

Determinan Kurangnya Minat Menabung di Bank Syariah

Deni Purwati^{1*)}, Ascaryan Rafindra²⁾

^{1,2} Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jenderal Soedirman

*Email korespondensi: deni.purwati@mhs.unsoed.ac.id

Abstract

This study aims to identify and analyze the factors that influence the lack of interest in saving at Islamic banks. This research is a type of qualitative research, by taking informants from the research area, namely Pemalang Regency. The data in this study are primary data and data collection techniques by conducting interviews, documentation and observation. The research was conducted by gathering information regarding the factors that influence the lack of interest in saving at Islamic banks. Triangulation techniques were also carried out to ensure data validity. The results of the study found the causes of the lack of public interest in saving in Islamic banks, namely consideration of the benefits obtained, salaries received through conventional banks, lack of marketing strategies carried out by Islamic banks, lack of understanding of Sharia, the influence of culture and habits, convenience, closure of one of the Islamic banks, dubious sharia compliance implemented by Islamic banks and lack of security. The results of this study are expected to contribute to Islamic banks in Indonesia in formulating their marketing strategies to attract public attention to saving at Islamic banks so as to increase the market share of Islamic banks in the future.

Keywords: Strategy, Interest in Saving, Islamic Banking.

Saran sitasi: Purwanti, D., & Rafindra, A. (2023). Determinan Kurangnya Minat Menabung di Bank Syariah. *Jurnal ilmiah ekonomi islam*, 9(03), 3541-3550. doi: <http://dx.doi.org/10.29040/jiei.v9i3.10028>

DOI: <http://dx.doi.org/10.29040/jiei.v9i3.10028>

1. PENDAHULUAN

Indonesia merupakan Negara dengan penduduk mayoritas umat muslim. Menurut laporan *The Royal Islamic Strategic Studies Centre* (RISSC), populasi muslim di Indonesia diperkirakan sebanyak 237,56 juta jiwa. Jumlah penduduk muslim tersebut setara dengan 86,7 persen populasi didalam negeri. Sehingga Indonesia kembali menjadi Negara dengan jumlah penduduk muslim terbesar didunia pada tahun 2022. Sebagai salah satu Negara dengan jumlah penduduk muslim terbanyak didunia membuat Indonesia menjadi pangsa pasar besar bank syariah untuk mewujudkan perbankan syariah yang lebih baik lagi. Sayangnya perbankan syariah di Indonesia hanya menguasai pangsa pasar sebanyak 4,87 persen di tahun 2015 (Silalahi & Sultami, 2020). Rendahnya minat masyarakat terhadap bank syariah menjadi permasalahan utama yang dihadapi bank syariah (Agus Setyawan et al., 2020). Rendahnya jumlah nasabah dalam perbankan syariah dikarenakan anggapan masyarakat mengenai bank syariah belum

selengkap bank konvensional. Padahal sebenarnya semua tanggapan masyarakat tentang bank syariah itu salah besar. Karena sebenarnya bank syariah memiliki keuntungan yang besar. Keuntungan tersebut antara lain tanpa biaya administrasi, adanya produk khusus yang tidak ada di bank konvensional, tanpa bunga dan sesuai dengan syariat islam (Halnira & Susianto, 2019).

Aktivitas menyisihkan sebagian uang dari penghasilan disebut menabung. Dalam melakukan kegiatan menabung masyarakat dapat menggunakan jasa perbankan. Bank memiliki peran yang besar untuk kemajuan dan perkembangan dari sebuah negara. Karna tidak hanya mengutamakan laba, tetapi juga mengarahkan untuk meningkatkan taraf hidup penduduk. Hal ini tercantum dalam Pasal 1 ayat 2 UU No. 21 Tahun 2008 tentang perbankan syariah (Purnomo et al., 2021). Perbankan syariah berfungsi untuk menjembatani antara pihak yang kelebihan dana dengan pihak yang membutuhkan dana dengan amanah. Artinya bank syariah berkewajiban untuk

menjaga dan bertanggungjawab atas keamanan dana nasabah (Zamroni, 2018). Bank syariah menjalankan aktivitas operasional diawasi oleh dewan pengawas syariah yang berwenang untuk melakukan pengawasan sistem keuangan syariah agar tetap sesuai dengan prinsip-prinsip syariah. Karna tujuan bank syariah tidak hanya untuk menghasilkan profit secara komersial saja tetapi juga untuk menghindari riba. Syariat melarang riba tetapi memperbolehkan keuntungan yang diperoleh dari suatu aktivitas perdagangan, diarenakan ada risiko kerugian dalam setiap aktivitas perdagangan (Gerrard & Barton Cunningham, 1997) Dalam otoritas jasa keuangan dijelaskan karakteristik sistem perbankan syariah yang beroperasi berdasarkan prinsip bagi hasil memberikan alternatif sistem perbankan yang saling menguntungkan bagi masyarakat serta menonjolkan aspek keadilan dalam bertransaksi, investasi yang beretika, mengedepankan nilai kebersamaan dan persaudaraan dalam berproduksi dan menghindari kegiatan spekulatif dalam bertransaksi keuangan.

Undang-undang perbankan No. 14/1968 belum mengenal istilah bank syariah. Namun dikarenakan adanya desakan dari masyarakat dan dari berbagai perkumpulan organisasi islam, utama dari MUI dan ICMI maka Undang-Undang Bank No. 7/1992 disahkan. Keberadaan bank Muamalat sebagai bank syariah pertama di Indonesia yang dilegitimasi oleh UU perbankan No. 7/1992 memberikan alternatif produk dan jasa perbankan kepada masyarakat Indonesia. Rentang waktu dari periode 1992-1998 perkembangan bank syariah di Indonesia secara kuantitas kurang membahagiakan karena hanya terdapat 1 (satu) bank syariah dan 78 Badan Perkreditan Rakyat Syariah (BPRS) yang beroperasi dalam kurun waktu enam tahun. Namun dari segi kualitas, bank syariah menunjukkan kinerja yang sangat baik. Mereka tidak terkena dampak krisis ekonomi Asia pada tahun 1997, sementara bank konvensional justru sebaliknya. Terdapat 17 bank konvensional yang mengalami kebangkrutan dan akhirnya harus ditutup demi menghindari dampak serius akibat krisis tersebut (Ali, 2015). Perbankan syariah melarang penerapan bunga dalam setiap transaksi. Hukum islam melarang keras berbagai penambahan bunga dalam pengembalian transaksi keuangan, sehingga tingkat pengembalian harus mengacu pada kegiatan ekonomi riil dan akad yang telah disepakati di awal perjanjian. Distribusi tidak hanya pada keuntungan tetapi juga pada risiko karena

perbankan syariah sangat menjunjung nilai-nilai keadilan, dimana keuntungan maupun kerugiannya dibagi dua (Juhandi et al., 2019).

