

## **BAB IV**

### **ANALISIS PENYEBAB MASYARAKAT TIDAK MEMILIH BANK SYARIAH**

#### **A. Persepsi Masyarakat Surabaya Timur Terhadap Bank Syariah**

Bank syariah mulai berkembang pada era 90an dengan diawali oleh bank Muamalat pada saat itu telah memberikan warna baru bagi perbankan di Indonesia. Indonesia tergolong lambat mengingat terdapat beberapa negara lain yang telah mengadopsi bank syariah menjadi bagian dari perbankan di negaranya. Keterlambatan itu bukan lah menjadi penghalang dari tumbuh kembang perbankan syariah di Indonesia umumnya dan di Surabaya khususnya.

Salah satu yang mempengaruhi perkembangan dari bank syariah dengan melalui peningkatan strategi pelayanan ke nasabah ataupun calon nasabah. Strategi untuk melakukan pelayanan yang terbaik menjadi satu pilihan bilamana bank syariah ingin berkembang dan semakin tumbuh dari tahun ke tahun jumlah nasabahnya. Bank syariah yang merupakan lembaga bisnis, bukan lembaga kemanusiaan yang memaksa mau tidak mau harus memberikan yang terbaik untuk nasabah maupun masyarakat yang akan di jadikan nasabah dengan memberikan beberapa pengetahuan maupun penawaran yang terbaik yang bisa diberikan. Pembentukan persepsi akan memberikan dampak terhadap kemajuan bank syariah juga akan mendorong masyarakat untuk dapat menggunakan jasa bank syariah sebagai lembaga

keuangan. Persepsi dirasakan sangat penting, karena Persepsi adalah sebuah proses saat individu mengatur dan menginterpretasikan kesan-kesan sensoris mereka guna memberikan arti bagi lingkungan mereka.

Penelitian dilakukan dengan mewawancarai 35 informan yang berada di wilayah Surabaya Timur dengan menyebar di 7 kecamatan. Dari hasil penelitian di lapangan, di peroleh data yang dapat memberikan banyak informasi yang berkaitan dengan potensi-potensi yang dapat dioptimalkan dari wilayah Surabaya Timur umumnya dan kecamatan maupun kelurahan-kelurahan khususnya untuk dapat merubah persepsi masyarakat tentang perbankan syariah. Dari hasil observasi dan wawancara yang dilakukan kemudian peneliti melakukan analisis persepsi masyarakat yang tidak memilih bank syariah terhadap bank syariah serta faktor-faktor yang menyebabkan masyarakat tidak memilih bank syariah di wilayah Surabaya Timur.

Dari hasil wawancara yang dilakukan ke informan memperoleh beberapa persepsi masyarakat Surabaya Timur yang tidak memilih bank syariah di antaranya yaitu masyarakat Surabaya Timur menganggap bahwa bank syariah dan bank konvensional sama secara aplikasinya sama, hanya istilah istilah yang digunakan saja yang berbeda, hal ini diungkapkan oleh sekitar 28 informan yang apabila dipresentasikan sebanyak 80%. Masyarakat yang tidak memilih bank syariah menganggap demikian karena memang keterbatasan mereka akan pengetahuan serta minimnya edukasi yang mereka

dapatkan dari praktisi perbankan maupun dari media-media promosi seperti televisi, media cetak serta media sosial.

Bank syariah dianggap seperti bank-bank apada umumnya, hal ini tidak terlepas dari akibat kurangnya pemahaman dari masyarakat serta minimnya edukasi yang dilakukan pihak perbankan syariah mengenai konsep baru ini yang di aplikasikan di dunia perbankan. Kurangnya pemahaman serta minimnya edukasi yang mereka dapatkan memberikan persepsi yang berbeda mengenai produk bank syariah, hal ini tidak sesuai dengan realita sesungguhnya bahwa bank syariah merupakan bank yang mengadopsi nilai-nilai syariah Islam yang mengharamkan bunga.

