

BAB V

PEMBAHASAN

A. Minat Masyarakat Desa Bendo Kabupaten Tulungagung Terhadap Penggunaan Produk Bank Syariah

Bank diartikan sebagai lembaga keuangan yang kegiatan operasionalnya didasarkan dengan prinsip-prinsip Islam.¹⁰⁵ Bank syariah juga berfungsi seperti bank konvensional pada umumnya yakni sebagai penghimpun dan penyalur dana serta penyedia jasa keuangan lainnya. Yang membedakan dari kedua bank ini yakni terletak pada produk yang disediakan dan akad yang digunakan serta sistem pembagian hasil keuntungan.

Memeluk suatu agama tidak menjamin bahwa seseorang dapat melaksanakan perintah dan larangan yang ada dalam suatu agama tersebut. Namin, sebisa mungkin sebagai umat Islam kita hendaknya harus patuh dan taat kepada Allah SWT dengan cara melaksanakan perintah dan menjauhi larangannya. Termasuk dalam berkegiatan ekonomi dan *muamalah*, kita dilarang untuk melakukan transaksi seperti *maysir*, *gharar*, *riba*, dan *bathil*. Sama halnya dalam memilih suatu bank, kita hendaknya memilih bank yang bersih dari transaksi yang dilarang tersebut. Riba dengan tegas telah diharamkan oleh Allah sebagaimana tercantum dalam Al-Qur'an. Hal ini dikarenakan sadar atau tidak dengan adanya riba ini telah melegalkan praktik perampasan kekayaan terhadap mereka yang berhutang. Sifat riba yakni menggerogoti secara pelan tapi pasti. Mereka yang sudah miskin akan semakin miskin, dan yang kaya akan semakin kaya. Selain itu, dalam transaksi yang dilarang oleh Allah ini dapat menghilangkan sikap saling tolong menolong yang bahwasannya sikap saling membantu ini sangat dianjurkan oleh Islam. Transaksi haram ini membuat kita semakin malas karena seseorang menjadi mengandalkan uang-uang yang diperoleh dengan cara yang tidak benar.

Bank syariah hadir sebagai solusi dari mereka yang kurang puas akan bertransaksi di bank konvensional karena sebagian dari ulama mengatakan

¹⁰⁵ Undang-Undang Nomor 21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah

bahwa sistem bunga dalam bank konvensional adalah riba dan riba merupakan hal yang dilarang. Namun, masyarakat yang awam tidak banyak yang tahu bahwa sistem operasional, akad, produk dan mekanisme dari bank syariah berbeda dari bank konvensional. Meski sebagian besar penduduk Indonesia khususnya di Desa Bendo beragama Islam, namun minat menggunakan produk bank syariah masih rendah. Terbukti dari hasil wawancara yang telah dilakukan, sebesar 0,89% atau sama dengan 89 orang responden menjawab bahwa mereka tidak mengetahui keberadaan bank syariah di Kota Tulungagung. Kemudian sebesar 0,7% atau sama dengan 7 orang responden menjawab mereka mengetahui akan keberadaan bank syariah. Namun, mereka tidak mengetahui mekanisme dan sistem operasional dari bank syariah apalagi produk-produk yang ditawarkan. Mereka mengaku tidak dapat membedakan antara bank konvensional dan bank syariah. Lalu sisanya yakni sebesar 0,4% atau sama dengan 4 orang responden mengaku tahu dan faham akan keberadaan dan sistem operasional bank syariah beserta dengan produk-produknya dikarenakan mereka menempuh dan mendalami pendidikan terkait yakni perbankan syariah.

Rendahnya minat suatu masyarakat hendaknya dapat ditingkatkan dengan melakukan beberapa pengenalan dengan memberikan informasi-informasi terkait dengan bank syariah. Minat juga dapat timbul karena adanya suatu kepercayaan dari seseorang atau masyarakat pada sesuatu. Apabila sudah percaya, maka pasti seseorang memiliki minat pada hal tersebut.

