

**ANALISIS FAKTOR PENYEBAB MASYARAKAT BELUM
BERTRANSFORMASI DARI BANK KONVENSIONAL KE BANK
SYARIAH
(Studi Kasus: Masyarakat Desa Jambur Tarutung RT 11, Kel. Pasar
Kotanopan, Kec. Kotanopan, Kab. Mandailing Natal, Sumatera Utara)**

**Rosi Kumala Sari¹, Amsah Hendri Doni²
UIN Sjech M. Djamil Djambek Bukittinggi**

E-Mail: rosikumalasari2004@gmail.com¹, amsahhendridoni@uinbukittinggi.ac.id²

Abstrak – Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor dan kendala yang menyebabkan masyarakat Desa Jambur Tarutung RT 11 belum bertransformasi dari penggunaan bank konvensional ke bank syariah. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Data diperoleh melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi terhadap 20 informan yang dipilih menggunakan teknik purposive sampling. Analisis data dilakukan dengan model Miles dan Huberman yang meliputi reduksi data, penyajian data, serta penarikan kesimpulan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat beberapa faktor utama yang menyebabkan masyarakat belum beralih ke bank syariah, yaitu faktor budaya berupa kebiasaan menggunakan bank konvensional sejak lama, faktor sosial seperti keluarga dan lingkungan sekitar, faktor pribadi yang berkaitan dengan usia, pekerjaan, serta kebutuhan ekonomi, dan faktor psikologis berupa persepsi kemudahan dan kenyamanan layanan bank konvensional turut menyebabkan keputusan masyarakat. Kendala utama yang dihadapi adalah sikap terhadap perilaku, norma subjektif, dan persepsi kontrol perilaku dan rendahnya literasi dan minimnya sosialisasi mengenai perbankan syariah. Penelitian ini menyimpulkan bahwa transformasi masyarakat menuju bank syariah memerlukan peningkatan edukasi dan strategi sosialisasi yang lebih intensif. Temuan ini diharapkan dapat menjadi dasar bagi perbankan syariah dalam merumuskan kebijakan dan strategi pengembangan layanan yang lebih sesuai dengan karakteristik masyarakat desa.

Kata Kunci: Bank Konvensional, Bank Syariah, Transformasi Perbankan.

Abstract – This study aims to analyze the factors and constraints that cause the community of Jambur Tarutung Village RT 11 not to transform from the use of conventional banks to Islamic banks. This study employs a qualitative approach. Data were obtained through interviews, observations, and documentation involving 20 informants selected using purposive sampling techniques. Data analysis was conducted using the Miles and Huberman model, which includes data reduction, data display, and conclusion drawing. The results indicate that several main factors contribute to the community's reluctance to shift to Islamic banks, namely cultural factors in the form of long-standing habits of using conventional banks, social factors such as family and surrounding environment, personal factors related to age, occupation, and economic needs, and psychological factors in the form of perceptions of convenience and comfort in conventional bank services that influence community decisions. The main constraints faced are attitudes toward behavior, subjective norms, and perceived behavioral control, as well as low literacy and limited socialization regarding Islamic banking. This study concludes that community transformation toward Islamic banks requires enhanced education and more intensive socialization strategies. These findings are expected to serve as a basis for Islamic banking institutions in formulating policies and service development strategies that are more in line with the characteristics of rural communities.

Keywords: Conventional Bank, Islamic Bank, Banking Transformation.

PENDAHULUAN

Masyarakat di negara maju maupun berkembang memiliki ketergantungan yang tinggi terhadap peran bank sebagai sarana dalam melakukan berbagai transaksi keuangan. Bank dipandang sebagai lembaga yang aman dan dapat dipercaya dalam mengelola aktivitas finansial. Berbagai kegiatan keuangan yang umumnya dilakukan melalui bank meliputi penghimpunan dana serta penyalurannya kembali untuk kepentingan ekonomi. Di Indonesia,

sistem perbankan secara umum terdiri atas dua kategori utama, yakni bank konvensional dan bank syariah (Ismail, 2011).