Promosi yang dilakukan oleh bank syariah baik yang berada disekitar maupun yang tidak berada di sekitar lingkungan masyarakat dirasa kurang, promosi yang menekankan pada edukasi kemasyarakat dengan menjelaskan sebuah sistem baru yang dapat memberikan alternatif ataupun menjadi pilihan utama bagi para masyarakat secara luas. Edukasi sangat dibutuhkan hal ini dapat memberikan pemahaman kepada masyarakat mengenai bank syariah yang memang konsep baru di dunia perbankan apalagi di Indonesia yang baru berkembang kurang lebih sekitar tahun 90an. Edukasi ini berkaitan dengan pengenalan mengenai konsep bank syariah, istilah-istilah, serta produk-produk jasa yang memang dirasa masyarakat sebuah pengetahuan yang baru yang selama ini belum mereka mengerti.

Masyarakat menginginkan bahwa bank syariah dapat melakukan survey-survey yang dibarengi dengan pemberian penjelasan kepada

masyarakat serta pemberian pemahaman mengenai bank syariah. Survey ini bisa saja digunakan untuk melihat permasalahan dari bawah, terkait perkembangan bank syariah. Selain itu juga masyarakat menginginkan diadakannya seminar-seminar kemasyarakatan yang juga bertemakan bank syariah yang dapat memberikan pemahaman mereka lebih baik, banyak dari mereka memberikan ketertarikannya setelah diberikan pemahaman sedikit mengenai bank syariah, maksud dan tujuannya bahwa masyarakat ingin mengetahui dan memahami bank syariah terlepas dari menabung atau tidaknya mereka pada bank syariah setidaknya terdapat keinginan untuk mengetahui konsep bank syariah. Artinya bahwa sesungguhnya kendala mereka hanya pada pemahaman serta ketidak tahuan terhadap konsep baru dan sistem baru yaitu sistem perbankan syariah dengan bank syariah yang menjalankannya. Edukasi ini memang tidak memberikan jaminan bahwa bank syariah akan banyak yang menggunakannya namun setidaknya dapat memberikan pemahaman yang dapat setidaknya mendorong seseorang untuk menabung di bank syariah dan berpersepsi tentang bank syariah yang sesuai dengan realita yang terjadi.

Dari responden yang beranggapan bahwa bank syariah sama dengan bank konvensional, mereka juga beranggapan bahwa bank syariah selama ini hanya untuk mereka-mereka yang mengetahui tidak untuk masyarakat secara luas bank syariah. Artinya bahwa target promosi bank syariah selama ini tidak untuk seluruh umat melainkan hanya untuk mereka yang memahami Islam serta sistem perbankan syariah dan tidak memberikan pemahaman

kepada mereka-mereka yang belum memahami sistem perbankan syariah. Kurang lebih sekitar 18 orang dari 28 orang yang beranggapan bahwa bank syariah sama dengan bank konvensional jika di presentasikan 64,29% anggapan bahwa bank syariah untuk mereka yang mengetahui dan memahami Islam maupun secara umum terhadap bank syariah. Lagi-lagi persepsi ini muncul karena kurangnya edukasi kepada mereka yang tidak mengetahui, atau bisa dibilang mereka para praktisi bank syariah hanya menerapkan strategi pemasaran dan memposisikan dirinya disebelah orang-orang yang memang dari awal paham akan sistem ini tanpa melakukan ke pada masyarakat secara luas yang tidak paham akan sistem perbankan syariah ini.