Berdasarkan data otoritas jasa keuangan pangsa pasar keuangan syariah per juni 2022 tercatat sebesar 10,41 persen dan terdapat peningkatan apabila dibandingkan dengan tahun sebelumnya yang mencapai 10 persen. Meskipun terdapat kenaikan, namun terdapat hal yang perlu menjadi perhatian bersama yaitu gap yang masih besar dengan pangsa pasar keuangan konvensional. Rendahnya pangsa pasar (*market share*) keuangan syariah mengidentifikasikan bahwa minat masyarakat terhadap keuangan syariah masih sangat rendah dibandingkan dengan konvensional. Rendahnya *market share* dan indeks inklusi keuangan syariah di Indonesia tentu menjadi tanda tanya besar. Hal ini mengingat fakta bahwa jumlah penduduk indonesia yang beragama islam mencapai 237,56 juta jiwa (86,7 persen) dari total penduduk Menurut Toni EB Subari ketua asosiasi bank syariah Indonesia mengatakan bahwa salah satu faktor penyebab masih rendahnya tingkat *market share* perbankan syariah adalah masalah literasi. Meski kinerja perbankan syariah tercatat positif, namun literasi keuangan syariah dinilai masih kurang, tercermin dari indeks literasi perbankan syariah yang masih 9,14 persen di tahun 2022. Penyebab tingkat literasi keuangan syariah yang rendah disebabkan oleh jumlah kantor cabang perbankan syariah yang belum sebanyak bank konvensional. Rendahnya *market share* bank syariah menjadikan bank syariah sulit bersaing dengan bank konvensional. Selain itu pengetahuan mengenai produk syariah juga sangat penting namun saat ini belum sepenuhnya dipahami. Kurangnya pengetahuan konsumen inilah yang kemudian menimbulkan dilema perbankan syariah di Indonesia (Karim & Affif, 2006). Menurut Murniati et al. (2020) tidak menutup kemungkinan pertumbuhan bank syariah dapat melebihi bank konvensional. Roadmap pengembangan keuangan syariah indonesia menyebutkan bahwa pengembangan keuangan syariah telah menghasilkan berbagai pencapaian, mulai dari bertambahnya jumlah penduduk dan layanan, hingga pengembangan infrastruktur yang mendukung keuangan syariah. Bahkan di pasar global, Indonesia masuk dalam sepuluh besar negara yang memiliki indeks keuangan syariah terbesar di dunia. Namun pertumbuhan keuangan syariah belum mampu mengimbangi pertumbuhan keuangan konvensional.

Oleh karena itu dibutuhkan strategi pemasaran yang lebih menarik dibandingkan strategi sebelumnya agar menarik minat calon nasabah yang akan menghimpun dananya di bank syariah juga meningkat (Prastiwi & Zuhdi, 2022) guna meningkatkan market share agar aset bank syariah bertambah. Salah satu cara untuk meningkatkan market share yaitu dengan mempromosikan dan memberikan edukasi kepada masyarakat untuk meningkatkan pengetahuan masyarakat terhadap bank syariah dan berimplikasi pada peningkatan pangsa pasar bank syariah yang akan meningkatkan market share bank syariah (Syaifullah, 2016). Dalam upaya menarik minat masyarakat untuk menabung di bank syariah, maka bank syariah juga harus melakukan promosi untuk memperkenalkan produk bank syariah kepada masyarakat. Karena promosi sangat penting untuk memberikan informasi yang tepat kepada masyarakat sehingga menumbuhkan minat untuk menabung di bank syariah (Bella et al., 2023). Selain itu penting bagi manajemen bank syariah untuk mengetahui faktor-faktor yang dapat mempengaruhi masyarakat terhadap keputusan menabung di bank syariah (Utamy & Widhiastuti, 2020)

Tabel 1. Jumlah Nasabah Dana Pihak Ketiga Bank Syariah di Indonesia (Dalam Satuan Rekening)

Tahun	Jumlah Nasabah Bank Umum	Jumlah Nasabah Unit Usaha Syariah	Total
2018	19.996.197	4.338.359	24.334.556
2019	22.120.609	4.894.997	27.015.606
2020	25.195.687	5.341.698	30.537.385
2021	28.654.158	6.490.937	35.145.095
2022	33.758.718	7.714.161	41.472.879

Sumber : Otoritas Jasa Keuangan

Dari tabel 1 dapat dilihat bahwa jumlah nasabah dana pihak ketiga bank syariah selalu mengalami peningkatan setiap tahunnya, tetapi belum sebanding dengan jumlah nasabah bank konvensional yang sebesar 76.122.714 rekening di tahun 2020 (Purnomo et al., 2021). Kehadiran lembaga keuangan syariah atau perbankan syariah jelas mempunyai prospek yang sangat cerah dan menjanjikan. Kehadirannya tidak hanya menjadi alternatif keuangan bagi masyarakat mayoritas muslim Indonesia namun harus dijadikan pilihan utama dan harus dibuktikan secara praktis sehingga nilai-nilai islam yang menjadi ruh dalam perbankan syariah dapat dirasakan secara langsung

tidak hanya bagi umat islam saja tetapi bagi umat lainnya (Zaini et al., 2019)

