

PREFERENSI MASYARAKAT PEDESAAN TERHADAP PRODUK KEUANGAN SYARIAH

¹Suhairiyah, ²Aang Kunaifi, ³Abdul Kadir

Program Studi Ekonomi Syariah, Institut Agama Islam Al-Khairat Pamekasan

¹esy@alkhairat.ac.id, ²angkunaifi@alkhairat.ac.id, ³ebis@alkhairat.ac.id

Abstract: The Islamic finance industry has penetrated rural areas. Through the development of sharia cooperatives, previously known as *baitul maal wa at-tamwi* (BMT), rural communities can enjoy sharia-based financial services and products. This article is written to describe how the preferences of rural communities towards Islamic financial products and what factors determine the strength of people's preferences for Islamic financial products. To explore and describe this, the research was structured using a qualitative approach through observing the reality of activities in several BMTs as well as through in-depth interviews with people who are members of BMTs and conduct transactions with BMTs in various contracts. The findings in this study indicate that the preference level of rural communities towards Islamic financial products is very low, reaching only 30 percent. The factor for the low preference is mostly due to their lack of knowledge about the Islamic finance industry, so the assumption arises that there is no difference between Islamic financial products and conventional financial products. Based on the above findings, the implications of this research are expected to have an impact on a more massive literacy and inclusion program for Islamic financial products by all stakeholders, including banks, sharia cooperatives, educational institutions, and academics.

Keywords: preferences, rural communities, Islamic financial products, literacy, inclusion.

Abstrak: Industri keuangan syariah telah merambah wilayah pedesaan. Melalui perkembangan koperasi syariah yang sebelumnya dikenal dengan *baitul maal wa at-tamwi* (BMT) masyarakat pedesaan bisa menikmati layanan dan produk keuangan berbasis syariah. Artikel ini ditulis untuk mendeskripsikan bagaimana preferensi masyarakat pedesaan terhadap produk keuangan syariah dan faktor-faktor apa saja yang menentukan kekuatan preferensi masyarakat terhadap produk keuangan syariah. Untuk mengeksplorasi dan mendeskripsikan hal tersebut penelitian disusun dengan pendekatan kualitatif melalui pengamatan terhadap realita aktivitas di beberapa BMT serta melalui wawancara mendalam terhadap masyarakat yang merupakan anggota BMT dan melakukan transaksi dengan BMT dalam beragam akad. Temuan dalam penelitian ini menunjukkan bahwa tingkat preferensi masyarakat pedesaan terhadap produk keuangan syariah masing sangat rendah yaitu hanya mencapai angka 30 persen. Adapun factor rendahnya preferensi tersebut mayoritas disebabkan oleh minimnya

pengetahuan mereka terhadap industry keuangan syariah, sehingga muncul asumsi bahwa tidak ada perbedaan antara produk keuangan syariah dan produk keuangan konvensional. Berdasarkan temuan di atas, maka implikasi penelitian ini diharapkan berdampak pada lebih masifnya program literasi dan inklusi produk keuangan syariah oleh seluruh stake holder, baik perbankan, koperasi syariah, lembaga pendidikan, serta para akademisi.

Kata Kunci: preferensi, masyarakat pedesaan, produk keuangan syariah, literasi, inklusi.

PENDAHULUAN

Menyikapi fenomena sekarang ini tentu sangat baik rasanya bagi masyarakat yang notabennya beragama islam lebih mengenal dan memahami produk keuangan syariah terutama produk perbankan karena di antara produk keuangan yang lain di Indonesia, perbankan syariah salah satu industri yang sudah lama, akan tetapi masih banyak masyarakat yang bingung dengan istilah-istilah produk yang ditawarkan.

Itulah sebabnya sempat ada wacana untuk membahasa Indonesikan istilah tersebut agar lebih mudah dimengerti banyak hal yang sangat membedakan antara produk perbankan konvensional dengan produk perbankan syariah.¹ akan tetapi salah satu yang paling terlihat adalah tidak adanya pembayaran bunga, dikarenakan bunga adalah riba, dan riba adalah haram kalau di perbankan konvensional dikenal dengan produk tabungan, giro dan depositonya, di mana pada ketiga produk tersebut bank 'janji' akan membayar sejumlah bunga yang sudah diperjanjikan di muka sementara di perbankan syariah dikenal produk perbankan yang sama, hanya saja nasabah tidak menerima pembayaran bunga dalam perbankan syariah dikenal dengan skema atau kontrak atau disebut juga dengan akad nasabah bisa memilih dari dua skema penyimpanan uang, yaitu Wadiah (titipan) ataupun Mudharabah (investasi), yang akan kita bahas di bawah ini.