Sosialisasi dan memberikan edukasi ke masyarakat secara luas menjadi sebuah kebutuhan yang sangat mendesak melihat pemahaman masyarakat tentang bank syariah sangat rendah. Edukasi dapat diberikan kepada masyarakat dengan banyak cara diantaranya dapat juga dilakukan melalui promosi secara langsung maupun promosi melalui media-media. Promosi secara langsung kepada masyarakat menjadi sebuah solusi yang real yang bisa dilakukan bank syariah secara luas. Promosi secara langsung juga dapat melihat problematika permasalahan tentang ketidak pahaman masyarakat mengenai bank syariah. promosi secara ini menurut masyarakat yang menjadi responden menginginkan pendekatan kemasyarakatan dengan mengadakan seminar-seminar perbankan memperkenalkan konsep perbankan syariah baik secara teoritis maupun aplikasinya, namun materi juga dikemas sebaik mungkin sehingga mudah untuk dipahami masyarakat secara luas.

Promosi-promosi melalui media pun juga tidak bisa di tinggalkan namun harus lebih diperhatikan muatan-muatan yang mengedukasi konsumen. Media sudah menjadi satu hal yang tidak bisa dihilangkan dari kehidupan masyarakat baik media elektronik, media cetak bahkan media sosial yang akhir-akhir ini memberikan banyak manfaat, baik bagi masyarakat maupun bagi perusahaan. Seharusnya ini dapat dimanfaatkan semaksimal mungkin untuk promosi sekaligus mengedukasi masyarakat mengenai perbankan syariah yang memang masih baru bahkan asing bagi telinga mereka baik istilah maupun konsepnya.

Selain itu terdapat sebanyak 7 orang dari 35 informan jika di presentasikan sebanyak 20% menyatakan bahwa bank syariah merupakan bank yang secara konsep mengadopsi konsep Islam dengan hukum syariah yang mengharamkan riba serta ketidak pastian atau spekulasi serta menggantikannya dengan proporsi bagi hasil dan menjunjung kepastian. Bank syariah mampu menjadi alternatif bahkan menjadi pilihan konsep perbankan dan mampu menggantikan yang selama ini dipakai. Bank syariah merupakan bank yang menjalankan prinsip-prinsip syariah dalam aplikasinya. Beberapa orang dari mereka sebelumnya memang sudah mengetahui bank syariah, baik mengetahui dari keluarga dekat maupu dari iklan-iklan bank syariah serta mengetahui karena terdapat kata Islam maupu syariah pada kata bank syariah.

Pengetahuan mereka terhadap bunga bank pun beragam, ada yang mengatakan bahwa bunga bank itu haram sebanyak 25 orang jika di

presentasikan sebanyak 71,43% yang beranggapan bahwa bunga bank itu haram dan yang 10 orang atau jika dipresentasikan 28,57% yang menyatakan menghalalkan bunga bank. Adapun yang menyatakan bahwa bunga bank itu haram karena mereka memang mengetahui bahwa bunga bank konvensional sama kaitannya dengan riba. Sedangkan yang menyatakan menghalalkan bunga bank karena memang faktor kebiasaan mereka terhadap bank konvensional yang memang mengadopsi bunga pada aplikasi perbankannya.

Nada negatif masih sering terdengar sebagian besar masyarakat terhadap perbankan syariah dan lembaga keuangan syariah lainnya bahwa perbedaan bank syariah dengan bank konvensional hanya pada kosa kata belaka dan penggantian bunga diganti dengan sistem bagi hasil. Umumnya orang hanya tahu bahwa bank syariah adalah bank tanpa bunga dan tidak tahu sama sekali mengenai mekanisme bagi hasil sehingga sering bertanya-tanya kalau menabung di bank syariah dan tidak mendapatkan bunga lalu apa yang mereka dapatkan. Disisi lain menurut persepsi mereka yang namanya bagi hasil pasti nilainya lebih kecil dari bunga bank. Persepsi ini muncul juga karena mereka mengira-ngira dan membandingkan dengan bunga yang selama ini menjadi bagian dari dunia perbankan mereka. Seharusnya pemberian pengetahuan serta bukti secara kongkrit yang terjadi di perbankan mengenai bagi hasil dapat memberikan alternatif membuat persepsi yang salah mereka terhadap bagi hasil di bank syariah.