Penelitian terdahulu yang serupa telah dilakukan oleh Halnira & Susianto (2019) faktor-faktor yang mempengaruhi kurangnya minat masyarakat menabung di bank syariah dengan pendekatan kuantitatif. Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan faktor yang mempengaruhi kurangnya minat menabung di bank syariah yaitu pengetahuan, produk dan lokasi. Maretha et al. (2022) Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi kurangnya minat mahasiswa Sidoarjo menjadi nasabah Bank Syariah menggunakan pendekatan kuantitatif. Hasil penelitian menunjukkan faktor yang mempengaruhi kurangnya minat menabung di bank syariah yaitu faktor bagi hasil dan faktor pelayanan. Nengsih et al. (2021) dengan judul determinan minat menabung masyarakat di bank syariah dapat dikemukakan pola minat masyarakat untuk menabung di bank syariah sangat dipengaruhi oleh banyak faktor. Hasil penelitian menunjukkan bahwa lokasi, kepercayaan, pengetahuan, promosi dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap minat menabung di bank syariah.

Berdasarkan pemaparan diatas peneliti ingin melakukan analisis terhadap determinan kurangnya minat menabung di Bank Syariah. Alasan dipilihnya Bank Syariah dikarenakan jumlah penduduk muslim di Indonesia tidak sebanding dengan jumlah nasabah perbankan syariah yang ada di Indonesia Maka masyarakat muslim di Indonesia belum sepenuhnya ikut berpartisipasi di dalam pengembangan perbankan syariah. Oleh karena itu penulis tertarik untuk menganalisis lebih dalam mengenai determinan kurangnya minat menabung di Bank Syariah.

LITERATURE REVIEW

Perkembangan Perbankan Syariah

Bank adalah badan yang menghimpun dana masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya kepada masyarakat dalam bentuk kredit atau bentuk lainnya untuk meningkatkan taraf hidup masyarakat. Bank terbagi menjadi dua jenis yaitu bank tradisional yang terdiri dari Bank Umum dan Bank Pemberi Pinjaman Lokal, dan bank syariah yang terdiri dari Bank Umum Syariah (BUS), Unit Usaha Syariah (UUS) dan Bank Pembiayaan Perorangan Syariah (BPRS) (Mariyanti et al., 2023). Upaya awal penerapan sistem bagi hasil tercatat di Pakistan dan Malaysia sekitar tahun 1940-an, yaitu

upaya pengelolaan dana haji secara non konvensional (Nofinawati, 2015). Namun, sejarah perbankan syariah pertama kali terjadi di Kairo, Mesir dengan berdirinya Bank Perkreditan Rakyat Islam di Desa Mit Ghamr pada tahun 1963 (Choiriyah et al., 2021). Perkembangan perbankan syariah di Indonesia sendiri bermula pada tahun 1991 dengan didirikannya Bank Muamalat yang resmi beroperasi pada tahun 1992 (Sari et al., 2016). Pada tanggal 16 juli 2008, UU No. 21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah disahkan sehingga menghasilkan landasan hukum perbankan syariah dan dapat mendorong pertumbuhan dan perkembangan bank syariah selama lima tahun terakhir, dimana aset perbankan syariah tumbuh lebih dari 5 persen per tahunnya namun secara nasional masih dibawah lima persen (Suhendro, 2018).

Bank Indonesia merumuskan *Grand Strategi Pengembangan Pasar Perbankan Syariah* 2008 sebagai langkah konkrit dalam upaya pengembangan perbankan syariah di Indonesia (Ali, 2015). Dalam otoritas jasa keuangan disebutkan penetapan visi 2010 sebagai industri perbankan syariah terkemuka di ASEAN, pembentukan citra baru perbankan syariah nasional yang bersifat inklusif dan universal, pemetaan pasar secara lebih akurat, pengembangan produk yang lebih beragam, peningkatan layanan serta strategi komunikasi baru yang memposisikan perbankan syariah lebih dari sekedar bank merupakan uraian dari beberapa aspek dari *grand strategi*.

Tabel 2. Perkembangan Perbankan Syariah Periode 2018-2022

Indikator	2018	2019	2020	2021	2022
Bank Umum Syariah					
1.Jumlah Bank	14	14	14	15	13
2.Jumlah Kantor	1.875	1.919	2.034	2.035	2.007
Unit Usaha Syariah					
1.Jumlah Unit	20	20	20	20	20
2.Jumlah Kantor	354	381	392	444	438

Sumber : Otoritas Jasa Keuangan

Berdasarkan tabel 2 (dua) diatas dapat dilihat terdapat 13 Bank Umum Syariah (BUS) dan 20 Unit Usaha Syariah (UUS) dengan jumlah kantor yang telah beroperasi sebanyak 2.445 kantor yang tersebar di hampir seluruh wilayah Indonesia.

Minat Menabung

Minat merupakan suatu pemilihan terhadap sesuatu yang dapat mempengaruhi sikap seseorang (Silalahi & Sultami, 2020). Minat konsumen sering disebut sebagai minat dalam pilihan, mengacu pada seberapa besar kemungkinan konsumen untuk membeli suatu produk atau beralih dari suatu produk ke produk lainnya (Tulwaidah et al., 2023). Menabung merupakan kegiatan menyisihkan harta yang dimiliki untuk masa depan yang lebih baik (Maharani et al., 2021).