Bank syariah hadir sebagai pilihan lembaga keuangan yang beroperasi sesuai dengan prinsip syariat Islam, termasuk larangan riba, gharar, dan maysir, serta menerapkan sistem bagi hasil. Semua produk dan layanan yang disediakan tidak hanya fokus pada keuntungan finansial, tetapi juga menekankan nilai moral, etika, dan keberkahan dalam kegiatan ekonomi. Di sisi lain, bank konvensional merupakan lembaga keuangan yang melaksanakan kegiatan usahanya dengan menggunakan sistem konvensional, dimana mekanisme yang diterapkan umumnya didasarkan pada prinsip bunga sebagai bentuk imbalan (Novita, 2024).

Dengan jumlah penduduk Indonesia sekitar 269,6 juta jiwa, dimana 87,2% atau sekitar 229,62 juta jiwa menganut agama Islam, Indonesia merupakan negara dengan jumlah penduduk Muslim paling banyak di dunia. Kondisi demografis ini seharusnya menjadi modal penting bagi pengembangan industri keuangan syariah. Namun pada kenyataannya, potensi tersebut belum terlihat dalam pertumbuhan pangsa pasar perbankan syariah di Indonesia. Laju perkembangan bank syariah masih tergolong lambat jika dibandingkan dengan bank konvensional yang lebih dulu hadir dan telah memiliki kedudukan kuat di masyarakat.

Meskipun mayoritas penduduk Indonesia beragama Islam dan sebagian menyadari bahwa sistem bunga merupakan karakteristik utama perbankan konvensional, minat masyarakat Muslim untuk berpindah menjadi nasabah bank syariah masih tergolong rendah. Kondisi ini menunjukkan bahwa perkembangan minat terhadap perbankan syariah belum mengalami peningkatan yang berarti, sehingga masyarakat muslim Indonesia masih lebih cenderung menggunakan jasa perbankan konvensional. Akibatnya, perkembangan bank syariah berlangsung lambat, terlihat dari masih banyaknya masyarakat yang bertransaksi dengan bank konvensional.

Selain itu, banyak masyarakat yang masih keliru dengan menganggap bank syariah sama seperti bank konvensional. Padahal, bank syariah memiliki karakteristik tersendiri yang membedakannya secara jelas dari sistem perbankan konvensional. Keistimewaan bank syariah bukan hanya terletak pada ketiadaan praktik riba dalam setiap transaksinya, melainkan juga pada sistem yang lebih luas yang dirancang untuk memberikan manfaat bagi umat, sehingga mampu mewujudkan kesejahteraan dan kebahagiaan manusia, baik lahir maupun batin.

Masyarakat Desa Jampur Tarutung RT 11 telah terbiasa memanfaatkan layanan perbankan, baik dalam bentuk menabung maupun mengakses pembiayaan. Kondisi ini sebenarnya menciptakan peluang strategis bagi perbankan syariah untuk memperluas jangkauan pasar, terlebih karena seluruh penduduk desa menganut agama Islam yang secara normatif memiliki kedekatan dengan prinsip-prinsip keuangan syariah.

Namun, kenyataan di lapangan menunjukkan bahwa meskipun mayoritas penduduk beragama Islam dan telah lama menggunakan layanan perbankan, masyarakat cenderung tetap memilih bank konvensional dibandingkan bank syariah. Pilihan ini disebabkan oleh tingkat kefamiliaritas yang lebih tinggi terhadap sistem perbankan konvensional, kebiasaan yang telah lama terbentuk, serta lingkungan keluarga dan sosial yang umumnya menggunakan bank konvensional. Selain itu, adanya keterikatan pribadi seperti pinjaman yang telah dilakukan di bank konvensional, serta persepsi bahwa layanan bank konvensional lebih mudah diakses dan praktis, turut memperkuat kecenderungan masyarakat untuk tetap menggunakan bank konvensional dibandingkan beralih ke bank syariah.

Beberapa penelitian sebelumnya mengungkapkan bahwa rendahnya ketertarikan masyarakat terhadap bank syariah disebabkan oleh faktor pengetahuan, persepsi, serta lingkungan sosial. Indah Rizky Mulyani dan Rahmi menemukan bahwa faktor budaya, sosial, pribadi, dan psikologis menjadi penyebab utama masyarakat lebih memilih bank konvensional (Mulyani & Rahmi, 2025). Feby Efriani Feby et al menunjukkan bahwa persepsi individu serta Lingkungan sosial memegang peranan penting dalam membentuk minat masyarakat

untuk menabung di bank syariah (Feby et al., 2025). Erna Anggriana et al mengungkapkan bahwa pemahaman masyarakat menjadi faktor dominan dalam menentukan pilihan terhadap bank konvensional (Anggriana et al., 2024) dan Anisah Rizqiyah et al menunjukkan bahwa masyarakat sudah mengenal keberadaan bank syariah, tetapi pemahaman mereka mengenai produk dan mekanisme operasionalnya masih terbatas (Rizqiyah et al., 2024).