Tidak dipungkiri memang bahwa bank syariah merupakan lembaga bisnis, mau atau tidak harus memberikan nilai lebih terhadap produknya

yang salah satunya berupa nilai balik yang konsumen atau nasabah dapatkan setelah menabung atau meminjam uang di bank syariah. Sementara bank syariah dengan sistem bagi hasil tidak memberikan kepastian pendapatan sebagaimana bunga bank konvensional memberikan kepastian pendapatan. Sedang menurut sebagian wirausaha yang membutuhkan pinjaman, menyatakan kredit di bank syariah prosesnya rumit dan berbelit-belit. Bank syariah dirasa lebih rumit ketimbang bank konvensional, dari akad maupun tata cara peminjamannya.

Pengetahuan masyarakat terhadap perbankan syariah sangat minim, mungkin hal ini terjadi karena promosi yang dilakukan perbankan kurang efektif dan tidak bisa langsung menjangkau masyarakat secara luas, bisa dibayangkan bahwa segmentasi perbankan syariah merupakan mereka-mereka yang secara konsep mengerti dan mereka-mereka yang melihat bahwa terdapat faktor agama dalam perbankan syariah. Namun realitanya yang menabung karena agama lebih kecil daripada mereka yang tidak menabung. Sesungguhnya potensi nasabah bank syariah sangat luas apabila masyarakat terjangkau dari edukasi lewat promosi serta pemahamannya. Masyarakat Surabaya Timur memiliki motivasi yang tinggi mengenai perbankan syariah, terlebih ketika diberikan penjelasan mengenai bank syariah secara konsep maupun aplikasinya. Mereka merespon secara positif hadirnya perbankan syariah yang menanamkan prinsip syariah dalam aplikasinya.

## **B. Faktor Yang Menyebabkan Masyarakat Tidak Memilih Bank Syariah**



Bank syariah yang merupakan lembaga keuangan yang menerapkan prinsip-prinsip syariah yang mengharamkan bunga. Saat-saat ini perkembangan bank syariah semakin maju melihat dari tahun ketahun dana pihak ketiga yang tersimpan di bank syariah semakin bertambah, walaupun belum dapat menyaingi bank konvensional. Hal itu terjadi karena keberadaan bank syariah masih seumur jagung dibandingkan dengan bank konvensional yang sudah ada di Indonesia sejak lama. Bank syariah yang mengadopsi nilai-nilai Islam dalam aplikasinya, hal ini yang seharusnya menjadi nilai plus perkembangan bank syariah di Indonesia umumnya dan khususnya di Surabaya khususnya yang mayoritas muslim.

Agama menjadi salah satu motivasi masyarakat untuk menabung di bank syariah, namun dengan mayoritas penduduk muslim seharusnya bank syariah mampu untuk bersaing dengan bank konvensional yang menggunakan variabel bunga yang diharamkan dalam Islam. Masyarakat masih belum dapat beralih dari bank konvensional ke bank syariah, hal itu dipengaruhi oleh beberapa faktor diantaranya yaitu faktor bauran pemasaran. bauran pemasaran menjadi sebuah strategi pemasaran yang seharusnya ada dan diterapkan secara efektif dalam perkembangan perbankan syariah. Bauran pemasaran merupakan salah satu strategi pemasaran yang memang dapat mendorong masyarakat memilih bank syariah.

Setelah melakukan wawancara dengan 35 informan di wilayah Surabaya Timur, mendapatkan beberapa jawaban mengenai faktor yang menyebabkan masyarakat Surabaya Timur tidak memilih bank syariah. Faktor-

faktor yang menyebabkan masyarakat tidak memilih bank syariah ini muncul berdasarkan wawancara secara mengalir guna untuk mengungkap beberapa alasan masyarakat dan argumen mereka untuk tidak memilih bank syariah sebagai pilihan utama atau alternatif lembaga keuangan yang ada.

