

## MENGAPA MASYARAKAT MASIH ENGGAN DENGAN BANK SYARIAH?

Saiful Bahri<sup>1</sup>

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Syariah Bengkalis

Sungai Alam-Bengkalis-Riau Kode Pos 28751

Mobile Phone: 082285412130

e-mail: [saifulbahri.usa@gmail.com](mailto:saifulbahri.usa@gmail.com)

### *Abstract*

*There were a number of cause why a people preference not to deal to sharia banking. Several though discover that sharia unbankable caused on several reason. Between them assumed that sharia banking system and operational no so different with conventional concept. Another cause was realized that the people applied and accessed the conventional system and product from earlier. By literature study methodology, this study to try to point out a solving of this problem. Finally, sharia bank could perform out of box system, such as well as charity or philanthropy to realize Islamic economic value. Infak or shadaqah on various types known could make positive impact for sharia banking.*

Keyword:charity, philanthropy, infak, sedekah

### **A. Pendahuluan**

Maksud dari kajian ini adalah selain sebagai asumsi dasar bahwa ternyata masyarakat masih enggan untuk mengakses produk dan layanan perbankan syariah, juga sekaligus sebagai masalah yang perlu dicari solusinya baik oleh praktisi bank syariah sendiri serta Pemangku kepentingan (*stakeholder*) lainnya. *Stakeholder* yang dimaksud seperti pihak akademisi yang berkecimpung dalam aspek teoritis maupun mereka yang juga mendalami aspek praktis mengenai sistem perbankan syariah (praktisi bank syariah).

Terlalu sering terdengar dan tertulis dalam banyak kajian subjek ekonomi Islam secara umum, dan secara khusus tentang perbankan syariah, bahwa populasi penduduk Indonesia yang mayoritas muslim merupakan potensi sekaligus pasar yang spesifik bagi tumbuh-kembang lembaga keuangan syariah (LKS), termasuk bank syariah. Namun, kenyataanya *market share* perbankan syariah yang selama ini diyakini akan melangkahi 5% ternyata masih jauh panggang dari api.

Akar masalah itu perlu diputuskan secara akseleratif. Karena, masyarakat perlu “dibangunkan” dari tidur mereka yang panjang, bahwa ekonomi yang mereka jalani selama ini bukanlah berasal dari nilai-nilai luhur agama Islam dan bangsa Indonesia yang lebih dikenal dengan sifat gotong-royongnya. Ekonomi yang mereka lakoni selama ini merupakan warisan kapitalis dan sosialis yang direkayasa sendiri oleh manusia yang dapat dinilai sarat dengan kepentingan pribadi atau kelompok tertentu.

---

<sup>1</sup> Dosen Pengampu Mata Kuliah Ekonomi Islam

Ekonomi Islam turun dari langit dalam bentuk wahyu yang sampai kepada Nabi Muhammad SAW. Artinya, ekonomi Islam tidak dibuat oleh manusia, namun datangnya dari Allah SWT. dalam bentuk hidayah demi wujudnya keadilan di muka bumi.

Manusia sebagai khalifah Allah SWT., semestinya memahami bahwa segala aspek kehidupan yang terimplementasi, termasuk aspek ekonomi seharusnya merujuk pada Al-Qur'an dan Al-Hadits.

Jika pemahaman umat Islam Indonesia belum wujud seperti apa yang terdeskripsi di atas, maka yang terjadi seperti apa yang menjadi masalah kajian ini, yaitu: masyarakat masih enggan untuk mengakses produk dan layanan perbankan syariah. Karena, sistem perbankan syariah masih asing bagi mereka. Selain itu mereka juga menganggap dan menilai bahwa terdapat beberapa kelemahan pada operasional perbankan syariah yang membuat mereka belum atau tidak bisa menerima.