Dari hasil wawancara dan penyebaran angket ke responden, mayoritas mereka mengaku tidak mengetahui akan keberadaan bank syariah, dan hanya beberapa orang yang mengaku mengetahui bank syariah. Mayoritas masyarakat Desa Bendo tidak menjadi nasabah di bank syariah maupun tidak memiliki rekening bank syariah. Dari pemaparan tersebut dapat disimpulkan bahwa minat masyarakat Desa Bendo Kabupaten Tulungagung terhadap penggunaan produk bank syariah masih rendah.

B. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Rendahnya Minat Masyarakat Desa Bendo Terhadap Penggunaan Produk Bank Syariah

Faktor merupakan sesuatu hal ataupun keadaan yang memberi pengaruh kepada sesuatu. Faktor terbagi menjadi 2, yakni faktor intern dan ekstern. Fokus dalam penelitian ini diantaranya yaitu pada faktor pengetahuan, produk, religiusitas, lokasi dan promosi.

1. Pengetahuan

Pengetahuan merupakan salah satu faktor yang mendasar karena merupakan faktor pengalaman aktual yang tersimpan dalam kesadaran manusia. Pengetahuan masyarakat akan informasi perbankan syariah sangat penting karena akan mempengaruhi seseorang dalam pengambilan keputusan.¹⁰⁶

Berdasarkan hasil analisa data penelitian dapat diketahui bahwa tingkat pengetahuan masyarakat Desa Bendo akan keberadaan bank syariah masih sangat rendah. Mayoritas dari mereka mengaku tidak mengetahui adanya bank syariah. Selain itu, beberapa orang yang mengaku mengetahui keberadaan bank syariah namun hanya sebatas tahu saja dan tidak memahami konsep mekanisme maupun produk dan akad yang ditawarkan. Rendahnya tingkat pengetahuan masyarakat berpengaruh terhadap rendahnya minat menggunakan produk bank syariah di Desa Bendo.

Pengetahuan sendiri memiliki pengaruh yang besar terhadap minat seseorang dalam menggunakan produk bank syariah. Sebab, apabila mereka tidak memiliki pengetahuan akan sesuatu hal tersebut, maka otomatis mereka juga tidak akan memiliki minat terhadapnya. Masih minimnya pengetahuan masyarakat akan informasi mengenai bank syariah disebabkan karena mereka tidak lagi mencari informasi terkait bank syariah. Masyarakat beralasan bahwasannya tidak adanya perbedaan dari bank konvensional dan bank syariah

¹⁰⁶ Siti Nazariah Nasution dan Susianto, *Pengaruh Pengetahuan Masyarakat Terhadap Minat Menjadi Nasabah Bank Syariah Mandiri KCPSy Belawan (Studi Kasus Masyarakat Kelurahan Belawan II)*, Jurnal FEB, Vol. 1 No. 1, hal. 8

2. Produk

Produk merupakan setiap hal, baik berwujud (*tangible*) maupun tak berwujud (*intangible*) yang mampu memenuhi dan memuaskan keinginan/kebutuhan manusia.¹⁰⁷ Produk juga dapat diartikan sebagai alat pemuas kebutuhan manusia. Pengetahuan akan produk-produk dari bank syariah sangatlah penting guna membangun kepercayaan antara kedua belah pihak. Selain itu, pemahaman produk secara baik oleh nasabah akan memberikan kepuasan terhadapnya. Berbagai macam produk yang ditawarkan oleh bank syariah yakni diantaranya pada bank penyaluran dana terdapat 3 prinsip yakni pertama prinsip jual beli (*ba'i*) dengan akad-akadnya yakni *ba'i al-murabahah*, *ba'i as-salaam*, *ba'i al-istishna*. Kedua, ada prinsip sewa/ijarah dengan akadnya yakni *ijarah* dan IMBT (*ijarah muntahiya bit tamlik*). Kemudian pada bank pengimpunan dana ada akad titipan/*wadi'ah*, dan *mudharabah*. Sedangkan bank sebagai penyedia jasa keuangan terdapat beberapa akad diantaranya *hiwalah*, *kafalah*, *wakalah*, *rahn*, *qardh*, dan *sharf*.¹⁰⁸