Faktor yang menyebabkan masyarakat tidak memilih bank syariah antara lain karena kurangnya pengetahuan masyarakat Surabaya Timur terhadap bank syariah. Produk bank syariah mereka anggap belum merakyat dan tidak banyak diketahui masyarakat secara luas. Hal ini karena mereka anggap promosi yang dilakukan bank syariah terhadap produk-produknya belum banyak dan belum menjangkau mereka sebagai masyarakat.

Pengetahuan masyarakat Surabaya Timur terhadap produk bank syariah sangat rendah, hal ini diungkapkan masyarakat sekitar 31 informan atau dipresentasikan sebesar 88,57% tidak mengetahui produk-produk bank syariah. Pengetahuan masyarakat Surabaya Timur terhadap produk-produk bank syariah yang rendah, menjadikan bank syariah tidak dipilih oleh masyarakat sebagai pilihan utama atau pun alternatif sebagai lembaga keuangan yang menyimpan dana mereka. Masyarakat Surabaya Timur merasa selama ini tidak dijangkau oleh promosi-promosi bank syariah. Event-event bank syariah yang menyentuh secara langsung bank syariah dirasa tidak ada. Bank syariah selama ini belum banyak melakukan event-event yang menyentuh masyarakat Surabaya Timur secara langsung baik di pasar-pasar didaerah Surabaya Timur maupun di tempat keramaian lainnya.

Selain event-event, penawaran promo yang dilakukan bank syariah juga menjadi faktor yang menyebabkan mereka untuk tidak memilih bank syariah, promo merupakan salah satu yang mendorong nasabah untuk memilih bank syariah. Promo-promo yang menarik seperti yang dilakukan bank konvensional selama ini tidak mereka dapatkan seperti yang mereka dapatkan di bank syariah. Promo-promo ini merupakan bagian dari penawaran produk ke masyarakat terkait dengan produk baru ataupun pemberian reward terhadap nasabah yang loyal terhadap bank syariah.

Produk bank syariah seperti tabungan wadi'ah dan mudharabah dirasa masyarakat sulit untuk dipahami. Istilah maupun konsep pembagian hasil masyarakat anggap sebuah pengetahuan yang baru, yang selama ini masih sedikit bahkan hal baru bagi mereka. Produk bank syariah mereka anggap sebuah hal yang baru karena selama ini mereka mendapatkan informasi yang sangat terbatas. Hal ini terjadi karena terbatasnya informasi yang mereka dapatkan baik melalui media maupun informasi secara langsung dari *marketing* bank syariah.

Prinsip untuk mengharamkan bunga pada bank syariah membuat anggapan yang berbeda masyarakat terhadap bank syariah. Mereka beranggapan tidak akan mendapatkan apa-apa ketika menyimpan uangnya di bank syariah. Adapula yang beranggapan bahwa bagi hasil pada bank syariah tidak menentu sehingga tidak memberikan kepastian jumlahnya perbulan sehingga mereka beranggapan bahwa penerapan bagi hasil pada bank syariah tidak menguntungkan bagi nasabah. Anggapan ini muncul merupakan hal

yang wajar mengingat minimnya informasi yang mereka dapatkan. Bank konvensional yang selama ini berada di lingkungan mereka telah banyak mempengaruhi kehidupan mereka, sehingga akan membutuhkan waktu lama merubah pandangan mereka jika bank syariah tidak bersunggu-sungguh untuk menerapkan prinsip syariah di Indonesia umumnya dan Surabaya Timur khususnya.

Selain itu, mereka juga menganggap bahwa produk-produk bank syariah dirasa kurang menarik. Mereka menganggap bahwa bank syariah merupakan bank baru yang belum memiliki nama di dunia perbankan. Image produk bank syariah belum dikenal masyarakat, sehingga rasa gengsi untuk memilih bank syariah sebagai lembaga keuangan yang mereka pilih sangat tinggi. Rasa gengsi ini muncul karena brand bank syariah dirasa belum banyak terkenal dan belum banyak diminati nasabah khususnya kaum muda yang lebih mementingkan brand dari pada kualitasnya.