Namun, fenomena mengenai keengganan masyarakat dinilai masih enggan untuk mengakses produk dan layanan perbankan syariah, selain beberapa alasan di atas, dapat pula dinilai bahwa strategi "perang" perbankan syariah masih lemah. Semestinya perbankan syariah sebagai lembaga keuangan yang dapat dikatakan masih baru, dengan serta merta merebut hati dan minat masyarakat. Jika pesona insentif dan hadiah dalam mengakses produk dan layanan perbankan syariah misalnya akan membuat bank syariah terkenal dan menarik bagi calon nasabah, maka hal itu dengan cepat seharusnya diimplementasikan oleh bank syariah.

Geliat nasabah untuk mengejar suku bunga (*rate*) yang tinggi dari perbankan konvensional ternyata tidak bisa dipungkiri dan dinafikan, maka perbankan syariah dinilai untuk lebih memberi keuntungan kepada nasabah dalam bentuk bagi hasil (*profit sharing*).

Jika selama ini terdapat nasabah yang mengatakan bahwa *margin* keuntungan dalam produk *murabahah* di perbankan syariah dinilai lebih mahal dibanding dengan *margin* keuntungan bank konvensional, maka secepat mungkin manajemen perbankan syariah mengubah kebijakan itu. Hal itu dilakukan agar produk dan layanan perbankan syariah lebih kompetitif atau berdaya saing.

Ringkasnya, strategi sederhana yang perlu dilakukan dalam merebut hati masyarakat sebagai calon nasabah adalah dengan memanjakan mereka dalam hal layanan serta memanjakan mereka dengan berbagai keuntungan (*profit*). Pada akhirnya akan tercipta sebuah adagium: kalau ingin lebih untung atau untung lebih, maka pergilah ke bank syariah. Siapa yang masih enggan?

Dengan demikian bank syariah akan dinilai oleh masyarakat sebagai bank yang baik hati, pemurah, ringan tangan dan konotasi positif lainnya. Konsep yang berimplikasi pada keberpihakan kepada masyarakat ini diyakini akan menderek nama perbankan syariah melambung tinggi.

## **B. Dasar Teori**

Menurut M. Akhyar Adnan (Muhammad [ed]; 2004; 92), bahwa terdapat asumsi dasar yang selama ini keliru dipahami, yakni, mayoritas masyarakat muslim sudah demikian jauhnya dirasuki virus riba dan sekaligus sangat

menghayati sekularisme, khususnya dalam aspek keuangan. Akibatnya adalah, selalu saja ada dalih yang diangkat untuk mengelak dari ajakan kembali ke ajaran Islam secara murni dan konsekuen. Ini tidak saja terjadi di kalangan masyarakat yang relatif awam, tetapi justru di kalangan mereka yang cukup memahami ketentuan fikih dan syariah.

Dari situ dapat dipahami bahwa preferensi dan orientasi masyarakat pada umumnya adalah keuntungan (*profit oriented*), tanpa terlalu menghiraukan sumber pendapatan tersebut, halal atau haram. Mereka akan senang dan merasa beruntung jika harta mereka bertambah, meskipun cara mendapatkannya dengan cara batil, apakah mereka menyadari hal itu atau tidak.

Mengenai gambaran masih enggannya masyarakat untuk mengakses produk dan jasa perbankan syariah, dapat disimak dari pandangan Amir Mua'llim (2008; vi). Beliau memaparkan bahwa perkembangan pesat ekonomi Islam bukan berarti perkembangan yang menggembirakan. Hal tersebut dibuktikan munculnya pemahaman dan ungkapan-ungkapan beberapa kalangan seperti: bank syariah tidak berbeda dengan bank konvensional, meminjam di bank syariah atau baitul mal wat tamwil (BMT) lebih mahal dibanding dengan bank atau lembaga keuangan konvensional.

Isu-isu yang bertendensi pada hal negatif seperti itu semestinya tidak direspon dengan kata-kata yang bersifat serangan balik. Tapi, sebaiknya dijadikan pemicu demi membuktikan bahwa bank syariah betul-betul akan menjadi lembaga keuangan alternatif bagi umat.