Hal serupa juga terjadi di masyarakat pedesaan tentang pengetahuan mereka terhadap produk-produk perbankan syariah, secara fungsional mereka kurang memahami tentang apa dan bagaimana perbankan syariah dan itu semua disebabkan karena rendahnya tingkat pendidikan masyarakat pedesaan dan juga kurangnya sosialisasi yang objektif maupun yang subjektif dari lembaga keuangan syariah terhadap masyarakat pedesaan khususnya di desa penulis sendiri yaitu desa ponjanan barat kecamatan batu marmar kabupaten pamekasan. Karena memang pola hidup yang mereka jalani hanya sebatas

¹ "Istilah-Istilah Keuangan Syariah Yang Perlu Anda Ketahui | Finansial," *Bisnis.com*, 16 April 2021, <https://finansial.bisnis.com/read/20210416/55/1381997/istilah-istilah-keuangan-syariah-yang-perlu-anda-ketahui>.

menjadi seorang petani ataupun merantau ke luar negeri sehingga untuk mengetahui ataupun bahkan mengenal perbankan syariah sangat minim bagi mereka, disamping juga karena mereka tidak pernah mengenyam bangku pendidikan sehingga masih banyak dari kalangan mereka yang tidak bisa menulis ataupun bahkan membaca.

Di samping itu, perbankan syariah ini sangat sulit mereka jangkau untuk memudahkan para nasabah di pedesaan melakukan transaksi-transaksi secara tunai ataupun non tunai. Sehingga mereka lebih memilih perbankan konvensional dalam melakukan transaksi-transaksi tunai ataupun non tunai, karena secara fasilitas perbankan konvensional lebih mudah di jangkau dan lebih lengkap dari pada perbankan syariah. Padahal kebutuhan mereka terhadap transaksi keuangan juga cukup signifikan. Diharapkan keberadaan lembaga mikro keuangan syariah mampu menjembatani kebutuhan tersebut.² Oleh karena itu dirasa penting dan mendesak untuk mengetahui dengan cara mengeksplorasi dan mendeskripsikan preferensi masyarakat pedesaan terhadap produk keuangan syariah serta apa saja faktor memengaruhi preferensi tersebut.

METODOLOGI

Pendekatan yang digunakan dalam penulisan ini adalah pendekatan secara individual sedangkan desain dalam penelitian ini penulis menggunakan penelitian kualitatif. Penelitian dilakukan dengan mengumpulkan informasi di lapangan, yaitu dengan mengobservasi beberapa aktivitas BMT serta mewawancarai masyarakat yang terlibat di dalam aktivitas tersebut. Selain masyarakat, peneliti juga mewawancarai para pihak manajemen BMT.

Data-data yang dikumpulkan dianalisis secara deskriptif dan cenderung menggunakan analisis terhadap proses dan pemaknaan perspektif subjek lebih ditonjolkan dalam penelitian kualitatif.³ Untuk melakukan validasi, semua data yang diperoleh dikroscek sehingga dipasatkan dan dipilih informasi yang lebih akurat. Hasil tersebut kemudian diinterpretasikan secara deskriptif. Penelitian yang menggunakan metode serupa misalnya mengenai implementasi pemasaran berbasis human spirit pada sebuah bank pembiayaan rakyat syariah.⁴ Juga penelitian mengenai efektifitas program diversifikasi produk pada suatu bisnis

² “Koperasi Syariah Desa Sebagai Sarana Membangun dan Mengembangkan Ekonomi Sektor Agraris di Pedesaan - Ilmu Pengadaan,” 25 Maret 2021, <https://ilmu.lpkn.id/2021/03/25/koperasi-syariah-desa-sebagai-sarana-membangun-dan-mengembangkan-ekonomi-sektor-agraris-di-pedesaan/>.

³ Sugiyono Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, Kedua (Bandung: Alfabeta, 2020).

⁴ Aang Kunaifi, “IMPLEMENTASI STRATEGI PEMASARAN BERBASIS HUMAN SPIRIT DALAM MARKETING 3.0 DI BANK PEMBIAYAAN RAKYAT SYARIAH (BPRS) BHAKTI SUMEKAR KABUPATEN SUMENEP” (masters, UIN Sunan Ampel Surabaya, 2015), <http://digilib.uinsby.ac.id/4472/>.

ritel,⁵ atau mengenai pertumbuhan wisata halal,⁶ serta beberapa penelitian yang memperoleh informasi langsung dari masyarakat. Ada lokasi penelitian ini adalah di Desa Ponjanan Timur Kecamatan Batumarmar Kabupaten Pamekasan, Jawa Timur.

PEMBAHASAN

1. Pengertian Preferensi

Setiap orang memiliki pertimbangan tersendiri ketika hendak membeli suatu barang. Bagi sebagian orang, kualitas barang adalah yang utama, tidak peduli seberapa mahal pun harga barang yang akan dibelinya tersebut. Pilihan-pilihan setiap orang terhadap sebuah produk inilah yang disebut dengan preferensi.⁷ Preferensi dapat disebut pula dengan kata lain “selera”. Selera masing-masing orang tentunya ditentukan oleh banyak hal, mulai dari hobi, kondisi sosial, ekonomi, hingga lingkungan hidupnya. Preferensi yang dimiliki seorang konsumen akan menjadi sangat penting bagi perusahaan.

Preferensi berasal dari Bahasa Inggris *preference* yang berarti “a greater liking for one alternative over another or others” (kesukaan akan sebuah hal dibandingkan dengan hal yang lain). Dalam kamus Bahasa Indonesia kata preferensi jika diejakan menjadi *pre.fe.ren*. (hak didahulukan dan diutamakan daripada yang lain; prioritas; (pilihan; kecenderungan; kesukaan).