Promosi bank syariah melalui media elektronik, media cetak dan media sosial dirasa belum maksimal. Padahal promosi merupakan media untuk memperkenalkan produk baik dari segi fisik maupun *brand*, promosi menjadi sangat penting karena pada proses inilah barang di perkenalkan masyarakat secara luas. Promosi juga menjadi rangkaian proses pemasaran setelah produk, harga serta saluran distribusi telah ditetapkan. Promosi menjadi salah satu strategi dalam bauran pemasaran yang berfungsi untuk menjelaskan produk secara menyeluruh kepada masyarakat secara luas.

Bank konvensional selama ini lebih memberikan promosi-promosi yang cukup menarik bagi mereka seorang pengusaha dengan langsung mendatangi mereka, baik untuk menawarkan produk baru di lembaga perbankannya ataupun juga menawarkan untuk menjadi nasabah baru. Hal ini terlihat bahwa promosi bank syariah untuk memperkenalkan ke masyarakat secara umum masih kalah bersaing dengan bank konvensional, padahal ini bagian dari pelayanan sekaligus bisa dimanfaatkan untuk mengedukasi mengenai perbankan syariah baik secara produknya maupun konsepnya.

Strategi jemput bola menjadi alternatif promosi bank syariah. Dengan langsung terjun dan mendekati diri ke masyarakat sehingga mereka dapat mengerti problematika masalah yang terjadi sehingga masyarakat Surabaya Timur yang mayoritas muslim tidak memilih bank syariah. Strategi jemput bola juga bagian dari strategi mendekati diri dengan masyarakat sekaligus mengedukasi masyarakat yang tidak memahami bank syariah. Strategi jemput bola juga dapat berbentuk seminar-seminar tentang bank syariah sekaligus menawarkan produk dan mengedukasi masyarakat. Masyarakat sesungguhnya mudah untuk diajak komunikasi apabila semuanya jelas.

Ketidaktahuan masyarakat terhadap bank syariah juga dipengaruhi oleh beberapa faktor diantaranya informan tidak lagi mencari informasi tentang bank syariah karena memang mereka menganggap bahwa bank syariah sama dengan bank konvensional yang selama ini mereka gunakan. Mereka menganggap bahwa menabung dimana saja sama, yang akhirnya membuat mereka nyaman dengan keadaan mereka saat ini sehingga mereka

menentukan pilihan untuk tidak menabung di bank syariah. Selain itu menurutnya belum adanya sesuatu yang mendorong mereka untuk mempelajari ataupun sekedar mengetahui bank syariah. sesuatu yang mendorong ini berupa promo yang menarik dari bank syariah.

Adapula faktor yang membuat masyarakat tidak memilih bank syariah mengenai tempat. Faktor tempat ini maksudnya adalah keberadaan kantor cabang maupun cabang pembantu yang jauh dari tempat tinggal masyarakat. Masyarakat merasa bahwa keberadaan kantor ini merupakan sebuah wujud dari pelayanan bank syariah terhadap nasabah. Keberadaan kantor bank syariah yang dekat dengan masyarakat membuat mereka lebih mudah untuk mengakses informasi mengenai bank syariah. Sementara ini bank konvensional dianggap lebih dekat dengan lingkungan mereka, sehingga informasi yang mereka dapatkan juga mengenai promo-promo serta event yang dilakukan oleh bank konvensional dan membuat mereka mau tidak mau juga menabung di bank konvensional.