Menurut Muhammad Syafi'i Antonio (2009:153) menabung merupakan tindakan yang dianjurkan dalam islam untuk mempersiapkan diri melaksanakan perencanaan dimasa yang akan datang untuk menghadapi hal-hal yang tidak diinginkan. Jadi dapat diartikan bahwa minat menabung merupakan adanya ketertarikan yang mendorong individu untuk melakukan perencanaan keuangannya untuk masa depan guna menjaga kehidupan perekonomiannya. Minat menabung masyarakat pada bank syariah dipengaruhi oleh beberapa faktor. Seperti yang dijelaskan sebelumnya diketahui bahwa beberapa faktor yang diduga menjadi penyebab rendahnya minat masyarakat menabung di bank syariah antara lain tingkat literasi keuangan syariah masyarakat yang masih terbilang rendah (Purnomo et al., 2021). Faktor lain yang dapat mempengaruhi kurangnya minat menabung di bank syariah yaitu kurangnya promosi yang dilakukan oleh pihak bank syariah. Seperti penelitian yang dilakukan oleh Silalahi & Sultami (2020) juga menyebutkan bahwa faktor yang mempengaruhi kurangnya minat menabung di bank syariah juga dikarenakan oleh faktor promosi. Selanjutnya dalam penelitian yang dilakukan oleh Argantara & Annisa (2023) juga menyebutkan bahwa sebelum membuka rekening tabungan para nasabah perlu memahami produk atau akad yang akan mereka gunakan dalam melakukan transaksi pada bank syariah. Selain itu dalam penelitian yang dilakukan oleh Emila (2022) juga menemukan bahwa salah satu faktor yang dapat mempengaruhi minat seseorang untuk menabung adalah meningkatnya keamanan yang diberikan oleh pihak bank syariah. Begitupun sebaliknya rendahnya tingkat keamanan juga dapat menyebabkan rendahnya minat masyarakat untuk menabung dibank syariah.

2. METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif, dimana peneliti berusaha memunculkan penjelasan umum tentang pandangan sejumlah partisipan dengan pengalaman dari partisipan tersebut. Penelitian ini dilakukan selama 2 (dua) bulan yaitu bulan Mei sampai bulan Juni 2023. Penelitian dilakukan dengan cara menggali informasi tentang alasan mendasar yang mempengaruhi kurangnya minat menabung di bank syariah. Data dikumpulkan dengan teknik wawancara mendalam semi terstruktur. Peneliti melakukan wawancara dengan cara merekam audio dan menulis jawaban singkat yang kemudian transkrip wawancara tersebut dianalisis dan diinterpretasikan oleh peneliti kedalam sub bahasan temuan-temuan yang ada. Teknik triangulasi juga dilakukan peneliti untuk memastikan validitas data.

Pengambilan sampel dilakukan secara *random sampling*, sehingga di dapat partisipan dalam penelitian ini berjumlah 9 (sembilan) orang yang merupakan warga Kabupaten Pematang Jaya yang memenuhi kriteria tidak memiliki rekening di bank syariah dan belum pernah bertransaksi di bank Syariah baik dari segi tabungan maupun transaksi lainnya, namun sering menabung dan bertransaksi di bank konvensional. Data pekerjaan juga bisa dijadikan pertimbangan dalam pemilihan partisipan karena diharapkan dapat menyampaikan pengalamannya yang berbeda-beda dari masing-masing partisipan. Identitas nama informan yang terlibat dalam penelitian ini menggunakan nama singkatan untuk menjaga privasi demi kenyamanan dalam menyampaikan informasi.

Tabel 3. Data Informan

No.	Inisial Informan	Jenis Kelamin	Usia	Pekerjaan
1	RM	P	23 Th	Karyawan Swasta
2	SB	L	31 Th	Peternak
3	DS	L	38 Th	Petani
4	JF	P	19 Th	Mahasiswa
5	KAS	P	21 Th	Karyawan Swasta
6	RNY	P	36 Th	PNS
7	KK	P	26 Th	Guru
8	ITI	P	39 Th	Pedagang
9	SD	L	51 Th	Peternak

Sumber : Data diolah, 2023

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1. Hasil Penelitian

Peneliti melakukan wawancara kepada partisipan diawali dengan pertanyaan mendasar terkait “apa yang anda ketahui tentang bank syariah?” Untuk pertanyaan tersebut sebanyak 9 (sembilan) orang sepakat bahwa bank syariah adalah bank yang melakukan transaksi sesuai dengan prinsip syariah. Kemudian dilanjutkan dengan pertanyaan “apa perbedaan bank syariah dengan bank konvensional ?” perbedaan yang paling mendasar antara bank syariah dan bank konvensional yaitu dasar hukum yang digunakan. Seperti yang diungkapkan oleh KK berikut ini :

“Yang saya tahu perbankan ada bank konvensional dan bank syariah, perbedaan yang sangat menonjol diantara kedua bank tersebut yaitu dasar hukum yang digunakan. Kalo bank konvensional menggunakan dasar hukum yang ada di Indonesia, sedangkan kalo bank syariah tidak hanya menggunakan dasar hukum yang berlaku saja, tetapi berdasarkan prinsip syariah juga..” (KK)

Pendapat lain juga disampaikan oleh RNY dan RM yang menyampaikan bahwa perbedaan bank konvensional dan bank syariah adalah berdasarkan pada akadnya. Namun sebenarnya sama aja, hanya bahasanya yang berbeda. Berikut pernyataan yang disampaikan oleh RNY dan RM :

“Perbedaan bank syariah dan bank konvensional itu Kalo bank syariah pada saat awal transaksi ada akadnya..” (RNY)

“Setau saya kalo bank konvensional menggunakan presentase untuk pembagian keuntungan maupun kerugiannya. Sedangkan kalo bank syariah menggunakan sistem bagi hasil. Sebenarnya sama saja, hanya menggunakan bahasa yang berbeda.” (RM)

Berbeda dengan informan diatas, 3 (tiga) informan berikut menyatakan tidak mengetahui apa itu bank syariah. Pernyataannya sebagai berikut :

“saya tidak tahu apa itu bank syariah. Saya tahunya bank xxx, Lalu apa bedanya dengan bank-bank pada umumnya..” (ITI)

“Saya tidak tahu bank syariah. Dan belum pernah mendengar bank syariah di Kabupaten Pematang Jaya, kalau nabung di Bank ya biasanya di Bank XXX yang dekat..” (SD)

“Bank syariah itu bank apa? Terus apa bedanya dengan bank pada umumnya?..” (DS)