Berdasarkan hasil analisa data penelitian dapat diketahui bahwa produk berpengaruh pada minat masyarakat dalam menggunakan produk bank syariah. Ketidaktahuan akan informasi dari produk-produk yang ditawarkan bank syariah menyebabkan rendahnya minat masyarakat Desa Bendo terhadap penggunaan produk bank syariah. Apabila suatu informasi akan dapat membangun suatu kepercayaan terhadap suatu produk, maka ketidaktahuan juga menyebabkan tidak adanya kepercayaan terhadap suatu produk tersebut. Sebagian besar responden mengaku bahwa mereka tidak mengenal/mengetahui produk-produk yang ditawarkan oleh bank syariah serta akad-akad apa saja yang digunakan.

¹⁰⁷ M. Anang Firmansyah, *Pemasaran Produk dan Merek (Planning & Strategy)*, (Jawa Timur: Qiara Media, 2019), hal. 98

¹⁰⁸ Wiroso, *Produk Perbankan Syariah: Revisi 2011*, (Jakarta: LPFE Usakti, 2009), hal. 423-433

3. Religiusitas

Religiusitas merupakan bentuk aspek religi yang telah dihayatidalam hati oleh seseorang/individu.¹⁰⁹ Religiusitas juga dapat diartikan sebagai pengabdian terhadap agama. Pengabdian atau tingkat kesalehan seseorang dapat dilihat dari perilakunya termasuk dalam hal bermuamalah. Orang yang taat atau saleh akan menjauhi larangan-larangan agamanya dan melaksanakan apa yang dianjurkan oleh agamanya. Transaksi muamalah dalam Islam dengan berdagang sangat dianjurkan. Sedangkan transaksi yang mengandung unsur-unsur larangan (seperti *maysir*, *gharar*, *riba*) ini dengan tegas dilarang oleh Islam karena akan menimbulkan *kemudharatan* dan kerugian bagi pihak lain dan hanya menguntungkan salah satu pihak. Begitu pula dalam berkegiatan ekonomi dengan perbankan, sebagai umat muslim yang taat agama, hendaknya kita memilih bank yang tidak mengandung unsur larangan dari Allah SWT. Mayoritas dari ulama memandang bahwa sistem bunga dalam perbankan tergolong dalam *riba* dan ini jelas dilarang oleh Allah sebagaimana firmanNya dalam Surat Al-Baqarah ayat 275 yang artinya :

“Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan *riba*.”¹¹⁰

Berdasarkan hasil analisa data penelitian dapat diketahui bahwa mayoritas masyarakat Desa Bendo tidak mengetahui apa itu *riba* dan mengapa dapat diharamkan oleh Islam. Sehingga religiuitas tidak berpengaruh pada minat masyarakat Desa Bendo dalam menggunakan produk bank syariah. Mereka juga tidak tahu bahwa sistem bunga di bank konvensional digolongkan sebagai *riba*. Mereka menganggap bahwa bunga/kelebihan keuntungan yang mereka dapat merupakan *reward* karena mereka telah menabung dan atau menggunakan jasa dari bank. Selain itu karena minimnya pengetahuan mereka yang beranggapan bahwa bank syariah itu sama dengan bank konvensional juga

¹⁰⁹ Handayani, Sri Darwini, Eka Agustian, dan Imanuella, *Pengaruh Religiusitas Terhadap Perilaku Memilih Bank Syariah Melalui Kepercayaan Merek (Studi Pada Nasabah Bank Syariah di Kota Mataram)*, Jurnal Distribusi, Jurnal Ilmu Manajemen dan Bisnis, Vol. 6, No. 2, September 2018, p-ISSN : 0853-9571, e-ISSN : 2477-1767, hal. 46-47