Keberadaan kantor pelayanan bank syariah yang berada dekat dengan masyarakat dirasa memudahkan mereka untuk melakukan aktifitas perbankan. Karena memang hampir sebagian besar penduduk Surabaya yang bekerja sebagai karyawan, sehingga waktu untuk beraktifitas yang terbatas. Akhirnya mereka menjatuhkan pilihan ke bank yang memang lebih dekat dengan mereka dan menjatuhkan pilihan ke bank konvensional. Keberadaan kantor pelayanan yang dekat dengan masyarakat juga menunjukkan eksistensi dan keberadaan mereka sebagai lembaga bisnis yang

ingin mendekatkan diri dengan masyarakat. Mungkin tidak semudah itu mengatakan bank syariah tidak dekat dengan masyarakat namun tafsiran yang terjadi di masyarakat seperti itu, hal ini bisa menjadi pertimbangan serta informasi bagi pelaku bisnis perbankan serta bagian *marketing* untuk dapat menepatkan diri dengan masyarakat.

Keberadaan kantor bank syariah yang dekat dengan bank syariah memang bukan satu-satunya wujud pelayanan bank syariah tetapi sangat penting karena ditempat inilah pusat informasi bank syariah bisa diakses oleh masyarakat. Adapun yang beranggapan bahwa tempat memang sesuatu yang penting namun bukan segalanya ketika masyarakat memahami tentang bank syariah dan mengerti produk yang dijual bank syariah maka dimana pun bank syariah berada akan di cari oleh nasabah. Anggapan ini merupakan anggapan yang relevan jika memang kebutuhan masyarakat terpenuhi karena adanya bank syariah.

Keberadaan ATM yang terbatas juga menjadikan masyarakat Surabaya Timur tidak memilih bank syariah. ATM merupakan bagian dari pelayanan bank yakni untuk mempermudah nasabah mengambil uangnya yang di simpan di bank. Masyarakat menginginkan bahwa banyak nya ATM di tempat-tempat umum yang biasa mereka datangi merupakan bagian dari alasan mereka untuk menabung di bank. Meskipun adanya ATM bersama, mereka menganggap mengambil uang di ATM bersama ataupun di bank konvensional yang satu nama dengan bank syariah akan mengakibatkan pemotongan administrasi.

Beberapa faktor yang menyebabkan masyarakat tidak memilih bank syariah ini menjadi banyak permasalahan yaitu pada pengetahuan masyarakat terhadap bank syariah yang minim. Promosi bank syariah yang dilakukan sangat sedikit dan sangat minim pengaruhnya terhadap pengetahuan masyarakat terhadap bank syariah. Pengetahuan nasabah terhadap bank syariah ini akan menjadikan persepsi mereka yang salah mengenai bank syariah akan berubah dan sesuai dengan realitanya. Perubahan pengetahuan ini akan banyak mendorong mereka untuk menabung di bank syariah. Mereka sebenarnya sudah banyak yang memahami bahwa bank syariah itu haram namun sedikit pemahamn mereka mengenai konsep bagi hasil pada bank syariah.

Promosi yang menekankan edukasi menjadi kebutuhan bank syariah jika ingin mengembangkan bisnis bank syariahnya dan memperkenalkan konsep syariah di masyarakat secara luas. Promosi dengan melakukan pendekatan masyarakat serta melihat problematika yang terjadi secara langsung dimasyarakat mengenai penyebab masyarakat yang mayoritas muslim ini tidak memilih bank syariah sebagai lembaga keuangan harus menjadai pilihan utama. Loyalitas nasabah terhadap bank konvensional yang selama ini menjadi satu-satunya pilihan untuk menabung di bank syariah menjadi satu tantangan bank syariah.

Melihat beberapa anggapan mengenai tempat atau lokasi kantor cabang maupun cabang pembantu, yang terjadi pada informan yang menyatakan bahwa tempat bukan lah sesuatu yang penting jika pemahaman akan produk



yang mereka beli atau yang mereka gunakan secara penuh mereka ketahui. Tempat sesungguhnya juga bagian penting dalam sebuah perusahaan jasa, karena itu merupakan pelayanan. Namun tempat itu bersifat relatif dan satu sama lain orang akan melihat jauh dan dekatnya tempat itu berbeda. Hal ini karena kebutuhan mereka akan lembaga perbankan syariah yang sesuai dengan ideologi serta nilai-nilai keislamannya.