Menurut Assael, preferensi konsumen dapat berarti kesukaan, pilihan atau sesuatu hal yang lebih disukai konsumen. Preferensi ini terbentuk dari persepsi konsumen terhadap produk. Assael membatasi kata persepsi sebagai perhatian kepada pesan, yang mengarah ke pemahaman dan ingatan. Persepsi yang sudah mengendap dan melekat dalam pikiran akan menjadi preferensi.

Sementara itu menurut Foster, setiap orang bertingkah laku sesuai dengan preferensi mereka. Maka dari itu, banyak tindakan konsumen yang dapat diramalkan terlebih dahulu. Preferensi konsumen terhadap suatu barang dapat diketahui dengan menentukan atribut-atribut atau faktor-faktor yang melekat pada produk. Atribut-atribut itulah yang pada akhirnya

⁵ Taufik Aris Saputra, Aang Kunaifi, dan Siti Azizah, “DIVERSIFIKASI PRODUK PENDEKATAN ISLAMIC ETHIC DALAM MENINGKATKAN OMSET BISNIS RETAIL,” *CENDEKLA: Jurnal Studi Keislaman* 7, no. 1 (9 Juli 2021): 1–16.

⁶ Aang Kunaifi, Taufik Hidayat, dan Fadali Rahman, “Growth of Halal Tourism in Pamekasan: Is It Influenced by Majelis Ulama?,” *International Journal of Emerging Issues in Islamic Studies* 1, no. 1 (30 Juli 2021): 27–35.

⁷ “Pengaruh Komitmen Beragama, Pengetahuan Agama, Dan Orientasi Agama Terhadap Preferensi Masyarakat Pada Bank Syariah Di Surabaya | Anam | Jurnal Studi Manajemen dan Bisnis,” diakses 10 Agustus 2021, <https://journal.trunojoyo.ac.id/jsmb/article/view/2572>.

dapat mempengaruhi seseorang sebagai pertimbangan untuk memilih suatu barang.⁸

Mowen pun memiliki pandangan tersendiri mengenai preferensi. Menurut Mowen, preferensi dapat berubah dan dapat dipelajari sejak kecil. Preferensi terhadap produk bersifat plastis, terutama pada orang-orang yang masih berusia muda dan kemudian akan menjadi permanen bila seseorang telah memiliki gaya hidup yang lebih kuat.

Preferensi konsumen muncul dalam tahap evaluasi alternatif dalam proses keputusan pembelian, di mana dalam tahap tersebut konsumen dihadapkan dengan berbagai macam pilihan produk maupun jasa dengan berbagai macam atribut yang berbeda-beda. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa preferensi adalah suatu pilihan yang diambil dan dipilih konsumen dari berbagai macam pilihan yang tersedia. Di dalam tahap ini dapat dilihat pada saat kapan tahap preferensi tersebut hadir pada konsumen.⁹ Tahapan tersebut adalah kesadaran, pengetahuan, menyukai, memilih, keinginan untuk membeli, membeli (bertransaksi), dan akan berakhir dengan loyal jika terpenuhi kepuasan pelanggan.

2. Produk Keuangan Syariah

Produk keuangan syariah makin beragam. Selain produk wajib pembiayaan dalam menjalankan fungsi intermediasinya dan pengumpulan dana, terhadap banyak produk lainnya. Produk jasa perbankan lainnya yaitu layanan perbankan di mana bank syariah menerima imbalan atas jasa perbankan diluar fungsi utamanya sebagai lembaga intermediasi keuangan.¹⁰

Jenis-jenis produk keuangan syariah sangat variatif bahkan lebih beragam dibandingkan produk keuangan konvensional. Hal ini disebabkan aplikasi produk keuangan syariah dilandasi oleh beberapa skema akad, seperti; akad mudharabah, musyarakah, muzara'ah, musaqah, wadi'ah, ijarah, wakalah, hawalah, rahn, qard, istishna', dan salam. Akad-akad diimplementasikan dalam beragam produk funding maupun lending, baik secara parsial maupun dikombinasikan.¹¹

3. Preferensi Masyarakat Terhadap Produk Keuangan Syariah

Keuangan syariah merupakan bagian dari bank yang kegiatannya mengacu pada hukum islam dan dalam kegiatannya tidak membebankan bunga

⁸ Se Hani, "ANALISIS PREFERENSI MASYARAKAT PESANTREN TERHADAP BANK SYARIAH (Studi Kasus Kecamatan Tampan)," *JURNAL AL-IQTISHAD* 11, no. 1 (12 April 2017): 58–75, <https://doi.org/10.24014/jiq.v11i1.3123>.

⁹ Nia Kurniawati dan Ating Sukma, "PREFERENSI MASYARAKAT KABUPATEN SUKABUMI DALAM PENGAMBILAN KEPUTUSAN MEMBAYAR ZAKAT," *JURNAL SYARIAH: JURNAL EKONOMI ISLAM* 1, no. 2 (2015), <https://doi.org/10.30997/jsei.v1i2.268>.

¹⁰ Ali Hasan, *Marketing Bank Syariah Cara Jitu Meningkatkan Pertumbuhan Pasar Bank Syariah* (Bogor: Ghalia Indonesia, 2010).