¹¹⁰ Q.S Al-Baqarah (2): 275, Al-Qur'an (Surabaya: CV Ramsa Putra), hal. 48

menganggap bahwa sistem yang digunakan dalam bank syariah sama dengan sistem yang digunakan dalam bank konvensional. Padahal jika dipelajari dan digali informasinya lebih dalam, terdapat perbedaan dari sistem kedua bank ini. Dimana bank syariah menggunakan sistem bagi hasil. Dimana keuntungan dan kerugian ditanggung bersama sesuai dengan keputusan yang telah disepakati oleh kedua belah pihak. Beberapa responden mengaku bahwa mereka menggunakan jasa perbankan hanya untuk membantunya menyimpan uang dengan aman, tidak peduli bahwa itu bank syariah ataupun bank konvensional.

4. Lokasi

Lokasi merupakan letak dari suatu tempat usaha. Lokasi juga dapat diartikan sebagai tempat melayani konsumen atau tempat produsen menjual produknya.¹¹¹ Meski sudah ada banyak berdiri lembaga keuangan berbasis syariah, namun mengenai lokasi dan jaringan kantor bank syariah dirasa sangatlah kurang. Jaringan kantor lembaga keuangan berbasis syariah saat ini masih kurang mampu menjangkau masyarakat terkhusus dalam suatu daerah (misalnya dalam sebuah desa). Dalam satu kecamatan saja belum tentu terdapat sebuah kantor jaringan lembaga keuangan syariah. Hal ini dirasa sangat diperlukannya ekspansi kantor jaringan yang dapat menjangkau masyarakat di pedesaan.

Berdasarkan hasil analisa data penelitian dapat diketahui bahwa faktor lokasi berpengaruh terhadap minat masyarakat Desa Bendo dalam menggunakan produk bank syariah. Kurangnya jaringan kantor dan jarak tempuh menuju bank syariah yang jauh jika dibandingkan dengan jarak tempuh ke bank konvensional yang memang beberapa bank sudah memiliki jaringan kantor di beberapa desa seperti dekat pasar sebagai pusat ekonomi masyarakat. Selain itu, fasilitas berupa mesin ATM (*Automatic Teller Machine*) bank syariah yang sulit ditemui menjadikan

¹¹¹ Irnawati Indi, *Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Menabung di Bank Syariah (Studi Kasus Pada Masyarakat di Kecamatan Rappocini Kota Makassar)*, Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Makassar, hal. 10

masyarakat enggan untuk memilih bank syariah sebagai bank utama mereka.

5. Promosi

Promosi merupakan kegiatan yang dilakukan dengan tujuan membuat calon konsumen tertarik untuk menggunakan barang atau jasa yang diiklankan.¹¹² Promosi merupakan suatu hal yang penting wajib dilakukan. Dengan promosi kita dapat menumbuhkan tingkat kepercayaan seseorang pada suatu produk. Promosi juga merupakan sebagai sarana penyampaian informasi dari produsen kepada calon konsumennya. Dengan promosi dapat menumbuhkan tingkat pengetahuan seseorang pada suatu hal. Oleh sebab itu, promosi sangatlah penting. Tanpa sebuah iklan atau promosi, suatu produk tidak akan diketahui oleh calon konsumen dan pesan dari produsen tidak akan sampai ke calon konsumen.

Berdasarkan hasil analisa data penelitian dapat diketahui bahwa promosi berpengaruh terhadap minat masyarakat Desa Bendo dalam menggunakan produk bank syariah. Kurangnya promosi dan sosialisasi dari pihak bank syariah turut mempengaruhi akan rendahnya minat masyarakat dalam menggunakan produk bank syariah.

¹¹² Dea Putri Njoto dan Krismi Budi Sienatra, *Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Wenak Tok*, PEFORMA: Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis, Volume 3, Nomor 5, Desember 2018, hal. 1, hal. 13