Karena, menurut Mustafa Edwin Nasution (Yafie, 2003; 39), masyarakat belum paham betul apa bank syariah atau bank Islam itu. Mereka beranggapan bahwa bank syariah itu hanyalah bank tanpa bunga, padahal bukan sekedar itu. Bank syariah adalah bank yang dibangun berdasarkan keadilan.

Dan, di antara cita-cita pendirian bank syariah adalah demi menciptakan keadilan, kemakmuran, kesejahteraan, serta kemaslahatan bagi segenap bangsa Indonesia, hal itu disampaikan oleh Zainul Bahar Nor (2006; 382) dalam bukunya, *Bank Muamalat*.

Tentang kemaslahatan (*maslahah*) sendiri, dari perspektif hukum keberadaannya sangat menentukan selain mengusung nilai, manfaat, kegunaan, bagi manusia dalam kehidupannya, juga bermakna akan menghindarkan manusia dari segala bentuk kemudharatan, kesesatan, dan kebekuan (Hamid, 2008; 291).

Bank syariah wujud selain sebagai lembaga keuangan komersial, tujuan untuk menegakkan keadilan, memakmurkan, mensejahterakan, serta menciptakan kemaslahatan bagi umat semestinya termanifestasi dari visi-misi yang telah dirumuskan. Aspek *social welfare* mesti menjadi prioritas dibanding dengan tujuan *profit oriented*.

Demi menciptakan keadilan, kemakmuran, kesejahteraan, serta kemaslahatan bagi umat, untuk itu dibutuhkan bank syariah yang ringan tangan dan murah hati dalam hal berbagi kepada umat yang tidak begitu beruntung dalam mengarungi kehidupan, seperti kaum *dhua'fa'*. Agar cita-cita murni dari pendirian bank syariah terealisasi dan mendapat tempat tersendiri di hati masyarakat.

Urgensi perbankan syariah untuk mengambil perhatian dan hati masyarakat sekaligus sebagai ajang promosi dan sosialisasi mengenai sistem yang dijalankan

di antaranya menurut Said Sa'adMarthon, (2004;134) adalah dengan menyediakan bahan pangan. Dalam hal itu, perbankan syariah dapat melakukan kerjasama dengan pihak tertentu untuk menyediakan kebutuhan dasar masyarakat. Dalam konteks tersebut, akan tampak bahwa tujuan utama perbankan syariah bukan memperoleh profit, tetapi untuk kegiatan sosial sebagai wahana sosialisasi terhadap masyarakat.

Realisasi program seperti itu biasanya termasuk dalam ruang lingkup *corporate social responsibility* (CSR). Harapannya, bank syariah semestinya memperbanyak porsi pembiayaan untuk CSR ini, baik diadakan secara mandiri, maupun melalui kerjasama dengan lembaga lain. Yang jelas, bagaimana bank syariah menunjukkan 'kebaikan hatinya' untuk menjadi bank yang dicintai masyarakat.

### **C. Masalah Dan Pembahasan**

Beberapa masalah yang terangkum dalam studi ini adalah: pertama, mengapa masih banyak masyarakat yang belum mengetahui sistem perbankan syariah. Kedua, mengapa masyarakat masih enggan untuk mengakses produk dan layanan perbankan syariah. Ketiga, sejauh mana strategi yang dilakukan perbankan syariah untuk merebut pasar yang pada hakikatnya begitu potensial. Secara timbal balik, keterkaitan ketiga variabel itu menjadi masalah sekaligus menjadi sorotan dalam kajian ini.

Secara mendasar dan sederhana, pertanyaan pertama mengenai ketidaktahuan masyarakat tentang sistem dan operasional perbankan syariah sering terjawab dengan informasi dan promosi perbankan syariah yang tidak begitu menggemparkan. Ibarat gempa bumi, getaran yang dirasakan oleh masyarakat tidak signifikan. Dan juga bisa diibaratkan berita tentang eksistensi perbankan syariah hanya seperti angin lalu.