¹¹ Andi Soemitra, *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah* (Jakarta: Prenada Media, 2009).

maupun tidak membayar bunga kepada nasabah. Imbalan bank syariah yang diterima maupun yang di bayarkan kepada nasabah tergantung dari akad dan perjanjian yang dilakukan oleh pihak nasabah dan pihak bank. Perjanjian (akad) yang terdapat di perbankan syariah harus tunduk dan patuh pada syarat dan rukun akad sebagaimana yang diatur dalam syariat Islam.

Masyarakat banyak yang tidak memahami perbedaan antara bank syariah dengan bank konvensional. Masyarakat hanya diberi tahu kalau bunga bank konvensional riba tapi tidak mengerti mengapa bunga bank tersebut dikategorikan riba.¹² Istilah-istilah bank syariah seperti mudharabah, muarabah, ijarah, dll pun masih kurang populer di masyarakat. Tidak banyak kursus atau pelatihan yang tersedia mengenai perbankan syariah, selama ini pendidikan bank syariah terbatas pada seminar-seminar singkat saja. Di fakultas ekonomi di universitas terbesar seperti Universitas Indonesia pun, masih belum banyak mata kuliah tentang perbankan syariah. Karena memadukan ilmu syariah dan ilmu ekonomi, banyak ahli di salah satu kedua bidang tersebut kurang memahami bidang lainnya. Sertifikasi pendidikan tenaga kerja di bidang ekonomi syariah juga bukan persyaratan untuk berkerja di bank syariah.

Fakta lain yang menjadi persepsi masyarakat pada bank syariah memberikan sistem bagi hasil yang memberatkan nasabah. Bagi hasil dinilai dari penjualan dan bagian untuk bank syariah terlalu besar.¹³ Kondisi ini akhirnya membuat pengusaha terutama UKM beralih ke bank konvensional yang memberikan kredit berbunga kecil untuk UKM karena beban bunganya dirasa lebih ringan. Banyak juga terdapat kasus, pengusaha pura-pura rugi agar tidak membayar bagi hasil untuk bank syariah. Hal ini semakin mendorong bank syariah untuk memakai sistem bagi hasil dari penjualan.

Bank syariah masih sulit ditemui cabangnya terutama bila bersaing dengan cabang-cabang bank konvensional. Banyak bank konvensional yang satu atap dengan cabang syariahnya. Hal ini membuat ketidakjelasan akan pemisahan dana yang dikelola untuk sistem perbankan syariah dengan yang dikelola oleh sistem perbankan konvensional.

Adapun preferensi masyarakat pedesaan terhadap produk keuangan syariah secara umum 70 persen lebih memilih ke bank konvensional dan

¹² Atina Maskurotin, M. Nizarul Alim, dan Muhammad Syam Kusufi, "ANALISIS POTENSI, PREFERENSI DAN PERILAKU MASYARAKAT TERHADAP BANK SYARIAH DI KABUPATEN PAMEKASAN," *InFestasi* 4, no. 1 (2008): 13–47, <https://doi.org/10.21107/infestasi.v4i1.1166>.

¹³ Ade Sofyan Mulazid, "Analisis Pengaruh Service Quality, Customer Relationship Management dan Keunggulan Produk Tabungan Terhadap Loyalitas Nasabah pada Bank Bri Syariah," *Islamadina: Jurnal Pemikiran Islam* 19, no. 1 (20 Juli 2018): 89–106, <https://doi.org/10.30595/islamadina.v19i1.2352>.

sekitar 30% saja yang memilih perbankan syariah. Karena menurut masyarakat pada dasarnya operasi bank syariah tidak jauh berbeda dengan bank konvensional yaitu sebagai lembaga perantara. menurut mereka bank konvensional jauh lebih mudah untuk di akses dan dapat memudahkan kegiatan mereka untuk bertransaksi tunai ataupun non-tunai. Karena meskipun keseluruhan masyarakat Desa Ponjanan barat sangat kental dengan norma-norma islam namun masih sangat jarang masyarakat memahami butir-butir ajaran islam dengan sangat detail sehingga yang mereka utamakan bukanlah akad-akad ataupun produk-produk islam akan tetapi mereka hanya melihat kemudahan dan kenyamanan bagi mereka ketika bertransaksi.

Pilihan-pilihan setiap orang terhadap sebuah produk inilah yang disebut dengan preferensi. Preferensi dapat disebut pula dengan kata lain selera. Selera masing-masing orang tentunya ditentukan oleh banyak hal, mulai dari hobi, kondisi sosial, ekonomi, hingga lingkungan hidupnya. Preferensi seorang konsumen akan menjadi sangat penting bagi perusahaan. Preferensi konsumen muncul dalam tahap evaluasi alternatif dalam proses keputusan pembelian, dimana dalam tahap tersebut konsumen dihadapkan dengan berbagai macam pilihan produk maupun jasa dengan berbagai macam atribut yang berbeda-beda. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa preferensi adalah suatu pilihan yang diambil dan dipilih konsumen dari berbagai macam pilihan yang tersedia.

