

PENGARUH PENGETAHUAN MASYARAKAT TERHADAP MINAT MENJADI NASABAH DI PERBANKAN SYARIAH KABUPATEN BENGKALIS

Nur Azlina

Dosen Program Studi Perbankan Syariah
Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (STAIN) Bengkalis
nurazlina280@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini bertujuan mengetahui Pengetahuan Masyarakat terhadap minat menjadi nasabah di Perbankan Syariah. Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif yaitu kajian pustaka. Pendekatan yang digunakan adalah deskriptif analitis kritis. Jenis dan sumber data adalah data sekunder yang diperoleh dari hasil penelitian, artikel dan buku-buku referensi yang membahas topik yang sama. Perbankan syariah adalah segala sesuatu yang menyangkut tentang Bank Syariah dan Unit Usaha Syariah, mencakup kelembagaan, kegiatan usaha, serta cara dan proses dalam melaksanakan kegiatan usahanya. Keengganan masyarakat untuk menggunakan produk dan jasa perbankan syariah salah satu penyebabnya adalah karena minimnya pengetahuan mereka tentang keuangan syariah. Untuk meningkatkan pengetahuan tersebut, dibutuhkan sosialisasi dan edukasi secara maksimal dan berkesinambungan

Kata Kunci : Pengetahuan, Minat dan Perbankan Syariah

1. Pendahuluan

“Tidaklah mudah menerapkan konsep syariah secara kaffah” itulah yang sering didengar dari pelaksanaan Bank Syariah. Tetapi juga “janganlah mengabaikan aspek atau konsep syariah dalam menyampaikan materi kepada semua pihak yang ingin mempelajari Bank Syariah secara benar dan kaffah” itu yang didengar dari para pengajar dan bankir syariah. Disadari bahwa dalam pelaksanaan Bank Syariah tidak terlepas dari kepentingan bisnis dan syariah. Jika dalam melaksanakan Bank Syariah hanya mementingkan syariah atau sesuai ketentuan syariah murni, mungkin saat ini bisnisnya tidak bisa jalan karena masyarakat yang sudah lama melaksanakan sistem kapitalis belum dapat melaksanakan sistem ekonomi syariah secara kaffah disamping adanya beberapa ketentuan belum lengkap dan memadai. Sebaliknya jika dalam melaksanakan Bank Syariah hanya mementingkan bisnis saja tanpa punya keinginan menerapkan syariah yang kaffah, maka bank tersebut tidak berbeda dengan bisnis konvensional hanya dengan penggantian istilah atau akad saja dan Bank Syariah tidak memiliki nilai lebih (Wiroso, 2013).

Menurut Taufik, Ketua Komite Nasional Keuangan Syariah memandang perlu suatu perbankan syariah yang besar. Di sisi lain, KNKS memahami untuk membentuk sebuah perbankan itu identik dengan permodalan yang besar. Artinya semakin besar suatu bank maka kapasitas penyerapannya juga semakin besar. Sementara dana yang beredar di masyarakat saat ini masih banyak diserap di perbankan konvensional.

”Ekonomi syariah ini belum begitu membumi di Indonesia. Perbankan syariah sudah beroperasi hampir 30 tahun di Tanah Air, tapi market share-nya masih rendah, hanya 5,9%. Berarti ada yang salah,” kata Dekan FEB Harnovinsah dalam keterangan resminya di Jakarta

Fakta ini menunjukkan bahwa perbankan syariah belum optimal dalam meraih pasar konsumennya. Salah satu penyebabnya adalah kegagalan komunikasi atau sosialisasi kepada masyarakat karena tidak optimalnya strategi pemasaran. Perbankan syariah belum sepenuhnya memahami perilaku konsumennya. Salah satu cara untuk mengenal konsumen adalah dengan mengetahui sikap dan minat konsumen karena sikap dan minat akan berdampak pada perilakunya (Darwis, 2018).

Pangsa pasar (market share) keuangan syariah masih kecil dibandingkan perbankan konvensional. Masalah ini menjadi perhatian dari pemerintah, berdasarkan data dari OJK (Otoritas Jasa Keuangan) untuk data terakhir Juni 2018, market share keuangan syariah memang sempat mencapai 8,47% atau setara US\$83,62 miliar dari total aset keuangan Indonesia.

