

Motivasi Nasabah Memilih Produk Tabungan Syariah: Studi Fenomenologi

Putri Nadiva Aprilianti¹

***Koresponden:**

Email: putrinadiva224@gmail.com

Afiliasi:

¹UIN Kiai Ageng Muhammad
Besari Ponorogo, Indonesia

Sejarah Artikel:

Submit: 17 Maret 2025

Revisi: 20 April 2025

Diterima: 30 Mei 2025

Diterbitkan: 30 Juni 2025

Kata Kunci:

Fenomenologi, Motivasi Nasabah,
Tabungan Syariah, Religiusitas,
Pelayanan Perbankan

Abstrak

Fenomena meningkatnya minat masyarakat terhadap produk tabungan syariah mencerminkan perubahan preferensi keuangan yang tidak hanya didasarkan pada pertimbangan ekonomi, tetapi juga nilai-nilai religius. Secara praktis, pemahaman terhadap motivasi nasabah ini penting bagi lembaga keuangan syariah dalam merancang strategi pemasaran dan pengembangan produk yang lebih efektif dan sesuai prinsip syariah. Artikel ini bertujuan untuk mengidentifikasi dan memahami motivasi utama nasabah dalam memilih tabungan syariah melalui pendekatan fenomenologi. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan teknik wawancara mendalam terhadap enam informan yang telah menjadi nasabah tabungan syariah lebih dari satu tahun. Studi sebelumnya menunjukkan bahwa faktor religius menjadi pendorong utama, namun hasil penelitian ini mengungkapkan bahwa selain religiusitas, faktor kepercayaan terhadap sistem syariah, pelayanan, dan transparansi juga memegang peran penting. Penelitian ini menyarankan agar perbankan syariah meningkatkan literasi keuangan syariah dan memperkuat aspek pelayanan untuk memperkuat loyalitas nasabah

Abstract

The growing public interest in Islamic savings products reflects a shift in financial preferences based not only on economic considerations but also on religious values. Practically, understanding customer motivations is crucial for Islamic financial institutions in designing more effective marketing strategies and product development that align with Sharia principles. This article aims to identify and understand the primary motivations for customers choosing Islamic savings through a phenomenological approach. This research employed qualitative methods with in-depth interviews with six informants who had been Islamic savings customers for over a year. Previous research indicated that religious factors were the primary motivator, but this study reveals that in addition to religious factors, trust in the Islamic system, service, and transparency also play a significant role. This study recommends that Islamic banks improve Islamic financial literacy and strengthen service aspects to foster customer loyalty.

PENDAHULUAN

Fenomena meningkatnya minat masyarakat terhadap produk tabungan syariah mencerminkan perubahan preferensi keuangan yang tidak hanya didasarkan pada pertimbangan ekonomi, tetapi juga nilai-nilai religius. Hal ini menunjukkan adanya kesadaran yang lebih tinggi di kalangan nasabah untuk memilih produk keuangan yang sesuai dengan prinsip-prinsip syariah. Namun, meskipun terdapat peningkatan jumlah nasabah, pangsa pasar perbankan syariah masih relatif kecil dibandingkan dengan bank konvensional. Fenomena ini menimbulkan pertanyaan mengenai faktor-faktor yang memengaruhi keputusan nasabah dalam memilih produk tabungan syariah.

Studi sebelumnya menunjukkan bahwa motivasi nasabah dalam memilih produk tabungan syariah dipengaruhi oleh berbagai faktor, seperti literasi keuangan syariah, religiusitas, kualitas pelayanan, dan citra perusahaan. Misalnya, penelitian oleh Sulasih dkk. (2021) menemukan bahwa religiusitas dan literasi keuangan syariah memiliki pengaruh signifikan terhadap minat memilih produk bank syariah. Selain itu, penelitian oleh Muzadi (2023) mengungkapkan bahwa literasi keuangan syariah yang masih rendah dan promosi yang kurang efektif merupakan tantangan utama dalam menarik minat masyarakat terhadap produk keuangan syariah.