Kondisi sosial masyarakat inilah yang dapat memengaruhi hal-hal yang bisa membuat mereka puas dan nyaman terhadap pilihan-pilihan barang yang akan mereka gunakan termasuk pilihan mereka untuk menjadi nasabah pada bank-bank yang mereka anggap aman dan nyaman untuk mereka gunakan.¹⁴ Seperti halnya uraian yang akan peneliti jelaskan di bawah ini:

Informan yang sudah peneliti dapatkan ada delapan orang terhadap masyarakat ini menyangkut berbagai pekerjaan dan jabatan mereka masing-masing seperti halnya informan yang bernama siti aisyah yang dia pekerjaan sehari-hari adalah sebagai petani tulent yang setiap harinya lebih sering berada di sawah baik menanam bawang merah cabe ataupun yang paling sering yaitu mencari rumput untuk hewan ternaknya berupa dua ekor sapi namun dalam membiayai kehidupan sehari-harinya memelihara sapi tidak bisa menjadi jaminan baginya untuk kebutuhan pokok sehari-harinya.

¹⁴ Zulkifli Zulkifli, "Pengaruh Motivasi Sebagai Moderator Terhadap Hubungan Antara Pembelajaran Dan Emosi Dengan Kompetensi Sumber Daya Manusia Pada Bank Syariah Di Riau," *Al-Hikmah: Jurnal Agama Dan Ilmu Pengetahuan* 13, no. 2 (2016): 128–52, [https://doi.org/10.25299/al-hikmah:jaip.2016.vol13\(2\).1168](https://doi.org/10.25299/al-hikmah:jaip.2016.vol13(2).1168).

Dalam menunjang kebutuhan pokok sehari-harinya dia sangat bergantung dengan hasil panen bawang dan cabai yang hal itu bisa dilakukan dalam setahun hanya satu kali panen raya baik itu bawang merah ataupun cabe dan dari hasil inilah dia memenuhi kebutuhan pokoknya dalam setahun karna keuntungan dari hasil panen bawang dan cabe ini lumayan besar jika sedang beruntung biasanya keuntungan menyesuaikan dengan banyaknya hasil panen apabila banyak panennya maka akan banyak pula keuntungan yang akan di dapatkan.

Pada aspek pemahaman terhadap perbankan tidaklah cukup besar di karenakan masyarakat tidak pernah menjadi nasabah, hanya mengetahui akad-akad yang ada di bank syariah itu dari mulut ke mulut sehingga secara dipastikan pemahaman dan literasi terhadap produk keuangan syariah dia sangat minim. Berbeda halnya dengan produk keuangan konvensional yang telah dipraktikkan jauh lebih lama dari keuangan syariah. Ada juga kasus lain tentang adanya keraguan masyarakat kepada bank syariah karena reputasi dan jaringannya belum mendunia,¹⁵ bagi para pekerja luar negeri hal ini juga menjadi persoalan.

4. **Faktor-Faktor Yang Menentukan Preferensi Masyarakat Terhadap Produk Keuangan Syariah**

Berikut ini adalah perbedaan antara bank syariah dan bank konvensional antara lain:

a. Akad

Semua transaksi atau akad yang dilakukan di bank syariah harus sesuai dengan prinsip Syariah Islam, Akad atau transaksi di bank syariah yang banyak digunakan antara lain, akad al-mudharabah (bagi hasil), al-musarakah (perkongasian), al-musaqat (kerja sama tani), al-ba'i (bagi hasil), al-ijarah (sewa-menyewa), dan al-wakalah (keagenan). Akad ini digunakan untuk semua produk perbankan syariah mulai dari kredit usaha, kredit multiguna, hingga kartu kredit bagi bank tertentu yang mengeluarkan kartu kredit syariah. Sedangkan di bank konvensional, surat penjanjian dibuat berdasarkan hukum positif yang sedang berlaku di Indonesia, yakni hukum perdata dan hukum pidana.

b. Keuntungan

Bank syariah menggunakan pendekatan bagi hasil (al-mudharabah) untuk mendapatkan keuntungan, sementara bank konvensional justru menggunakan konsep biaya untuk menghitung keuntungan. Dalam setiap

¹⁵ "STRATEGI MENINGKATKAN KUALITAS PELAYANAN PT. BANK NEGARA INDONESIA (BNI) SYARIAH CABANG SURABAYA | Publika," diakses 10 Agustus 2021, <https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/publika/article/view/14993>.

pinjaman atau pembiayaan yang diberikan kepada nasabah, bank syariah memberikan keterangan bagi hasil antara bank dan nasabah.

c. Nasabah.

Pada bank konvensional, "bunga" yang diberikan kepada nasabah sebenarnya berasal dari keuntungan bank meminjamkan dana kepada nasabah lain dengan "bunga" yang lebih besar.

d. Pengelolaan Dana Bank

Bank syariah akan menolak untuk menyalurkan kredit yang diinvestasikan pada kegiatan bisnis yang melanggar hukum Islam, seperti perdagangan barang-barang haram, perjudian (maisir), dan manipulatif (ghahar). Bahkan dalam produk kartu kredit syariah, pemilik kartu kredit syariah dilarang menggunakannya untuk kegiatan atau transaksi yang tidak halal. Sementara bank konvensional akan menyalurkan kredit tanpa harus mengetahui dari mana atau kemana uang tersebut disalurkan, selama debitur bisa membayar cicilan dengan rutin. Hubungan bank dan nasabah di bank konvensional, hubungan nasabah dan bank lebih pada hubungan antara kreditur dan debitur,¹⁶ lihat juga implementasi pemasaran human spirit pada industri finance.¹⁷ Sedangkan pada bank syariah hubungan nasabah dan bank erat sebagai mitra usaha. Setelah mengetahui perbedaan antara bank syariah dan bank konvensional diharapkan masyarakat mampu mengetahui lebih dalam mengenai bank syariah yang ada di Indonesia mengingat penduduk di Indonesia yang mayoritas beragama islam sangat berpotensi untuk terus mengembangkan Bank Syariah. sebagaimana diketahui bahwa bank syariah memiliki kelebihan atas keuntungan yang menggunakan sistem bagi hasil atau tanpa riba yang akan membawa manfaat bagi semua pihak pelaku perbankan syariah ataupun pihak pemilik dana.

