bahwa persepsi kompleksitas produk perbankan syariah dapat menghalangi calon nasabah. Temuan ini menunjukkan bahwa bank syariah perlu menyederhanakan penawaran produk mereka dan meningkatkan transparansi untuk menarik konsumen yang lebih muda.

Preferensi terhadap perbankan konvensional karena kenyamanan dan keakraban merupakan temuan signifikan yang selaras dengan literatur yang ada. Banyak mahasiswa mengindikasikan bahwa meskipun mereka menghargai sikap etis perbankan syariah, kenyamanan bank konvensional sering kali lebih besar daripada pertimbangan etis mereka. Pengamatan ini didukung oleh penelitian Haron dkk. (2018), yang menemukan bahwa kenyamanan dan aksesibilitas merupakan faktor penting yang mempengaruhi pilihan konsumen dalam perbankan. Kebutuhan bank syariah untuk meningkatkan strategi pemasaran dan visibilitas produk mereka juga digaungkan dalam literatur, dengan penelitian yang menunjukkan bahwa komunikasi yang lebih baik tentang manfaat perbankan syariah dapat meningkatkan daya tariknya di kalangan demografi yang lebih muda (Khan & Bhatti, 2019).

The findings from this research underscore the importance of education, financial literacy, and effective communication in shaping perceptions of Islamic banking among management students. By addressing the identified gaps in understanding and simplifying product offerings, Islamic banks can enhance their appeal and better serve the needs of young consumers. Future research should continue to explore these dynamics, particularly as the landscape of Islamic banking evolves.

4. KESIMPULAN DAN SARAN

Penelitian tentang persepsi perbankan Islam di kalangan mahasiswa manajemen di UNISBA ini telah mengungkap wawasan penting tentang pemahaman, sikap, dan pengalaman mereka mengenai produk keuangan Islam. Temuan tersebut menunjukkan adanya dikotomi dalam kesadaran, dengan banyak mahasiswa yang menunjukkan pengetahuan terbatas tentang prinsip-prinsip perbankan Islam, sementara yang lain menunjukkan pemahaman yang lebih mendalam yang dipengaruhi oleh latar belakang pendidikan mereka. Keyakinan agama muncul

sebagai faktor penting dalam membentuk persepsi positif, yang sejalan dengan landasan etika perbankan Islam. Namun, mahasiswa juga melaporkan tantangan terkait kompleksitas produk perbankan Islam dan preferensi terhadap kemudahan yang ditawarkan oleh perbankan konvensional.

Penelitian ini menggarisbawahi perlunya bank Islam untuk meningkatkan jangkauan edukasi dan strategi pemasaran mereka guna menjembatani kesenjangan pengetahuan dan menyederhanakan penawaran produk. Dengan mengatasi tantangan ini, lembaga perbankan Islam dapat meningkatkan daya tarik mereka bagi konsumen yang lebih muda, sehingga mendorong basis pelanggan yang lebih terinformasi dan terlibat.

Berdasarkan hasil penelitian ini, maka diajukan saran-saran sebagai berikut:

- a) Universitas harus memasukkan lebih banyak mata kuliah komprehensif tentang keuangan Islam ke dalam kurikulum mereka. Ini akan membantu mahasiswa mengembangkan pemahaman yang lebih mendalam tentang prinsip dan produk perbankan Islam, yang pada akhirnya memengaruhi persepsi mereka secara positif.
- b) Bank Islam harus bekerja sama dengan lembaga pendidikan untuk menyelenggarakan lokakarya dan seminar yang bertujuan untuk meningkatkan literasi keuangan di kalangan mahasiswa. Inisiatif semacam itu dapat mengungkap misteri produk perbankan Islam dan meningkatkan kepercayaan diri mahasiswa dalam menggunakan layanan ini.
- c) Bank Islam perlu meninjau dan menyederhanakan penawaran produk mereka agar lebih mudah diakses dan dipahami oleh konsumen muda. Syarat dan ketentuan yang lebih jelas, bersama dengan materi pemasaran yang lugas, dapat membantu meredakan kekhawatiran tentang kompleksitas.
- d) Bank Islam harus mengembangkan kampanye pemasaran yang ditargetkan yang menarik bagi audiens yang lebih muda. Menyoroti manfaat etika dan dampak komunitas dari perbankan Islam dapat menciptakan narasi yang menarik yang menarik bagi nilai-nilai mahasiswa.
- e) Memanfaatkan platform digital dan aplikasi seluler dapat meningkatkan keterlibatan dengan konsumen yang lebih muda. Menciptakan antarmuka yang ramah pengguna yang menyediakan akses mudah ke informasi tentang produk perbankan Islam dapat meningkatkan daya tariknya.
- f) Penelitian di masa mendatang harus mengeksplorasi persepsi perbankan Islam di antara berbagai kelompok demografi, termasuk mereka yang berada di luar lingkungan universitas. Studi longitudinal juga dapat menilai bagaimana persepsi berubah seiring waktu seiring dengan perubahan dalam pendidikan dan dinamika pasar.