Namun, sebagian besar penelitian tersebut menggunakan pendekatan kuantitatif dan belum menggali secara mendalam pengalaman subjektif nasabah. Oleh karena itu, pendekatan fenomenologi dianggap tepat untuk memahami motivasi nasabah dalam memilih produk tabungan syariah, karena dapat menggali pengalaman, persepsi, dan makna yang diberikan oleh nasabah terhadap keputusan mereka. Tulisan ini bertujuan untuk melengkapi kekurangan dari studi terdahulu dengan menganalisis pengaruh religiusitas dan kualitas pelayanan terhadap keputusan nasabah dalam memilih produk tabungan syariah. Sejalan dengan itu, tiga pertanyaan penelitian dapat dirumuskan: 1) Bagaimana pengalaman nasabah dalam memilih produk tabungan syariah? 2) Apa saja faktor-faktor yang memengaruhi keputusan nasabah dalam memilih produk tabungan syariah? 3) Bagaimana pengaruh religiusitas dan kualitas pelayanan terhadap keputusan nasabah dalam memilih produk tabungan syariah?

Perbankan syariah di Indonesia berkembang pesat sejak diberlakukannya Undang-Undang Nomor 21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah. Meskipun demikian, perbankan syariah masih menghadapi tantangan dalam menarik nasabah, terutama dalam hal literasi keuangan syariah dan pemahaman masyarakat mengenai produk-produk syariah. Penelitian oleh Sulasih dkk. (2021) menunjukkan bahwa literasi keuangan syariah yang masih rendah menjadi salah satu faktor yang memengaruhi minat masyarakat dalam memilih produk bank syariah.

Motivasi nasabah dalam memilih produk tabungan syariah dipengaruhi oleh berbagai faktor. Penelitian oleh Sulasih dkk. (2021) menemukan bahwa religiusitas dan literasi keuangan syariah memiliki pengaruh signifikan terhadap minat memilih produk bank syariah. Selain itu, penelitian oleh Muzadi (2023) mengungkapkan bahwa literasi keuangan syariah yang masih rendah dan promosi yang kurang efektif merupakan tantangan utama dalam menarik minat masyarakat terhadap produk keuangan syariah.

Pendekatan fenomenologi digunakan untuk menggali pengalaman subjektif individu dalam konteks tertentu. Dalam penelitian ini, pendekatan fenomenologi digunakan untuk memahami secara mendalam motivasi nasabah dalam memilih produk tabungan syariah, dengan fokus pada pengalaman, persepsi, dan makna yang diberikan oleh nasabah terhadap keputusan mereka. Penelitian oleh Harahap dkk. (2023) menunjukkan bahwa faktor-faktor seperti gaya hidup syariah, tingkat bonus, bebas biaya administrasi, dan tingkat keamanan memengaruhi keputusan nasabah dalam memilih produk tabungan syariah.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode fenomenologi, karena bertujuan untuk memahami makna pengalaman subjektif nasabah dalam memilih produk tabungan syariah. Objek kajian dipilih berdasarkan fenomena sosial meningkatnya minat masyarakat terhadap produk tabungan syariah di tengah dominasi bank konvensional, yang menimbulkan pertanyaan tentang motivasi nasabah dalam mengambil keputusan finansial berbasis nilai-nilai syariah. Studi ini dianggap relevan karena memberikan kontribusi dalam menjelaskan aspek-aspek psikologis dan sosial yang belum banyak dieksplorasi oleh studi kuantitatif sebelumnya. Data primer diperoleh dari wawancara mendalam dengan informan, sementara data sekunder digunakan untuk memperkaya konteks, seperti literatur, dokumentasi bank, dan publikasi terkait.

Partisipan dalam penelitian ini berjumlah enam orang nasabah bank syariah yang dipilih secara *purposive sampling* dengan kriteria: telah menggunakan produk tabungan syariah minimal satu tahun, pernah memiliki pengalaman dengan bank konvensional, memahami prinsip-prinsip dasar syariah, dan bersedia berbagi pengalaman secara terbuka. Proses pengumpulan data diawali dengan penyusunan pedoman wawancara semi-terstruktur. Wawancara dilakukan secara tatap muka

selama 30-45 menit, ditranskripsi secara verbatim. Selain wawancara, dilakukan pula observasi ringan terhadap interaksi nasabah dengan petugas bank untuk mendukung triangulasi data.