Perkembangan perbankan syariah yang memang signifikan ini memang dipicu karena rasionalitas teknik pembagian hasil dari pada metode bunga yang diterapkan bank konvensional. Pembagian hasil dengan membagi keuntungan ataupun kerugian yang diperoleh oleh nasabah pembiayaan dari usaha yang telah dijalankan dengan nisbah berupa prosentase tertentu yang ditetapkan diawal. Hal tersebut dirasa sangat adil karena tidak hanya berorientasi pada keuntungan yang ingin diperoleh oleh investor tetapi juga ada rasa tolong menolong antar

¹⁶ Aang Kunaifi, *Manajemen Pemasaran Syari'ah Pendekatan Human Spirit: Konsep, Etika, Strategi dan Implementasi* (Yogyakarta: Maghza Pustaka, 2016).

¹⁷ Aang Kunaifi Aang Kunaifi, "IMPLEMENTASI PEMASARAN SYARI'AH BERBASIS HUMAN SPIRIT DALAM ISLAMIC FINANCE (Studi Kasus Strategi Pemasaran di BPRS Bhakti Sumekar Kabupaten Sumenep)," *MALLA: Jurnal Ekonomi Islam* 7, no. 1 (2015), <https://doi.org/10.35891/ml.v7i1.372>.

sesama. Dari beberapa buku yang saya baca, saya cukup penasaran dengan teori-teori tersebut dalam meningkatkan kesejahteraan ekonomi secara merata dengan realita di lingkungan saya yang diantara mereka banyak melakukan kredit di perbankan. Pemecahan masalah ekonomi mereka sepertinya tidak ada option lain untuk tidak memilih selain baik syariah dalam meningkatkan usaha. Asumsi ini berdasarkan pentingnya produktivitas dalam meningkatkan kesejahteraan,¹⁸ dimana perbankan merupakan instrument untuk meningkatkan produktivitas melalui adanya produk pembiayaan.

Beberapa nasabah yang mengambil pembiayaan di bank syariah dan konvensional. Terdapat 9 orang dari seluruh nasabah pembiayaan karena hari itu banyak dari mereka yang pergi ke sawah. Semuanya memilih salah satu bank konvensional karena bunganya kecil, ada pilihan beberapa angsuran, dan praktis. Dengan metode bunga yang diterapkan bank konvensional memang tidak membuat bingung masyarakat dari pada teknik bagi hasil. Karena masyarakat tersebut mengambil kredit tidak hanya untuk modal usaha tapi juga untuk yang lain seperti pembayaran uang sekolah. Jadi jika metode bagi hasil diterapkan pastilah sangat sulit. Dari 9 orang tersebut, 3 orang mengatakan pelayanan oleh karyawan Perbankan Syariah tidak memuaskan. Mereka mengatakan karyawan terlalu cerewet. Menurut hemat saya, kecerewetan itu karena dalam sistem Perbankan Syariah memang dilakukan pengawasan yang ketat agar tidak terjadi NPF (*Non Performing Financing*) yang merupakan masalah bagi perbankan syariah. Sedangkan 6 dari orang 9 orang tersebut mengatakan bahwa nisbah pembagian hasil untuk pihak bank terlalu tinggi dibandingkan dengan bunga kredit pada bank konvensional. Sehingga mereka lebih nyaman dengan sistem bank konvensional. Meskipun secara tidak langsung dengan jelas mereka dirugikan dengan bunga kredit yang selalu berubah-ubah sesuai wewenang pihak bank tanpa persetujuan nasabah debitur. Dapat disimpulkan bahwa masyarakat secara keseluruhan memang beragama Islam. Namun, untuk menyelesaikan permasalahan ekonomi seperti diatas mereka masih enggan untuk memilih bank syariah sebagai solusi. Literasi terhadap produk Perbankan Syariah sangatlah rendah. Menurut hemat saya pula, kurangnya pemahaman terhadap ayat-ayat Al-Qur'an tentang pelarangan riba juga sangatlah kurang. Dalam hal ini peran ulama memang sangat diperlukan dan perbankan syariah yang bisa bekerjasama dengan

¹⁸ Aang Kunaifi, Fadali Rahman, dan Risca Dwiaryanti, "The Philosophy and Authentication of Welfare Equalization in the Islamic Economy," *Jurnal Kajian Peradaban Islam* 4, no. 2 (24 Juni 2021): 54–62, <https://doi.org/10.47076/jkpi.v4i2.67>.

mahasiswa-mahasiswa dengan program studi ekonomi syariah ataupun perbankan syariah untuk mengadakan penyuluhan dan bisa membuka cara pandang masyarakat terhadap perbankan syariah.¹⁹