Regulator telah membuat ketentuan syariah, pelaksana bank syariah telah melaksanakan sesuai ketentuan syariah, namun tanpa partisipasi dan peranan masyarakat yang memahami aturan-aturan dan karakteristik bank syariah, pelaksanaan bank syariah juga tidak sesuai ketentuan yang ada. Hal ini sangat diperlukan edukasi masyarakat dan pelaksanaan syariah harus dapat meyakinkan bank syariah sangat berbeda dengan bank konvensional. Peranan pelaksana bank syariah dan instansi yang terkait sangat dibutuhkan dalam edukasi masyarakat, karena perbankan syariah merupakan hal yang baru di Indonesia. Dengan semakin banyak masyarakat yang mengetahui konsep bank syariah secara benar sesuai ketentuan yang berlaku, diharapkan dapat dipergunakan sebagai salah satu control terhadap pelaksanaan perbankan syariah sesuai kaidah-kaidah syariah yang ada, sehingga bank syariah yang mengabaikan kaidah syariah akan ditinggalkan oleh masyarakat (Wirosa, 2010).

Tulisan ini merupakan sebuah pemikiran konseptual penulis sebagai sebuah pandangan kritis terhadap beberapa konsep akuntansi yang melandasi praktik perbankan syariah, khususnya dalam upaya mewujudkan syariah governance. Dalam tulisan ini digunakan pendekatan hermeneutik yang berelasi dengan berfikir kritis atau yang disebut hermeneutika-kritis (Angriani dkk, 2019). Berfikir kritis sendiri dapat dilakukan dengan konsep kritik. Sebagaimana dalam Islam, kritik merupakan bentuk upaya tolong menolong dalam kebijakan dan takwa antara sesama muslim dengan jalan saling menasehati sesama muslim. Kitab karya Syaikh Al Madkhali telah menjelaskan metode mengkritik dalam Islam bahwa Al-Qur'an sebagai sumber syariah Islam memuji sesuatu tanpa menyebutkan kesalahannya dengan tujuan agar jiwa tergerak untuk mengikuti mereka. Begitu juga sebaliknya, Islam mencela sesuatu tanpa menyebutkan kebaikannya dengan tujuan memberikan pelajaran dan peringatan atas kejelekan dan keburukan tersebut agar tidak ada yang mengikuti perbuatan dan jejak keburukan tersebut. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh pengetahuan masyarakat terhadap minat menabung diperbankan syariah.

2. Tinjauan Pustaka

A. Pengertian Perbankan Syariah

Pengertian Perbankan Syariah menurut Undang-undang nomor 21 tahun 2008 tentang perbankan syariah (Nur Yasin, 2009) :

1. Perbankan syariah adalah segala sesuatu yang menyangkut tentang Bank Syariah dan Unit Usaha Syariah, mencakup kelembagaan, kegiatan usaha, serta cara dan proses dalam melaksanakan kegiatan usahanya.
2. Bank syariah adalah bank yang menjalankan kegiatan usahanya berdasarkan prinsip syariah dan menurut jenisnya terdiri atas bank umum syariah dan bank pembiayaan rakyat syariah.
3. Bank umum syariah adalah bank syariah yang dalam kegiatannya memberikan jasa dalam lalu lintas pembayaran.
4. Bank pembiayaan rakyat syariah adalah bank syariah yang dalam kegiatannya tidak memberikan jasa dalam lalu lintas pembayaran.
5. Unit usaha syariah, yang selanjutnya disebut UUS, adalah unit kerja dari kantor pusat bank umum konvensional yang berfungsi sebagai kantor induk dari kantor atau unit yang melaksanakan kegiatan usaha berdasarkan prinsip syariah, atau unit kerja di kantor cabang dari suatu bank yang berkedudukan di luar negeri yang melaksanakan kegiatan usaha secara konvensional yang berfungsi sebagai kantor induk dari kantor cabang pembantu syariah dan/atau unit syariah.