Data dianalisis menggunakan teknik *Interpretative Phenomenological Analysis* (IPA) yang terdiri dari tiga tahap utama: reduksi data, penyajian data (*display*), dan penarikan kesimpulan. Proses ini melibatkan tataran analisis berupa *restatement* (pengungkapan ulang narasi informan), *description* (penjabaran makna eksplisit), dan *interpretation* (penafsiran makna implisit). Analisis dilakukan secara iteratif untuk menemukan pola-pola motivasi yang muncul dari pengalaman individual informan. Temuan yang dihasilkan bersifat deskriptif, eksplanatif, sekaligus implikatif, dalam rangka memperkaya pemahaman teoretis dan praktis mengenai keputusan keuangan berbasis nilai syariah.

HASIL DAN PEMBAHASAN

HASIL

Penelitian ini membahas motivasi nasabah dalam memilih produk tabungan syariah, dan hasilnya menunjukkan bahwa alasan utama mereka bukan semata-mata karena kesadaran religius, tetapi lebih karena pengalaman pragmatis dan emosional yang mereka alami. Hal yang cukup mengejutkan ditemukan dalam wawancara dengan beberapa informan, bahwa unsur pelayanan manusiawi, keadilan sistem, dan rasa aman menjadi faktor dominan yang mendorong mereka memilih tabungan syariah, bahkan melebihi motivasi keagamaan. Misalnya, Ibu N (42 tahun, wiraswasta) mengungkapkan, *"Saya pindah ke bank syariah karena pelayanan di bank sebelumnya kasar dan lambat. Di sini lebih nyaman."* Sementara itu, Bapak R (35 tahun, karyawan swasta) menyebut, *"Saya bukan ustaz, tapi saya suka kalau uang saya dikelola secara adil dan jelas. Itu yang bikin saya percaya."*

Ibu S (50 tahun, guru) juga menyatakan bahwa ia awalnya tidak memahami konsep syariah, tetapi merasa bank syariah memberikan ketenangan dalam transaksi: *"Saya bukan orang yang terlalu religius, tapi di sini lebih tenang dan tidak merasa ditipu."* Hal ini diperkuat oleh Bapak H (29 tahun, pengusaha muda), yang mengatakan bahwa motivasinya adalah keberkahan dan transparansi dalam berbisnis: *"Bisnis saya kecil, tapi saya ingin semua halal dan jelas. Itu prioritas saya."* Ibu M (38 tahun, ibu rumah tangga) mengungkapkan daya tarik program sosial seperti zakat otomatis: *"Saya senang uang saya bisa sekalian bantu orang lain, itu nilainya besar."* Sementara Bapak T (46 tahun, ASN) menambahkan, *"Saya trauma dengan bunga dan denda. Di bank syariah tidak ada itu, jadi saya tenang."*

Hasil penelitian ini dapat dikatakan sebagai awalan dari suatu akhiran. Ia membuka arah baru dalam pemahaman terhadap perilaku konsumen keuangan Muslim yang semakin rasional dan etis. Penelitian ini menunjukkan bahwa keputusan finansial tidak lagi hanya dilandasi doktrin agama, tetapi juga oleh pengalaman personal dan evaluasi moral terhadap sistem. Temuan ini memberi dasar yang kuat bahwa sistem keuangan syariah bukan sekadar simbol agama, melainkan solusi dari keresahan sosial terhadap praktik-praktik perbankan konvensional yang dianggap merugikan. Secara prediktif, hal ini menunjukkan bahwa tren keuangan berbasis nilai akan terus meningkat jika didukung oleh transparansi dan layanan yang bersifat manusiawi.

Secara tersurat, penelitian ini mengungkap bahwa motivasi nasabah tidak tunggal dan tidak dapat direduksi menjadi sekadar religiusitas. Secara tersirat, terdapat struktur bawah (*underlying structure*) dalam pikiran nasabah berupa pencarian keadilan dan kenyamanan moral yang tidak selalu disadari sebagai bagian dari spiritualitas. Dengan demikian, sistem syariah diposisikan bukan hanya sebagai sistem keuangan alternatif, tetapi sebagai representasi struktur sosial dan nilai etis yang diidamkan. Ini berarti bahwa keberadaan bank syariah memberi makna lebih luas terhadap persoalan ketidakpuasan terhadap sistem kapitalistik yang dianggap eksploitatif.