Masyarakat pada dasarnya hanya ingin mudah dan ingin dilayani dengan sangat baik dalam melakukan berbagai hal karena rata-rata dari masyarakat di desa Ponjanan barat masih sangat minim yang pendidikannya sampai ketinggian SMA jadi masyarakat masih sangat awam soal yang namanya perbankan syariah yang mereka hanyalah bank umum yang mereka anggap mudah untuk membantu teranksaksi mereka karna di samping kurangnya fasilitas dari perbankan syari'ah juga kurangnya sosialisasi kepada masyarakat sehingga menyebabkan mereka sangat awam terhadap perbankan syari'ah jangankan mengetahui produk-produknya mengetahui nama banknya secara umum mereka kurang faham sehingga mereka terasa lebih nyaman dan lebih dekat untuk menggunakan perbankan konvensional.

Dengan demikian adanya preferensi masyarakat pedesaan yang masih rendah, secara personal disebabkan oleh berbagai asumsi antara lain: keunggulan bank syariah dinilai lebih aman dari pada bank konvensional serta lebih dekat jangkauannya kepada masyarakat pedesaan.²⁰ Namun asumsi surplus bagi bank konvensional adalah dirasa lebih modern dan banyak digunakan untuk orang menengah keatas sehingga memiliki gengsi yang tinggi. Bank konvensional juga dianggap lebih produktif atau lebih ekspansif dalam melakukan pinjaman-pinjaman. Pemanfaatan bank konvensional dalam penerimaan gaji pegawai juga memberikan persepsi tingginya keamanan bertransaksi di bank konvensional.

Untuk meningkatkan daya saing dalam memenangkan asumsi positif sehingga mampu mengubah atau meningkatkan preferensi masyarakat pedesaan terhadap produk keuangan syariah perlu juga dilakukan agar bank syariah segera punya gerai ATM, lebih objektif lagi dalam mensosialisasikan produknya, serta lebih massif dalam mencari konsumen.

¹⁹ Aang Kunaifi, "OPTIMALISASI LABORATORIUM KEUANGAN SYARIAH DALAM MENINGKATKAN LITERASI SIVITAS AKADEMIKA TERHADAP PRODUK IKNB SYARIAH," *CENDEKIA: Jurnal Studi Keislaman* 2, no. 2 (2016): 221–39, <https://doi.org/10.37348/cendekia.v2i2.27>.

²⁰ Muhammad Muflih dan Et.al, "MINAT MASYARAKAT DESA TERHADAP JASA KOPERASI SYARIAH: PERAN LITERASI DAN KENYAMANAN," *Prosiding Seminar Nasional Politeknik Negeri Bandung*, 20 November 2019.

KESIMPULAN

1. Masyarakat pada umumnya lebih memilih bank yang aman dan jelas akadnya untuk tempat mereka menabung dan masyarakat lebih dominan terhadap perbankan konvensional dari pada perbankan syariah syariah dalam hal keamanan. Sedangkan dalam hal kepercayaan masyarakat lebih memilih bank syariah dari pada bank konvensional karena menurut mereka keamanan di bank konvensional itu jauh lebih terkonsep dan juga menejemennya sangat jelas baik itu dalam menejemen pendepositoan ataupun menejemen investasi. Meraka tidak takut uang mereka hilang tanpa ada sebab ataupun ada kesalahan karena bank konvensional jauh lebih banyak asetnya dari pada perbankan syariah.
2. Kondisi ekonomi yang semakin membaik di indonesia dengan itu juga membawa image/nama baik perbankan syariah baik dimata masyarakat jika dulu masyarakat beranggapan perbankan syariah dan perbankan konvensional sama saja tidak ada bedanya sama sekali hanya saja akad yang di perioritaskan dalam perbankan syariah masalah program tidak jauh beda dengan bank konvensional.
3. Kelemahan produk keuangan syariah di mata masyarakat harus mampu dimitigasi untuk meningkatkan citra sehingga preferensi masyarakat bisa meningkat.

DAFTAR PUSTAKA

- Hani, Se. "ANALISIS PREFERENSI MASYARAKAT PESANTREN TERHADAP BANK SYARIAH (Studi Kasus Kecamatan Tampan)." *JURNAL AL-IQTISHAD* 11, no. 1 (12 April 2017): 58–75. <https://doi.org/10.24014/jiq.v11i1.3123>.
- Hasan, Ali. *Marketing Bank Syariah Cara Jitu Meningkatkan Pertumbuhan Pasar Bank Syariah*. Bogor: Ghalia Indonesia, 2010.
- Bisnis.com. "Istilah-Istilah Keuangan Syariah Yang Perlu Anda Ketahui | Finansial," 16 April 2021. <https://finansial.bisnis.com/read/20210416/55/1381997/istilah-istilah-keuangan-syariah-yang-perlu-anda-ketahui>.
- "Koperasi Syariah Desa Sebagai Sarana Membangun dan Mengembangkan Ekonomi Sektor Agraris di Pedesaan - Ilmu Pengadaan," 25 Maret 2021. <https://ilmu.lpkn.id/2021/03/25/koperasi-syariah-desa-sebagai-sarana-membangun-dan-mengembangkan-ekonomi-sektor-agraris-di-pedesaan/>.
- Kunaifi, Aang. "IMPLEMENTASI STRATEGI PEMASARAN BERBASIS HUMAN SPIRIT DALAM MARKETING 3.0 DI BANK