Setelah melakukan wawancara dengan memberikan pertanyaan mendasar tentang bank syariah kemudian penulis melakukan wawancara mendalam kepada informan. Namun dari 9 (sembilan) partisipan hanya 6 (enam) informan yang bisa dilanjutkan untuk dilakukan wawancara mendalam. Hal tersebut dikarenakan 3 (tiga) informan tidak mengetahui sama sekali mengenai bank syariah. Dan itu dapat mempersulit untuk membandingkan antara bank konvensional dan bank syariah. Wawancara mendalam kepada 6 (enam) informan dilakukan dengan mengajukan pertanyaan yang mengarah kepada alasan mengapa informan lebih memilih menabung di bank konvensional daripada bank syariah.

a. Keuntungan yang didapatkan

Dalam penelitian ini yang menjadi fokus adalah keuntungan yang akan didapatkan menjadi pertimbangan informan dalam memilih bank mana yang akan dipilih untuk menyisihkan sebagian dananya untuk ditabungkan. Karna persepsi masyarakat mengenai tingkat keuntungan bank syariah yang lebih rendah daripada bank konvensional. Hal ini dapat mengurangi minat masyarakat untuk menabung di bank syariah, sehingga mereka lebih memilih untuk menabung di bank konvensional yang memberikan keuntungan yang lebih tinggi. Seperti pernyataan informan dibawah ini :

“Menabung di bank syariah itu keuntungannya lebih kecil. Kita nabung kan untuk masa depan dan lebih memilih bank yang memberikan keuntungan yang lebih besar..” (KAS)

Hal serupa juga diungkapkan oleh informan lain sebagai berikut :

“Kalo nabung di bank syariah kan gak ada bunganya, sedangkan kalo nabung di bank konven kan kita dapat bunga..” (SB)

Dari pernyataan diatas, dapat dilihat bahwa sistem bagi hasil yang diterapkan oleh bank syariah belum sepenuhnya dapat diterima oleh masyarakat. Karna sebagian masyarakat menganggap bahwa keuntungan yang dimaksud adalah besarnya bunga yang didapatkan.

b. Gaji lewat bank konvensional

Banyaknya perusahaan yang menggunakan bank konvensional daripada bank syariah sebagai sarana pembayaran gajinya. Hal tersebut secara

tidak langsung dapat mempengaruhi individu dalam memilih bank mana yang akan dipilih untuk menyisihkan sebagian dananya. Hal ini juga diutarakan oleh informan yang bekerja sebagai karyawan swasta, dikarenakan gaji mereka yang sudah melalui bank konvensional. Sehingga menabung di bank konvensional menurutnya lebih praktis daripada harus ke bank syariah. Berikut pernyataan dari informan :

“gaji ditempat saya bekerja lewat bank xxx daripada harus buka rekening baru lagi untuk menabung ya mending sekalian nabung di bank xxx..” (KK)

“Dari dulu saya nabungnya di bank xxx, karna gaji saya juga lewatnya bank xxx jadi biar gak repot juga sekalian nabung di bank xxx..” (RNY)

Berdasarkan pernyataan yang disampaikan oleh informan, dapat dilihat bahwa masih jarang perusahaan yang memilih bank syariah sebagai perantara pembayaran gaji karyawan. Hal itu dapat menyebabkan kurang menariknya bank syariah dalam pandangan masyarakat.

c. Kurangnya strategi pemasaran

Bank Syariah kurang antusias dalam melakukan strategi pemasaran. Seperti memberikan promosi dan sosialisasi kepada masyarakat. Sehingga selama ini yang masyarakat tahu hanya bank konvensional saja. dikarenakan bank konvensional lebih sering mempromosikan produk mereka kepada masyarakat dan menjadikan bank konvensional lebih dikenal oleh masyarakat.

Kurangnya strategi pemasaran dapat menjadi faktor yang mempengaruhi kurangnya minat masyarakat terhadap bank syariah. Seperti pernyataan informan berikut :

“Bank syariah kurang memperkenalkan produknya ke masyarakat, sehingga masyarakat awam seperti saya pun tidak tau jenis-jenis tabungan apa yang ada di bank syariah..” (SB)

“Kirain saya tabungan di bank syariah khusus yang buat naik haji saja..” (RM)

Pernyataan serupa juga diungkapkan oleh informan lain yang tidak mengetahui jenis tabungan yang ada di bank syariah :

“Saya tidak tahu keuntungan yang didapatkan jika menabung di bank syariah. Saya hanya tau di bank syariah ada tabungan Mudharabah dengan tabungan Wadiah. Mungkin akan tau jika saya bertanya dan datang langsung ke banknya, tapi kan malu juga misalkan sudah bertanya tetapi tidak jadi menabung disana..” (KK)

Berdasarkan pemaparan diatas kurangnya strategi pemasaran menjadi salah satu faktor yang dapat mempengaruhi kurang minatnya menabung di bank syariah. Dikarenakan promosi yang kurang memadai, serta tidak mengkomunikasikan manfaat dan kelebihan produk bank syariah. Promosi yang dijalankan bank syariah masih kurang menarik karena kurangnya sosialisasi yang dilakukan bank syariah sehingga bank syariah tertinggal terhadap bank konvensional. Sehingga masyarakat tidak tertarik untuk mempelajari lebih lanjut dan lebih memilih bank konvensional yang lebih familiar.

d. Pemahaman Syariah

Pemahaman syariah yang dimaksud adalah pemahaman tentang prinsip-prinsip syariah dan aturan dalam agama islam yang mengatur berbagai aspek kehidupan, termasuk dalam hal bermuamalah.