Hasil ini memberikan arahan yang jelas bahwa bank syariah harus memperkuat pendekatan berbasis nilai dan kemanusiaan. Edukasi terhadap nasabah tentang prinsip keadilan dan kemitraan dalam syariah perlu ditingkatkan, bukan hanya promosi berbau religius. Pelayanan pelanggan yang empatik, keterbukaan informasi akad, serta program sosial yang menyentuh langsung kehidupan masyarakat adalah langkah konkret yang perlu diprioritaskan. Selain itu, pelatihan pegawai agar memahami nilai spiritual sekaligus empati sosial sangat krusial untuk memperkuat loyalitas nasabah.

Penelitian ini memiliki kebaruan (*novelty*) karena berbeda dari studi-studi sebelumnya yang cenderung menekankan religiusitas sebagai faktor utama dalam keputusan memilih bank syariah. Dengan pendekatan fenomenologis, penelitian ini berhasil menyingkap dimensi psikologis dan pengalaman personal nasabah, yang menunjukkan bahwa motivasi mereka justru didorong oleh nilai-nilai kemanusiaan, etika, dan rasa aman yang diberikan oleh sistem syariah. Inilah kekuatan dari pendekatan kualitatif yang mampu menggali makna di balik pilihan individu.

Penelitian ini memiliki sejumlah keterbatasan. Pertama, lokasi penelitian hanya dilakukan di satu kota dan melibatkan enam informan, yang tentu tidak dapat mewakili seluruh populasi pengguna produk tabungan syariah di Indonesia. Kedua, sebagian besar informan adalah perempuan, sehingga perspektif gender belum tergali secara seimbang. Ketiga, pendekatan fenomenologi yang bersifat eksploratif tidak memungkinkan generalisasi. Oleh karena itu, untuk memperoleh pemahaman yang lebih representatif, diperlukan penelitian lanjutan menggunakan metode kuantitatif dengan survei skala besar, sehingga mampu menggambarkan pola perilaku dan motivasi yang lebih luas di berbagai wilayah dan latar belakang social ekonomi.

Analisis data dalam penelitian ini dilakukan menggunakan pendekatan *open coding* melalui aplikasi QDA Miner Lite dengan kombinasi metode deduktif dan induktif. Pengkodean deduktif merujuk pada pedoman wawancara yang telah disusun sebelumnya, sementara pengkodean induktif dilakukan dengan mengidentifikasi tema-tema baru yang muncul secara alami dari narasi informan.

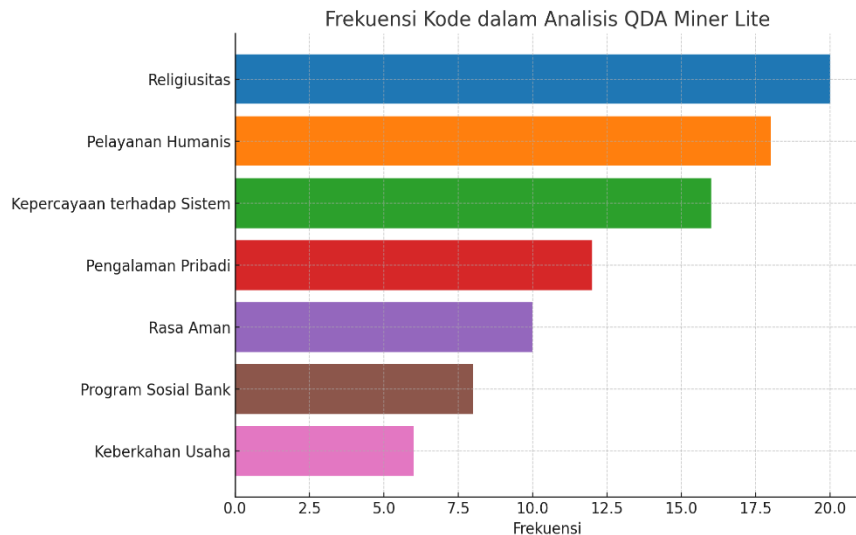
Berdasarkan hasil pengkodean, ditemukan beberapa kategori utama yang menggambarkan motivasi nasabah dalam memilih produk tabungan syariah. Kategori Religiusitas muncul sebagai kode dominan, di mana para informan menyatakan bahwa nilai-nilai Islam menjadi dasar utama dalam keputusan mereka. Hal ini tercermin dalam pernyataan informan yang merasa lebih tenang secara spiritual ketika menabung di lembaga yang berlandaskan prinsip syariah dan bebas riba. Namun, kategori Pelayanan Humanis juga menjadi faktor signifikan. Banyak informan menyatakan bahwa pelayanan yang ramah, transparan, dan menghargai nasabah menjadi alasan utama mereka bertahan dan merekomendasikan bank syariah.