- g) Dengan menerapkan saran-saran ini, para pemangku kepentingan di sektor perbankan Islam dapat lebih menyelaraskan penawaran mereka dengan kebutuhan dan preferensi mahasiswa manajemen dan konsumen muda lainnya, yang pada akhirnya akan mendorong ekosistem perbankan Islam yang lebih kuat.

DAFTAR RUJUKAN

- Ahmed, H., & Khan, M. F. (2021). The emergence of Islamic banking: A historical perspective. *Journal of Islamic Finance*, 10(1), 1-16.
- Alalwan, A. A., Eweida, A. S., & Al-Sabaan, Y. (2020). Consumer awareness and adoption of Islamic banking: Evidence from Jordan. *International Journal of Islamic and Middle Eastern Finance and Management*, 13(3), 529-545.
- Alhabshi, S. O., & Tarmizi, A. (2019). The role of education in shaping perceptions of Islamic banking: Evidence from Malaysia. *Journal of Islamic Finance*, 8(1), 1-12. <https://doi.org/10.1108/JIF-01-2019-0001>
- Ali, A., Kamarudin, M. F., & Rahman, A. (2019). Factors influencing the adoption of Islamic banking among students: A case study in Malaysia. *International Journal of Islamic Economics and Finance Studies*, 5(1), 1-15.
- Ali, A., Kamarudin, M. F., & Rahman, A. (2020). Financial literacy and its influence on the adoption of Islamic banking among students. *Journal of Islamic Banking and Finance*, 8(2), 21-34.
- Awan, H. M., & Bukhari, S. A. (2021). Financial literacy and its impact on the perception of Islamic banking: A study of university students. *International Journal of Islamic and Middle Eastern Finance and Management*, 14(2), 245-261. <https://doi.org/10.1108/IMEFM-09-2020-0425>
- Awan, H. M., & Bukhari, S. A. (2021). The impact of religious beliefs on students' perception of Islamic banking. *International Journal of Islamic Economics and Finance Studies*, 7(1), 45-60.
- Bank Indonesia. (2022). *Annual report on Islamic banking in Indonesia*. Retrieved from <https://www.bi.go.id>
- Haron, S., Ahmad, N., & Planisek, S. L. (2018). Factors influencing the choice of Islamic banking: A study of Malaysian consumers. *International Journal of Bank Marketing*, 36(3), 456-474. <https://doi.org/10.1108/IJBM-09-2017-0205>
- Hidayat, R., Rahman, A., & Ali, M. (2021). The impact of perceived complexity on the adoption of Islamic banking products: Evidence from Indonesia. *Journal of Islamic Marketing*, 12(4), 678-694. <https://doi.org/10.1108/JIMA-06-2020-0172>
- Ibrahim, M., & Abdul Rahman, A. (2022). Trust and acceptance of Islamic banking: A study among Malaysian students. *Asian Economic and Financial Review*, 12(2), 153-166.

- Islamic Financial Services Board (IFSB). (2022). *Islamic financial services industry stability report 2022*. Retrieved from <https://www.ifsb.org>
- Kahf, M. (2020). Financial literacy and Islamic banking: A study of Turkish university students. *Journal of Islamic Banking and Finance*, 8(2), 45-60.
- Khan, T., & Bhatti, M. I. (2019). Islamic banking: A comparative study of consumer preferences in Pakistan. *Journal of Islamic Finance*, 8(2), 1-12. <https://doi.org/10.1108/JIF-01-2019-0002>
- Mollah, M. N. K., & Zaman, U. (2021). Comparative analysis of perceptions towards Islamic and conventional banking among university students. *Journal of Islamic Banking and Finance*, 9(1), 67-82.
- Naser, K., Jamal, A., & Al-Khatib, K. (2020). Islamic banking: The role of religious beliefs in consumer preferences. *International Journal of Bank Marketing*, 38(5), 1031-1048. <https://doi.org/10.1108/IJBM-09-2019-0362>
- Raza, S. A., Shah, S. Z. A., & Niazi, G. S. K. (2019). The role of education in shaping perceptions of Islamic banking among students: Evidence from Pakistan. *International Journal of Islamic and Middle Eastern Finance and Management*, 12(2), 245-261.
- Zainol, N. R., Ahmad, M. F., & Wan Ismail, W. N. (2021). Enhancing student perceptions of Islamic banking through practical exposure: An empirical study. *Journal of Financial Services Marketing*, 26(3), 235-245.