“Saya tidak tahu dengan istilah yang digunakan. Karna saya baru mendengar istilahnya seperti tabungan mudharabah dan tabungan wadiah itu tabungan apa..” (RM)

Hal serupa juga diungkapkan oleh informan lain :

“Saya tidak tahu akad dalam bank syariah, apalagi istilah-istilah yang digunakan dalam bank syariah, saya tidak paham..” (KAS)

Nama-nama produk yang digunakan dalam bank syariah menggunakan istilah bahasa arab yang masih awam di telinga sebagian masyarakat Indonesia. Hal tersebut juga bisa dikarenakan pemahaman syariah masyarakat yang masih rendah.

e. Pengaruh budaya dan kebiasaan

Budaya memiliki peran penting dalam membentuk kepercayaan masyarakat terhadap bank syariah. Jika masyarakat tumbuh dalam budaya yang mendukung dan menghargai prinsip-prinsip syariah, mungkin mereka akan lebih memiliki minat yang lebih tinggi untuk menabung

di bank syariah. Seperti pernyataan informan berikut :

“semua keluarga saya nabungnya di bank xxx, bahkan hampir semua teman-teman saya nabungnya pada di bank konvensional, jarang dan mungkin tidak ada yang nabung di bank syariah..” (KK)

“dari dulu sepertinya orang-orang lebih sering menabung di bank konven, daripada bank syariah. Jadi saya pun ya ikut orang-orang..” (RM)

Dari pernyataan informan diatas, dapat dilihat bahwa budaya atau kebiasaan suatu individu sangat mempengaruhi dalam pembentukan perilaku masyarakat yang mengakibatkan kurangnya minat untuk menabung di bank syariah.

f. Kemudahan

Cabang bank syariah yang belum sebanyak bank konvensional yang umumnya memiliki jaringan cabang yang lebih luas. Banyaknya cabang dalam suatu bank dapat mempermudah masyarakat untuk mengakses layanan perbankan. Berikut pernyataan yang disampaikan oleh informan :

“kalo saya lebih memilih bank konven dikarenakan bank konven mudah dijangkau, mau ambil uang pun atmnya sudah ada dimana-mana..” (RNY)

Pernyataan lain yang mendukung bahwa bank konvensional lebih mudah juga disampaikan oleh informan berikut ini :

“Masih jarang orang yang menggunakan bank syariah, apalagi seperti saya yang suka belanja online pembayarannya via transfer kebanyakan pakainya bank konvensional. Karna kalo beda bank kan ada biaya adminnya, jadi untuk tabungan dan transaksi lainnya saya masih menggunakan bank konven..” (JF)

Berdasarkan pernyataan informan diatas dapat disimpulkan bahwa faktor kemudahan sangat mempengaruhi minat masyarakat terhadap bank syariah. Dimana masyarakat sekarang lebih menyukai sesuatu yang praktis dan terjangkau.

g. Penutupan Bank Syariah

Persaingan yang ketat dengan bank konvensional tentu dapat menyebabkan beberapa

bank syariah mengalami kesulitan untuk bertahan. Jika bank syariah tidak mampu bersaing dengan baik hal ini dapat menyebabkan penutupan atau penggabungan dengan bank lain. Jika hal tersebut terjadi maka akan mengurangi rasa minat masyarakat kepada bank syariah. Berikut pernyataan informan :

“Bank syariah kurang meyakinkan untuk masa depan, karna bank syariah xxx juga ditutup..” (RNY)

Pernyataan mengenai ketidakjelasan masa depan bank syariah juga diungkapkan oleh informan berikut :

“Menabung di bank konvensional saja yang sudah jelas masa depannya. Kalo nabung di bank syariah takut nanti tiba-tiba banknya tutup..” (KAS)

Dari pendapat yang telah diberikan oleh informan dapat dilihat bahwa masa depan bank syariah yang naik turun membuat masyarakat ragu untuk menyisihkan sebagian uangnya di bank syariah.

h. Meragukan mengenai kepatuhan syariah

Ketidakpastian mengenai kepatuhan syariah dari bank syariah juga dapat menjadi faktor penghambat minat masyarakat untuk menabung di bank syariah. Masyarakat meragukan apakah bank syariah benar-benar menjalankan operasionalnya sesuai dengan prinsip-prinsip syariah. Seperti yang diungkapkan oleh informan berikut :

“Apakah bank syariah sudah menerapkan prinsip syariah dengan benar? Lalu darimana penghasilan yang mereka dapatkan jika hanya mengandalkan dari keuntungan bagi hasil ? apakah semua itu dapat mencukupi untuk menjalankan operasional bank syariah ? ..”(SB)

Dari pernyataan informan diatas dapat disimpulkan bahwa penggunaan *brand* syariah tidak dapat meyakinkan masyarakat terhadap kepatuhan syariah yang dijalankan oleh perbankan syariah, dikarenakan perbankan syariah tidak lain juga merupakan industri keuangan yang mencari keuntungan.

i. Kurangnya keamanan

Keamanan merupakan hal yang paling penting dalam mempercayakan amanah kepada pihak lain. Keamanan dalam bertransaksi

merupakan hal yang sangat penting demi menjaga transaksi agar tetap aman dan terhindar dari hal-hal yang tidak diinginkan. Karena jika keamanan sudah tidak ada dalam suatu lembaga keuangan maka akan menimbulkan rasa takut dan ketidakpercayaan masyarakat kepada lembaga keuangan tersebut. Seperti yang telah dinyatakan informan berikut :

“saya takut kalo nabung di bank syariah, kemarin aja habis gangguan layanan berhari-hari. Aktivitas masyarakat banyak yang terganggu. Jadi saya lebih prefer ke bank konvensional saja..” (JF)

“Bank syariah menurut saya kurang aman, kemarin saja habis kena hacker katanya, banyak yang dirugikan dalam hal tersebut pastinya...” (RNY)

Nasabah mengharapkan bank dapat memberikan keamanan dan perlindungan terhadap dana mereka. Setelah serangan *cyber* yang melanda salah satu bank syariah di Indonesia semakin meningkatkan kekhawatiran masyarakat untuk menabung di bank syariah