Baik dalam undang-undang nomor 10 tahun 1998 maupun dalam undang-undang nomor 21 tahun 2008 dijelaskan bahwa "syariah adalah aturan berdasarkan hukum islam". Ketentuan syariah didasarkan dari hukum islam yang dituangkan dalam suatu ketentuan yang dikeluarkan oleh majelis ulama indonesia yang disebut "Fatwa Dewan Syariah Nasional". Fatwa inilah yang dipergunakan sebagai referensi atau rujukan dalam melaksanakan kegiatan usaha yang dilakukan oleh entitas syariah, termasuk bank syariah.

B. Konsep Perilaku Konsumen

Tujuan pemasaran adalah memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen dengan mempelajari berbagai hal yang berhubungan dengan perilaku konsumen. Para pemasar harus mempelajari keinginan, persepsi, preferensi dan perilaku belanja konsumen. Loudon dan Bitta mendefinisikan perilaku konsumen sebagai proses pengambilan keputusan dan

aktivitas individu secara fisik yang dilibatkan dalam mengevaluasi, memperoleh, atau menggunakan barang dan jasa. Jadi perilaku konsumen bukan hanya dilihat dari apakah seseorang membeli atau tidak suatu produk, melainkan proses yang menyeluruh sejak dari mencari hingga menghentikan pemakaian suatu produk atau jasa. Model-model penelitian perilaku konsumen pada umumnya dihubungkan dengan sikap dan minat. Salah satu teori yang bisa menerangkan hubungan sikap, minat, dan *The Theory of Reasoned Action* yang dikembangkan oleh Fishbein dan Ajzen (1980) dalam karyanya “*Understanding Attitude and Predicting Social Behavior*”. Teori ini bukanlah satusatunya yang dipakai dalam riset pemasaran untuk memprediksi pilihan konsumen, namun model teori tersebut menggambarkan metodologi yang paling canggih (Darwis, 2018).

C. Kajian yang relevan

Kajian yang relevan dengan penelitian penulis adalah Tugas Akhir dari Nurul Saraswati Jurusan D3 Perbankan Syariah UIN Walisongo Semarang. Penelitiannya berjudul Pengaruh Pengetahuan Masyarakat terhadap Minat Menjadi Nasabah Bank Muamalat KCP Magelang (Studi Kasus pada Masyarakat Kota Magelang). Dalam penelitian ini penulis menggunakan penelitian kuantitatif, oleh karena itu data yang diperoleh nantinya berupa angka. Dari angka yang di peroleh akan di analisis lebih lanjut dalam analisis data. Penelitian ini terdiri atas dua variabel, yaitu Pengetahuan Masyarakat sebagai variabel X dan Minat Menjadi Nasabah Sebagai Variabel Y. Adapun teknik analisis data yang digunakan adalah regresi sederhana dan parsial dengan menggunakan SPSS 19.0. Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat Kota Magelang. Metode pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah teknik cluster sampling (area sampling). Berdasarkan rumus Solvin jumlah sampel yang diperoleh adalah 100, dari populasi yang ada sebanyak 120.207 jiwa. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel pengetahuan masyarakat memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap minat menjadi nasabah. Hal ini dibuktikan bahwa variabel pengetahuan konsumen dengan nilai t hitung untuk variabel pengetahuan diperoleh sebesar 12,100 sedangkan signifikansinya 0,000 (lebih kecil dari taraf signifikan 0,05). Dan dari hasil uji koefisien determinasi model summary diperoleh nilai R Square (R²) adalah 0.599 atau 59,9%, jadi sebesar 59,9% pengambilan keputusan menjadi nasabah di Bank Muamalat KCP Magelang dipengaruhi oleh variabel pengetahuan masyarakat.

3. Metode Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif yaitu kajian pustaka. Pendekatan yang digunakan adalah deskriptif analitis kritis. Jenis dan sumber data adalah data sekunder yang diperoleh dari hasil penelitian, artikel dan buku-buku referensi yang membahas topik yang sama