- PEMBIAYAAN RAKYAT SYARIAH (BPRS) BHAKTI SUMEKAR KABUPATEN SUMENEP.” Masters, UIN Sunan Ampel Surabaya, 2015. <http://digilib.uinsby.ac.id/4472/>.
- . *Manajemen Pemasaran Syari'ah Pendekatan Human Spirit: Konsep, Etika, Strategi dan Implementasi*. Yogyakarta: Maghza Pustaka, 2016.
- . “OPTIMALISASI LABORATORIUM KEUANGAN SYARIAH DALAM MENINGKATKAN LITERASI SIVITAS AKADEMIKA TERHADAP PRODUK IKNB SYARIAH.” *CENDEKIA: Jurnal Studi Keislaman* 2, no. 2 (2016): 221–39. <https://doi.org/10.37348/cendekia.v2i2.27>.
- Kunaifi, Aang, Taufik Hidayat, dan Fadali Rahman. “Growth of Halal Tourism in Pamekasan: Is It Influenced by Majelis Ulama?” *International Journal of Emerging Issues in Islamic Studies* 1, no. 1 (30 Juli 2021): 27–35.
- Kunaifi, Aang Kunaifi Aang. “IMPLEMENTASI PEMASARAN SYARIAH BERBASIS HUMAN SPIRIT DALAM ISLAMIC FINANCE (Studi Kasus Strategi Pemasaran di BPRS Bhakti Sumekar Kabupaten Sumenep).” *MALIA: Jurnal Ekonomi Islam* 7, no. 1 (2015). <https://doi.org/10.35891/ml.v7i1.372>.
- Kunaifi, Aang, Fadali Rahman, dan Risca Dwiaryanti. “The Philosophy and Authentication of Welfare Equalization in the Islamic Economy.” *Jurnal Kajian Peradaban Islam* 4, no. 2 (24 Juni 2021): 54–62. <https://doi.org/10.47076/jkpi.v4i2.67>.
- Kurniawati, Nia, dan Ating Sukma. “PREFERENSI MASYARAKAT KABUPATEN SUKABUMI DALAM PENGAMBILAN KEPUTUSAN MEMBAYAR ZAKAT.” *JURNAL SYARIKAH: JURNAL EKONOMI ISLAM* 1, no. 2 (2015). <https://doi.org/10.30997/jsei.v1i2.268>.
- Maskurotin, Atina, M. Nizarul Alim, dan Muhammad Syam Kusufi. “ANALISIS POTENSI, PREFERENSI DAN PERILAKU MASYARAKAT TERHADAP BANK SYARIAH DI KABUPATEN PAMEKASAN.” *InFestasi* 4, no. 1 (2008): 13–47. <https://doi.org/10.21107/infestasi.v4i1.1166>.
- Muflih, Muhammad, dan Et.al. “MINAT MASYARAKAT DESA TERHADAP JASA KOPERASI SYARIAH: PERAN LITERASI DAN KENYAMANAN.” *Prosiding Seminar Nasional Politeknik Negeri Bandung*, 20 November 2019.
- Mulazid, Ade Sofyan. “Analisis Pengaruh Service Quality, Customer Relationship Management dan Keunggulan Produk Tabungan Terhadap Loyalitas Nasabah pada Bank Bri Syariah.” *Islamadina: Jurnal Pemikiran*

Islam 19, no. 1 (20 Juli 2018): 89–106.
<https://doi.org/10.30595/islamadina.v19i1.2352>.

“Pengaruh Komitmen Beragama, Pengetahuan Agama, Dan Orientasi Agama Terhadap Preferensi Masyarakat Pada Bank Syariah Di Surabaya | Anam | Jurnal Studi Manajemen dan Bisnis.” Diakses 10 Agustus 2021.
<https://journal.trunojoyo.ac.id/jsmb/article/view/2572>.

Saputra, Taufik Aris, Aang Kunaifi, dan Siti Azizah. “DIVERSIFIKASI PRODUK PENDEKATAN ISLAMIC ETHIC DALAM MENINGKATKAN OMSET BISNIS RETAIL.” *CENDEKIA: Jurnal Studi Keislaman* 7, no. 1 (9 Juli 2021): 1–16.

Soemitra, Andi. *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah*. Jakarta: Prenada Media, 2009.

“STRATEGI MENINGKATKAN KUALITAS PELAYANAN PT. BANK NEGARA INDONESIA (BNI) SYARIAH CABANG SURABAYA | Publika.” Diakses 10 Agustus 2021.
<https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/publika/article/view/14993>.

Sugiyono, Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Kedua. Bandung: Alfabeta, 2020.

Zulkifli, Zulkifli. “Pengaruh Motivasi Sebagai Moderator Terhadap Hubungan Antara Pembelajaran Dan Emosi Dengan Kompetensi Sumber Daya Manusia Pada Bank Syariah Di Riau.” *Al-Hikmah: Jurnal Agama Dan Ilmu Pengetahuan* 13, no. 2 (2016): 128–52. [https://doi.org/10.25299/al-hikmah:jaip.2016.vol13\(2\).1168](https://doi.org/10.25299/al-hikmah:jaip.2016.vol13(2).1168).