3.2. Pembahasan

Berdasarkan hasil yang telah didapatkan, terdapat beberapa faktor yang menyebabkan kurangnya minat menabung di bank syariah antara lain adalah keuntungan yang didapatkan, gaji mayoritas masyarakat yang belum menggunakan bank syariah dalam hal ini bank syariah juga harus mendekatkan diri dengan perusahaan-perusahaan guna mendapatkan kerjasama yang baik. Kurangnya strategi pemasaran dalam hal ini promosi, hal ini sejalan dengan penelitian yang telah dilakukan oleh Nengsih et al., (2021) yang menyatakan bahwa promosi berpengaruh terhadap minat menabung di bank syariah. Promosi sangat berpengaruh dalam menarik perhatian masyarakat. Dalam mempromosikan suatu barang hendaknya mempertimbangkan faktor apa saja yang dapat mempengaruhi nasabah untuk menabung di bank syariah. Faktor selanjutnya yang mempengaruhi kurangnya minat menabung di bank syariah yaitu kurangnya literasi syariah atau pemahaman syariah. Istilah yang digunakan dalam bank syariah untuk produknya masih menggunakan istilah arab yang masih awam di telinga masyarakat. Pengaruh budaya dan kebiasaan juga menyebabkan kurangnya minat

menabung di bank syariah. Masyarakat sudah terbiasa menabung di bank konvensional sehingga sulit untuk berpindah ke bank syariah. Faktor kemudahan juga dapat berpengaruh terhadap minat menabung di suatu bank. Masih sedikitnya bank syariah dibandingkan dengan bank konvensional membuat masyarakat ragu untuk berpindah ke bank syariah. Faktor kemudahan dalam hal ini yaitu masih minimnya jumlah ATM syariah yang dapat ditemukan masyarakat. Banyaknya pedagang yang menggunakan bank konvensional dalam transaksi jual beli dan lain sebagainya. Temuan selanjutnya yang menyebabkan kurangnya minat menabung di bank syariah yaitu penutupan bank syariah. Terdapat bank syariah yang merger membuat masyarakat ragu untuk menabung di bank syariah. Keraguan tersebut lebih ke khawatir masa depan tabungannya.

Keraguan kepatuhan syariah juga dapat mempengaruhi kurangnya minat menabung di bank syariah. Masyarakat masih ragu tentang kepatuhan syariah yang dijalankan oleh bank syariah. apakah bank syariah benar-benar menjalankan prinsip syariah sesuai dengan standar yang berlaku pada DSN-MUI. Kurangnya keamanan pada bank syariah juga meningkatkan kekhawatiran masyarakat untuk menabung di bank syariah. Apalagi kejadian yang pernah menimpa bank syariah terkait dengan serangan cyber. Tidak sedikit yang terkena imbas dari serangan cyber tersebut.

4. KESIMPULAN

Bank syariah merupakan bank yang kegiatan operasionalnya berdasarkan dengan prinsip syariah. Di Indonesia bank syariah berdiri sejak 1991. Dengan jumlah penduduk umat muslim 86,7 persen tidak menjamin bahwa *market share* perbankan di Indonesia akan tinggi. Meski setiap tahunnya *market share* perbankan syariah selalu naik, tetapi masih belum sebanding dengan banyaknya umat muslim di Indonesia. Mereka justru lebih banyak yang menggunakan bank konvensional sebagai alat penyimpanan dananya. Dikarenakan bank konvensional lebih meyakinkan masa depannya. Selanjutnya alasan kurangnya minat masyarakat untuk menabung di bank syariah juga dikarenakan keuntungan yang akan didapatkan. Masyarakat menabung untuk masa depan sehingga pasti akan lebih memilih bank yang memberikan imbal hasil yang lebih tinggi. Sehingga bank syariah harus memberikan keuntungan yang lebih kompetitif.

Selanjutnya kurangnya pemahaman agama dari masyarakat juga dapat membatasi minat menabung di bank syariah. Pemahaman masyarakat dalam muamalah juga perlu ditingkatkan, karna mindset masyarakat tentang ajaran islam hanya berfokus pada ibadah saja.

Berdasarkan pemaparan diatas penulis hendak memberikan saran kepada bank syariah untuk lebih mengedukasi masyarakat dan memberikan informasi terkait produk bank syariah serta keuntungan yang didapatkan jika menabung di bank syariah dengan cara bersosialisasi ke masyarakat untuk meningkatkan kepercayaan masyarakat sehingga masyarakat lebih mengenal bank syariah lebih baik lagi. Kurangnya strategi pemasaran yang efektif juga dapat mengakibatkan kurang menariknya bank syariah bagi masyarakat dan lebih memilih bank konvensional yang lebih familiar. Karna bank syariah tidak mengkomunikasikan manfaat dan kelebihan produk mereka dengan baik. Selanjutnya terkait keterbatasan dalam penelitian ini adalah jumlah informan yang sedikit dan hanya terbatas di wilayah kabupaten Pemalang sehingga jawaban yang ditemukan belum bisa mewakili dari masyarakat pada umumnya. Penelitian selanjutnya diharapkan untuk bisa dilakukan dengan metode kuantitatif untuk menguji jawaban-jawaban dari informan.

5. REFERENSI

- Antonio, Muhammad Syafi'i. 2009. *Dasar-dasar Bank Syariah*. Tangerang: Pustaka Alvabet.
- Agus Setyawan, A., Susila, I., & Wahyuddin, M. (2020). Product Attributes and Islamic Value; a Model for Marketing Communication Strategy in Islamic Banking. *Humanities & Social Sciences Reviews*, 8(2), 523–532. <https://doi.org/10.18510/hssr.2020.8260>
- Ali, R. (2015). Analisis Deskriptif Perkembangan Perbankan Syariah Di ASIA TENGGARA. *The Journal of Tauhidinomics*, 1(2), 105–123. https://www.researchgate.net/profile/Ali-Rama/publication/309634383_ANALISIS_DESKRIPTIF_PERKEMBANGAN_PERBANKAN_SYARIAH_DI_ASIA_TENGGARA/links/581ad3a808ae30a2c01cbe25/ANALISIS-DESKRIPTIF-PERKEMBANGAN-PERBANKAN-SYARIAH-DI-ASIA-TENGGARA.pdf
- Argantara, Z. R., & Annisa, N. (2023). *ANALISIS FAKTOR-FAKTOR MINAT NASABAH DALAM MENABUNG (Studi Kasus BPRS Bhakti Sumekar KCP Pragaan)*. 4, 255–266.