Bagi masyarakat dengan kategori kaum intelektual seperti mahasiswa, kaum profesional, birokrat, pegawai negeri sipil dan lainnya, yang sekilas mengetahui eksistensi perbankan syariah bisa diyakini akan menjadi pertimbangan bagi mereka untuk mendiversifikasi penempatan uang mereka, misalnya. Tapi, jumlah mereka diyakini pula tidak begitu signifikan.

Hal itu sudah tentu berbeda dengan masyarakat yang dari dulu lebih dekat dengan perbankan konvensional. Mereka yang mengakses produk dan layanan bank konvensional sudah tentu menempati *market share* sisa dari *market share* perbankan syariah yang di bawah 5%. Dan, disinyalir bahwa masyarakat tersebut terdiri dari berbagai level, dari golongan menengah sampai kaum *elite*, dari mereka yang berpendidikan tinggi sampai kepada mereka yang tidak pernah menyentuh dunia pendidikan formal. Yang jelas, mereka membutuhkan produk dan layanan perbankan. Penjelasan ini secara tidak langsung juga menjawab pertanyaan kedua, yaitu mengapa masyarakat masih enggan untuk mengakses produk dan layanan perbankan syariah.

Ringkasnya, masyarakat dengan kategori *bankable* terlebih dahulu mengakses produk dan layanan perbankan konvensional yang menggurita ke seantero dunia dan pelosok negeri. Sebaliknya, perbankan syariah baru menapakkan kaki setapak

demi setapak di belakang bank-bank konvensional. Sehingga, ibarat bayangan, bahwa bayangan bank syariah masih tertutup dengan besar dan banyaknya jumlah bank konvensional.

Selain beberapa alasan di atas, keengganan masyarakat untuk mengakses produk dan layanan perbankan syariah dibuktikan dari munculnya pemahaman dan ungkapan-ungkapan beberapa kalangan seperti: bank syariah tidak berbeda dengan bank konvensional, meminjam di bank syariah atau baitul mal wat tamwil (BMT) lebih mahal dibanding dengan bank atau lembaga keuangan konvensional (Mu'allim, 2008;vi).

Faktanya, ungkapan-ungkapan yang memaparkan kelemahan perbankan syariah, serta mereka yang meragukan sistem perbankan syariah memang sering terdengar. Untuk itu, dibutuhkan sistem dan manajemen perbankan syariah yang *out of box*, punya terobosan jitu yang pada muaranya membuat mata dan hati masyarakat tidak berpaling. Konsep keluar dari kotak dan terobosan dimaksud adalah dalam bentuk bank syariah yang ringan tangan dan murah hati dalam berbagi.

Dalam hal strategi, bisa jadi jika perbankan syariah merubah strategi promosi atau sosialisasi akan memutarbalikkan fakta bahwa masyarakat masih enggan dengan bank syariah. Seperti promosi dan publikasi yang menguntungkan masyarakat, seperti undian berhadiah. Dengan jumlah yang banyak dan banyak pula kesempatan masyarakat untuk mendapatkan hadiah itu, meskipun belum mengakses perbankan syariah, paling tidak, perbankan syariah sudah menunjukkan perilaku 'ringan tangan' dalam hal berbagi rezeki dan peduli kepada masyarakat. Terlebih lagi hadiah tersebut dihubungkan dengan tabungan mereka di bank syariah dimaksud. Seperti hadiah plus tabungan wadiah atau mudharabah di bank syariah.

Seperti yang sudah tertulis pada pendahuluan bahwa upaya memperkenalkan bank syariah dinilai efektif jika dilakukan dengan orientasi selalu menguntungkan masyarakat. Strategi sederhana yang perlu dilakukan dalam merebut hati masyarakat sebagai calon nasabah adalah dengan memanjakan mereka dalam hal layanan serta memanjakan mereka dengan berbagai keuntungan (*profit*). Pada akhirnya akan tercipta sebuah adagium: kalau ingin lebih untung atau untung lebih, maka pergilah ke bank syariah. Siapa yang tidak mau?