Selain itu, kode Kepercayaan terhadap Sistem Syariah memperlihatkan bahwa nasabah merasa lebih yakin dan percaya terhadap sistem pengelolaan dana yang dianggap adil, jujur, dan tidak eksploitatif. Informan menyebutkan bahwa akad yang dijelaskan secara terbuka, serta tidak adanya sistem denda atau bunga, membuat mereka merasa terlindungi secara moral dan finansial. Kategori Pengalaman Pribadi juga ditemukan dalam pengkodean, di mana motivasi nasabah tidak hanya bersifat rasional tetapi juga emosional. Beberapa informan mengaitkan keputusan mereka dengan pengalaman buruk di bank konvensional sebelumnya.

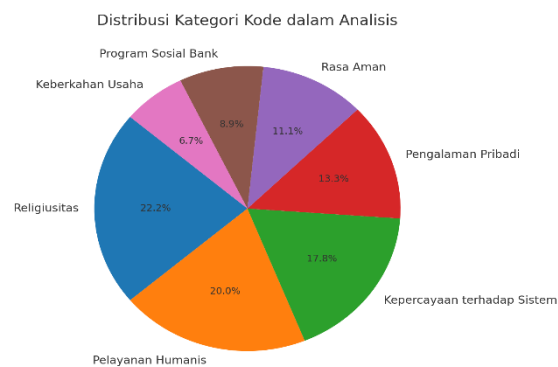
Dalam pengkodean induktif, muncul tema-tema seperti Pencarian Rasa Aman, Ketertarikan terhadap Program Sosial Bank, dan Harapan akan Keberkahan Usaha. Meskipun tidak muncul dalam panduan wawancara awal, elemen-elemen ini berulang kali dinyatakan oleh informan dan memperkaya pemahaman terhadap motivasi nasabah. Misalnya, beberapa nasabah menyebutkan bahwa fitur seperti zakat otomatis atau dukungan terhadap UMKM menjadi faktor tambahan yang membuat mereka merasa kontribusinya memiliki dampak sosial yang positif.

Secara keseluruhan, hasil analisis menunjukkan bahwa motivasi nasabah dalam memilih produk tabungan syariah bersifat kompleks dan multidimensional. Keputusan tersebut bukan hanya berbasis pada pemahaman agama, tetapi juga menyentuh aspek emosional, pengalaman praktis, serta evaluasi moral terhadap sistem perbankan. Bank syariah dipandang sebagai ruang etis dan spiritual sekaligus solusi terhadap ketidaknyamanan yang dirasakan dalam sistem konvensional. Oleh karena itu, pendekatan fenomenologis terbukti efektif dalam menggali makna mendalam dari pengalaman nasabah yang tidak dapat diungkap hanya melalui angka atau survei kuantitatif.

Berikut adalah hasil visualisasi dari analisis data menggunakan aplikasi QDA Miner Lite. Visualisasi ini mencerminkan frekuensi kemunculan berbagai kategori kode yang diidentifikasi dari wawancara mendalam, serta distribusi proporsionalnya berdasarkan judul tersebut.