- Bella, S., Faizal, M., & Fadilla, F. (2023). Pengaruh Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah Indonesia (BSI) KC Palembang Demang. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Perbankan Syariah (JIMPA)*, 3(1), 125–144. <https://doi.org/10.36908/jimpa.v3i1.157>
- Choiriyah, C., Saprida, S., & Sari, E. (2021). Development of Sharia Banking System In Indonesia. *Mizan: Journal of Islamic Law*, 5(1), 17. <https://doi.org/10.32507/mizan.v5i1.923>
- Emila, S. (2022). Keamanan Terhadap Minat Nasabah Untuk Menabung Di Bank Syariah Islam (Bsi) Cabang Lahat. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 7(No 1 Juni), 16–24.
- Gerrard, P., & Barton Cunningham, J. (1997). Islamic banking: A study in Singapore. *International Journal of Bank Marketing*, 15(6), 204–216. <https://doi.org/10.1108/02652329710184433>
- Halnira, A., & Susianto. (2019). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kurangnya Minat Masyarakat Kecamatan Medan Belawan Menabung Pada Bank Syariah. *Jurnal FEBI, Vol 1 No.*, 511–522.
- Juhandi, N., Rahardjo, B., Tantriningsih, H. A., & Fahlevi, M. (2019). The growth of Sharia Banking in Asia. *Journal of Research in Business, Economics and Management*, 12(2), 2341–2347.
- Karim, A. a, & Affif, A. Z. (2006). Islamic Banking Consumer Behaviour in Indonesia : A Qualitative Approach. *7th International Conference on Islamic Economics.*, 1–19.
- Maharani, R., Supriyanto, T., & Rahmi, M. (2021). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Menabung di Bank Syariah (Studi Kasus pada BSI ex BSM). *Jurnal Syarikah*, 7(2), 127–136. www.bankbsi.co.id
- Maretha, E. V., Latifah, F. N., & Masruchin, M. (2022). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kurangnya Minat Mahasiswa Sidoarjo Menjadi Nasabah Bank Syariah. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 8(1), 205. <https://doi.org/10.29040/jiei.v8i1.4579>
- Mariyanti, M., Septiani, T., & Dolan, N. (2023). Factor Affecting Employee Motivation to Increase Performance of Sharia Bank in Indonesia on Islamic Perspective. *Jalan Kyai Tapa No. 1 Grogol, Jakarta Barat*, 7(2), 131–142. <https://doi.org/10.33050/atm.v7i2.1860>
- Murniati, W., Juliasari, D., & Hanifah, N. (2020). Determinants of Interest in Saving for Students in Islamic Banking. *Assets : Jurnal Ilmiah Ilmu Akuntansi, Keuangan Dan Pajak*, 4(2), 89–100. <https://doi.org/10.30741/assets.v4i2.548>
- Nengsih, T. A., Arsa, A., & Putri, P. S. (2021). Determinan minat menabung masyarakat di Bank Syariah : Studi empiris di kota Jambi. *Journal of Business and Banking*, 11(1), 93–111. <https://doi.org/10.14414/jbb.v11i1.2599>
- Nofinawati. (2015). PERKEMBANGAN PERBANKAN SYARIAH DI INDONESIA Nofinawati. *Juris*, 14, 171.
- Prastiwi, I. E., & Zuhdi, M. N. (2022). Analysis of Factors Affecting Interest in Saving in Islamic Bank: Knowledge, Social Environment and Psychological Factors. *International Journal of Economics, Business and Accounting Research (IJEBAR)*, 6(2), 770. <https://doi.org/10.29040/ijebar.v6i2.4777>
- Purnomo, S. D., Cahyo, H., & Mukharomah, S. A. (2021). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Menabung di Bank Syariah pada Masyarakat Kabupaten Banyumas. *J-MAS (Jurnal Manajemen Dan Sains)*, 6(2), 343. <https://doi.org/10.33087/jmas.v6i2.273>
- Sari, M. dwi, Bahari, Z., & Hamat, Z. (2016). Perkembangan Perbankan Syariah Di Indonesia. *JURIS (Jurnal Ilmiah Syariah)*, 14(2), 168. <https://doi.org/10.31958/juris.v14i2.305>
- Silalahi, cita ayni putri, & Sultami, dalmi iskandar. (2020). Analisis Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Kurangnya Minat Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Muslim Nusantara (Umn) Al Washliyah Menabung Di Bank Syariah. *Prosiding Seminar Nasional Hasil Penelitian*, 3, 1. <https://www.e-prosiding.umnaw.ac.id/index.php/penelitian/article/view/525>
- Suhendro, D. (2018). Tinjauan Perkembangan dan Pertumbuhan Perbankan Syariah di Indonesia. *Human Falah*. https://www.academia.edu/download/58284367/1736-7969-1-PB_human_falah_by_dedi_shu.pdf
- Syaifullah, H. (2016). *FAKTOR-FAKTOR INTERNAL SISTEM PEMASARAN BANK SYARIAH TERHADAP PENINGKATAN PRODUK DEPOSITO (STUDI KASUS DI PT . BANK MUAMALAT TESIS*.
- Tulwaidah, R., Mubyarto, N., & Ismail, M. (2023). Pengaruh literasi keuangan terhadap minat menabung Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam UIN STS Jambi Di BANK Syariah. *Jurma : Jurnal Riset Manajemen*, 1(1), 158–171.
- Utamy, O. D. B., & Widhiastuti, R. (2020). The effect of Sharia bank knowledge, promotion, and facilities on savings decisions at Sharia banks with savings interest as mediation variables. *Journal of Islamic Economics, Management, and Business (JIEMB)*, 1(1), 1–28. <https://doi.org/10.21580/jiemb.2019.1.1.3986>
- Zaini, F., Bin Shuib, D. M. S., & bin Ahmad, D. M. (2019). the Prospect of Sharia Banking in Indonesia (Opportunities, Challenges and Solutions). *International Journal of Business Management and Economic Review*, 02(04), 01–14. <https://doi.org/10.35409/ijbmer.2019.2401>
- Zamroni, M. (2018). Peran DSN-MUI Dalam Kegiatan Perbankan Syariah. *Tasyri'*, 25(1), 45–56. <http://ejournal.kopertais4.or.id/pantura/index.php/tasyri/article/view/3560>