Sebagai perbandingan, sebuah instansi atau komisi pemerintahan ingin mensosialisasikan suatu program, atau memperingati hari ulang tahunnya. Di antara agenda yang mereka gagaskan adalah jalan santai. Agar peserta jalan dapat diikuti oleh mayoritas masyarakat, maka panitia pelaksana dari instansi atau komisi itu menyediakan hadiah yang relatif besar dan mahal.

Apa yang terjadi? Masyarakat yang sebelumnya belum mengetahui dan mendengar berita itu menjadi tahu, karena disampaikan oleh teman atau tetangganya. Untuk mengetahui ajang berhadiah menggiurkan itu, masyarakat tidak perlu menonton TV atau mendengarkan radio, karena *euphoria* yang muncul dari mulut ke mulut sudah cukup untuk membuat mereka berpartisipasi menyukseskan acara dimaksud.

Hadiah seperti kulkas, mesin cuci, sekuter atau sepeda motor listrik meskipun dengan jumlah sangat sedikit jika dibandingkan dengan peserta jalan santai yang

mencapai ribuan, namun, niat atau tujuan dari pihak penyelenggara untuk mensosialisasikan suatu agenda atau program tercapai dengan seksama.

Kasus seseorang yang ingin mengakses suatu produk di salah satu bank konvensional hanya untuk mendapat hadiah yang menggiurkan, yaitu sebuah mobil, semestinya menjadi pelajaran berharga bagi bank syariah. Setiap tahun bank itu menyediakan hadiah tersebut secara kontinyu.

Program-program berhadiah seperti terdeskripsi di atas, meskipun berimplikasi pada aspek spekulasi (*gharar*) yang sudah jelas haram dalam kacamata syariah. Namun, dari sisi lain akan tampak bahwa sebuah lembaga dinilai murah hati atau ringan tangan dalam berbagi.

Dalam sebuah riwayat hadits disebutkan, para pedagang muslim Madinah melaporkan cara berdagang orang Yahudi kepada Rasulullah saw. Pedagang Yahudi dimaksud mengurangi timbangan dalam menjual suatu komoditas. Mendengar hal itu, Rasulullah saw. menyuruh kepada pedagang muslim tersebut untuk bermurah hati dalam menjual dengan melebihkan takaran untuk pembeli.

Hal yang bertolak belakang dengan apa yang dipraktikkan oleh pedagang Yahudi itu dalam tempo dua tahun membuat perdagangan muslim menjadi berhasil. Sementara pedagang Yahudi gulung tikar dan meninggalkan pasar. Riwayat ini dilansir oleh Adiwarmanto A. Karim dalam sebuah tulisannya yang dimuat di salah satu harian nasional.

Kisah di atas menyingkap hikmah bahwa orang yang pemurah dan ringan hati dalam kehidupan termasuk di dalam bisnis akan membuat bisnis semakin maju dan sukses. Begitu pula dengan bank syariah, jika lembaga keuangan syariah (LKS) ini mengedepankan dan memprioritaskan aspek berbagi dengan masyarakat, niscaya masyarakat akan 'memutar haluan' untuk mengakses produk dan layanan bank syariah.

Aspek karitas (*charity*) atau filantropi (*philanthropy*) menjadi penopang agama Islam. Beberapa aspek itu juga yang menyinergikan dan menambah kekuatan agama *hanif* inisebagai agama yang *rahmatan lil 'alamin*. Tanpa hal itu justru akan membuat agama ini tidak pro *ummah*.

Hal itu juga dapat dipahami bahwa agama Islam menitikberatkan pada sosialisme yang tinggi, yaitu sosialisme *uluhiyyah* (ketuhanan). Nilai-nilai sosialisme ini sudah tentu berasal dari perintah Allah swt. untuk kemakmuran manusia di muka bumi.