4. Hasil Penelitian dan Pembahasan

Falah Selanti dan Inarotul Ma'rifah Mahasiswa FE Universitas Islam Sultan Agung Semarang Drs. Osmad Muthaher, M.Si, Dosen FE Universitas Islam Sultan Agung Semarang "Pertumbuhan lembaga keuangan syariah di Indonesia khususnya bank syariah saat ini mulai diminati oleh masyarakat karena Karakteristik sistem perbankan syariah yang beroperasi berdasarkan prinsip bagi hasil memberikan alternatif sistem perbankan yang saling menguntungkan bagi masyarakat dan bank, serta menonjolkan aspek keadilan dalam bertransaksi, investasi yang beretika, mengedepankan nilai-nilai kebersamaan dan persaudaraan dalam berproduksi, dan menghindari kegiatan spekulatif dalam bertransaksi keuangan. Namun, Pangsa pasar (market share) keuangan syariah masih kecil dibandingkan perbankan konvensional. Masalah ini menjadi perhatian dari pemerintah, berdasarkan data dari OJK (Otoritas Jasa Keuangan) untuk data terakhir Juni 2018, market share keuangan syariah memang sempat mencapai 8,47% atau setara US\$83,62 miliar dari total aset keuangan Indonesia. Total capain ini diperoleh dari kontribusi perbankan syariah sebesar 5,7%, IKNB syariah sebesar 4,69%, dan pasar modal syariah sebesar 15,28%. Akan tetapi, hingga awal 2019, market share perbankan syariah nasional hanya mampu mencapai 5,94%. Faktor utama penyebab keterlambatan perkembangan keuangan syariah ini, ialah dari segi Non Performing Financing (Rasio Kredit Bermasalah/NPF) yang tinggi dan mesti diselesaikan terlebih dahulu. Sosialisasi dan Edukasi (Falah Selanti dkk, 2019).

Keengganan masyarakat untuk menggunakan produk dan jasa perbankan syariah salah satu penyebabnya adalah karena minimnya pengetahuan mereka tentang keuangan syariah. Untuk meningkatkan pengetahuan tersebut, dibutuhkan sosialisasi dan edukasi secara maksimal dan berkesinambungan.

Pemasaran adalah salah satu kegiatan dalam perekonomian yang membantu dalam menciptakan nilai ekonomi. Nilai ekonomi itu sendiri menentukan harga barang dan jasa. Faktor penting dalam menciptakan nilai tersebut adalah produksi, pemasaran, dan konsumsi. Pemasaran menjadi penghubung antara kegiatan produksi dan konsumsi.

Dengan demikian, untuk meningkatkan minat nasabah pada Bank Syariah sangat memerlukan strategi dalam memasarkan produk dan jasanya. Strategi pemasaran merupakan hal yang sangat penting bagi perusahaan dimana strategi pemasaran merupakan suatu cara mencapai tujuan dari sebuah perusahaan. Dengan strategi pemasaran yang baik dan sesuai dengan target pasar tentu saja sangat membantu memperlancar dalam menjual produk-produknya. Semakin banyak produk terjual ke pasar akan memberikan kontribusi pada peningkatan penerimaan perusahaan, dan pada akhirnya dapat berpengaruh langsung pada pencapaian target keuntungan yang semakin meningkat pula (Ismawati, 2019).

5. Kesimpulan dan Saran

Menurut penulis saat ini di kabupaten bengkalis mayoritas masyarakat belum mengerti tentang Perbankan Syariah, berdasarkan hasil dari pertanyaan yang penulis sering

lontarkan ke masyarakat akademisi atau masyarakat umum, mereka masih menganggap bahwa bank syariah itu sama saja dengan bank konvensional. Perlu adanya sosialisasi tentang perbankan syariah, fungsi dan tugasnya serta produk yang ditawarkannya.

Jadi saran penulis perlu ada sinergitas antara pihak akademisi dan pihak perbankan serta pemerintah untuk mensosialisasikan perbankan syariah di Kabupaten Bengkalis.

6. Daftar Pustaka

e-book-kuntansi-lembaga-keuangan-syariah-wirosa-iai-presentasi-2013

<https://www.kompasiana.com/selantifalah/5ceff6423ba7f775b121d596/meningkakan-market-share-perbankan-syariah?page=all>

Ismail, *Perbankan Syariah*, (Jakarta: Penerbit Kencana Prenada Media Group, 2013)

Jurnal/Al-Mashrafiyah/Vol%203%20no%201%202019/7424-20226-1-Pb.Pdf

Muhammad Syafi'I Antonio, *Bank Syariah : dari Teori ke Praktek*, (Jakarta : Gema

Veithzal Rivai dan Arvian Arifin, *Islamic Banking* (Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2010)