Sejumlah penelitian terdahulu telah membahas alasan masyarakat memilih bank konvensional, namun sebagian besar masih berfokus pada minat dan pilihan transaksi. Studi yang secara khusus meneliti proses peralihan masyarakat dari penggunaan bank konvensional ke bank syariah, yang disebabkan secara bersamaan oleh faktor budaya, sosial, pribadi, dan psikologis, masih tergolong terbatas. Kajian sebelumnya lebih banyak menyoroti alasan praktis, tetapi belum mengkaji peran kebiasaan, norma sosial, dan persepsi kontrol perilaku dalam menghambat peralihan ke bank syariah. Sejalan dengan hal tersebut, penelitian ini dilakukan untuk meneliti faktor-faktor yang menyebabkan masyarakat di wilayah pedesaan belum beralih dari bank konvensional ke bank syariah.

Berdasarkan uraian tersebut, tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis faktor-faktor yang menyebabkan masyarakat Desa Jambur Tarutung RT 11 belum bertransformasi dari penggunaan bank konvensional ke bank syariah serta mengidentifikasi kendala utama yang dihadapi dalam proses perubahan tersebut. Penelitian ini diharapkan bisa memberi kontribusi untuk memahami perilaku konsumen di perbankan syariah dan membantu bank syariah merancang strategi pengembangan pasar yang lebih efektif.

KAJIAN PUSTAKA

A. Perilaku Konsumen

Merupakan studi mengenai tindakan individu, kelompok, atau organisasi dalam semua kegiatan yang melibatkan pembelian, pemakaian, hingga pembuangan produk atau jasa. Perilaku ini mencakup berbagai bentuk respons, baik secara emosional maupun mental, serta faktor-faktor dasar yang memengaruhi seseorang dalam melakukan kegiatan konsumsi.

Menurut Kotler, yang dikutip oleh Suhyono dan Muh. Syarif, Perilaku konsumen adalah penelitian mengenai cara individu, kelompok, atau organisasi dalam mengambil keputusan, membeli, memanfaatkan, serta menyingkirkan produk, layanan, gagasan, atau pengalaman untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan mereka. Kotler menjelaskan bahwa perilaku konsumen tidak hanya berkaitan dengan tindakan membeli semata, tetapi juga mencakup latar belakang yang membentuk keputusan tersebut, seperti faktor budaya, sosial, pribadi, dan psikologis (Suyono & Muh.Syarif, 2024).

Perilaku konsumen merupakan studi mengenai berbagai tindakan yang dilakukan oleh individu atau kelompok untuk memenuhi kebutuhan dan keinginannya, mulai dari memilih, membeli, menggunakan, hingga mengatur atau mengelola produk maupun layanan. Perilaku ini tidak hanya berkaitan dengan aktivitas konsumsi itu sendiri, tetapi juga mencakup alasan yang memengaruhi pengambilan keputusan, tahapan sebelum pembelian dilakukan, serta dampak atau hasil yang muncul setelah barang atau jasa tersebut digunakan.

B. Faktor-Faktor yang Menyebabkan Perilaku Konsumen

Perilaku konsumen menurut Kotler dan Keller disebabkan oleh empat faktor utama, yaitu:

1. Faktor Budaya

Budaya berperan sebagai unsur yang membentuk keinginan dan perilaku, yang tampak dalam gaya hidup, kebiasaan, serta tradisi dalam memilih dan menggunakan barang maupun jasa. Oleh sebab itu, perilaku konsumen tidaklah seragam antara satu dengan yang lain, mengingat kebudayaan memiliki keragaman dan tidak bersifat sama di setiap kelompok masyarakat.