Kewajiban menunaikan zakat, serta anjuran untuk berinfak atau bersedekah, selain menjadi tugas bagi individu muslim, selayaknya juga menjadi tugas bagi institusi-institusi Islami, seperti perbankan syariah. Karena, dengan menunaikan zakat misalnya, maka tuntaslah kewajiban seorang muslim dalam memenuhi perintah agamanya. Setelah menunaikan zakat, ia juga dianjurkan untuk berinfak atau bersedekah dengan nominal yang tidak ditentukan, sedikit atau banyak.

Berinfak atau bersedekah akan membuat seorang muslim sadar bahwa di dalam hartanya, selain ada kewajiban zakat, terdapat pula hak harta untuk diinfakkan atau disedekahkan. Sesuai dengan hadits Rasulullah saw. yang menyatakan bahwa ada 'kewajiban' lain atau hak harta (*lahaqqun*) untuk dipenuhi oleh seseorang selain zakat (*wa fil mali lahaqqun siwaz zakah*). Dengan berinfak atau bersedekah, seseorang akan menjadi mulia.

Implikasi dari kajian di atas adalah, jika bank syariah sudah menunaikan zakat korporasinya, maka, hal fundamental lainnya adalah bank syariah juga dianjurkan untuk memperbanyak infak atau sedekahnya. Perilaku seperti itu juga akan membuat bank syariah lebih mulia. Mulia di mata agama dan mulia dalam pandangan manusia.

#### **D. Kesimpulan**

Agar masyarakat tidak lagi enggan untuk mengakses produk dan layanan bank syariah, beberapa hal yang dapat dibuat di antaranya adalah mewujudkan bank syariah yang murah hati dan ringan tangan dalam berbagi dengan masyarakat lewat infak dan sedekahnya. Dengan perilaku itu, bank syariah akan dikenal sebagai institusi keuangan yang pro *ummah*.

#### **E. Ucapan Terimakasih**

Terimakasih kepada LPPM STIE Syariah yang memuat kajian ini dalam jurnah ilmiah, Iqtishaduna. Terimakasih juga kepada keluarga tercinta: Rosida binti M. Yunus, Shifa Dhigthinqizh, Turbah Ardhina, Tazakka Muhammad, yang secara tidak langsung berkontribusi dalam penyusunan kajian ini.

#### **F. Daftar Rujukan**

- Adnan, Muhammad Akhyar, 2004, Lembaga Keuangan Islam: Problem, Tantangannya dan Peluang Dalam Era Reformasi, dalam Muhammad (ed), ***Bank Syariah; Analisis Kekuatan, Kelemahan, Peluang dan Ancaman***, Yogyakarta, Ekonisia, cet. III
- Hamid, H. M. Arfin, 2008, ***Membumikan Ekonomi Syariah Di Indonesia (Perspektif Sosioyuridis)***, Jakarta: Elsas, cet. II
- Marthon, Said Sa'ad, 2004, ***al-Madkhal li al-Fikri al-Iqtishad fi al-Islam***, terjemahan oleh Ahmad Ikhrom dan Dimyauddin, ***Ekonomi Islam di Tengah Krisis Ekonomi Global***, Jakarta, Zikrul Hakim, cet. I
- Mua'llim, Amir, 2008, ***Lima Aspek Ekonomi Islam Yang Diragukan***, dalam, Tim Penulis MSI, ***Menjawab Keraguan Berekonomi Syariah***, Yogyakarta, MSI dan Safiria Insania Press, cet. I
- Noor, ZainulBahar, 2006, ***Bank Muamalat; Sebuah Mimpi, Harapan dan Kenyataan***, Jakarta, Bening Publishing
- Yafie, KH. Ali(peng), 2003, ***Ekonomi Syariah Dalam Sorotan***, Jakarta: Yayasan Amanah