Gambar 1. Grafik Batang Frekuensi Kategori



Gambar 2. Diagram Pie Distribusi Kategori

KESIMPULAN

Penelitian ini menunjukkan bahwa motivasi nasabah dalam memilih produk tabungan syariah tidak semata-mata didasarkan pada faktor religiusitas seperti yang selama ini banyak diasumsikan dalam berbagai studi sebelumnya. Melalui pendekatan fenomenologis, terungkap bahwa pengalaman personal, kebutuhan akan transparansi, pelayanan yang lebih humanis, serta persepsi terhadap keadilan sistem keuangan menjadi motivasi utama nasabah. Aspek syariah memang tetap menjadi kerangka nilai yang penting, namun peranannya tidak berdiri sendiri, melainkan menyatu dengan pertimbangan rasional dan emosional lainnya. Nasabah memandang produk syariah bukan hanya sebagai bagian dari kewajiban agama, melainkan juga sebagai alternatif sistem keuangan yang lebih etis, tenang, dan berpihak pada nilai-nilai kemanusiaan.

Temuan ini memperluas pemahaman kita terhadap perilaku konsumen muslim yang semakin reflektif dan selektif dalam mengambil keputusan finansial. Keputusan untuk beralih ke bank syariah bukan sekadar tindakan simbolik keagamaan, tetapi juga merupakan respon terhadap ketidakpuasan terhadap praktik perbankan konvensional yang dianggap kurang adil dan terlalu berorientasi pada keuntungan. Dalam konteks ini, bank syariah dipersepsi sebagai ruang moral baru dalam praktik keuangan modern. Oleh karena itu, penting bagi lembaga keuangan syariah untuk memperkuat integrasi antara nilai spiritual dan kualitas layanan yang empatik, guna membangun loyalitas dan kepercayaan jangka panjang dari masyarakat.

DAFTAR PUSTAKA

- Apriliani, N. D., Bachmid, S., & Saifullah, S. (2020). Pengaruh strategi pemasaran terhadap minat nasabah memilih produk tabungan IB Baitullah Hasannah pada Bank BNI Syariah Cabang Palu. *Jurnal Ilmu Perbankan dan Keuangan Syariah*, 1(2), 75–95.
- Harahap, H., Atika, A., & Jannah, N. (2023). Faktor-faktor yang mempengaruhi gaya hidup syariah, tingkat bonus, bebas biaya administrasi dan tingkat keamanan terhadap keputusan nasabah memilih produk tabungan Easy Wadiah (Studi kasus Bank Syariah Indonesia KC Medan Gajah Mada). *Jurnal Ilmiah Edunomika*, 7(2).
- Istiaji, J., Leksono, M. G., & Widyaningsih, M. (2022). Aplikasi theory of planned behavior terhadap minat nasabah dalam memilih tabungan Easy Wadiah Bank Syariah Indonesia. *Rizquna: Jurnal Hukum dan Ekonomi Syariah*, 1(2), 39–52.
- Susanto, N. M. H., & Setyowati, R. D. (2023). Analisis minat nasabah dalam memilih tabungan Wadiah pada Bank Syariah Indonesia KCP Soetta Ponorogo. *Wadiah*, 7(1), 1–20.
- Sulasih, S., Ulya, R. Y., & Novandari, W. (2022). Identifikasi minat memilih produk bank syariah melalui peran gaya hidup, religiusitas dan literasi keuangan syariah. *Journal Page is Available To*, 3(2).
- Ulya, Z., Yahya, M., & Anggrainingsih, D. W. (2021). Pengaruh promosi, motivasi, dan biaya administrasi terhadap keputusan masyarakat memilih produk tabungan emas. *Jurnal Investasi Islam*, 6(2), 173–186.
- Yuliani, I. (2022). Analisis faktor yang mempengaruhi minat nasabah memilih produk tabungan wakaf di Bank CIMB Niaga Syariah Cabang Samarinda. *Ekonomis: Journal of Economics and Business*, 6(1), 183–189.
- Diagram Alir. (2025). *Metodologi penelitian*. Jakarta: PT Rajawali Press.
- Barlian, E. (2018). *Metodologi penelitian kualitatif & kuantitatif*. OSF. https://osf.io/aucjd_v1/
- Octaviani, R., & Sutriani, E. (2020). Analisis data dan pengecekan keabsahan data. *INA-Rxiv Preprints*. <https://osf.io/preprints/inarxiv/3w6qs/>
-