a) Budaya

Budaya merupakan unsur yang menyebabkan munculnya keinginan dan pola perilaku seseorang. Nilai, cara pandang, serta kebiasaan dalam budaya dipelajari oleh individu melalui keluarga maupun lembaga sosial lainnya. Oleh karena itu, perilaku konsumen dibentuk dan diarahkan oleh nilai serta aturan budaya yang berbeda antara satu kelompok dengan kelompok lainnya.

b) Sub budaya

Sub budaya dapat dipahami sebagai sekelompok individu yang memiliki nilai-nilai bersama karena dipengaruhi oleh pengalaman hidup dan kondisi sosial yang serupa. Sub budaya mencakup unsur kebangsaan, agama, suku atau etnis, serta daerah atau wilayah tempat tinggal tertentu.

c) Kelas Sosial

Merupakan kelompok dalam masyarakat yang cenderung bersifat tetap, dengan anggota yang memiliki kesamaan nilai, kepentingan, serta pola perilaku (Samsiyah et al., 2023).

2. Faktor Sosial

Faktor sosial merupakan salah satu penyebab terbentuknya perilaku konsumen. Pilihan terhadap suatu produk sangat ditentukan oleh lingkungan terdekat, misalnya lingkungan pertemanan, keluarga, sahabat, serta posisi dan peran sosial yang dimiliki seseorang dalam masyarakat. Dengan demikian, terdapat tiga faktor sosial utama yang menjadi penyebab munculnya perilaku konsumen, yaitu:

a) Keluarga

Keluarga memiliki peran besar dalam membentuk cara seseorang bersikap dalam kegiatan konsumsi. Umumnya, anggota keluarga menunjukkan pola kebiasaan yang serupa dalam berbagai aktivitas, termasuk dalam memilih dan menggunakan suatu produk.

b) Kelompok

Kelompok atau komunitas merupakan lingkungan yang sering dijumpai seseorang setelah keluarga dalam kehidupan sehari-hari. Sebagaimana keluarga, kelompok atau komunitas turut membentuk dan menjadi penyebab terbentuknya perilaku konsumen.

c) Peran dan status sosial

Menunjukkan tingkat penilaian atau penghormatan yang diberikan masyarakat kepada individu. Kedudukan seseorang dalam lingkungan sosial sering menjadi penyebab dalam pengambilan keputusan, termasuk saat menentukan pilihan atau melakukan pembelian suatu produk.

3. Faktor Pribadi

Pilihan individu untuk melakukan pembelian terhadap suatu produk disebabkan oleh ciri-ciri pribadi yang dimilikinya. Faktor personal merupakan unsur yang tidak dapat dipisahkan dalam pembahasan perilaku konsumen, karena biasanya menjadi dasar utama bagi individu dalam membentuk kebiasaan konsumsi. Terdapat empat faktor pribadi yang menjadi penyebab terbentuknya perilaku konsumen, yaitu:

a) Usia

Usia menyebabkan perbedaan kebutuhan dalam kehidupan sehari-hari. Kebutuhan individu pada masa kanak-kanak tidak sama dengan kebutuhan pada masa dewasa. Seiring bertambahnya usia, pola konsumsi seseorang cenderung meningkat dan menjadi semakin beragam serta rumit.

b) Pendapatan

Pendapatan merupakan faktor pribadi kedua yang menentukan perilaku konsumen. Seseorang dengan penghasilan yang lebih besar umumnya memiliki kecenderungan untuk membeli produk dalam jumlah lebih banyak atau dengan harga yang lebih tinggi.

c) Pekerjaan

Pekerjaan menjadi salah satu faktor yang membentuk perilaku konsumen, sebab tiap

pekerjaan memiliki kebutuhan perlengkapan yang tidak sama, tergantung pada kepentingan pekerjaannya.

d) Gaya hidup

Gaya Hidup menyatakan bagaimana individu ingin memperlihatkan pola hidupnya kepada orang lain. Gaya hidup memiliki peran penting dalam membentuk perilaku konsumen, karena menjadi ukuran pribadi dalam menentukan pilihan terhadap produk atau layanan.

4. Faktor Psikologis

Terdapat empat aspek psikologis yang menjadi penentu utama dalam proses pengambilan keputusan konsumen, yaitu:

a) Motivasi

Motivasi merupakan kekuatan dari dalam diri dan berfungsi sebagai pendorong untuk melakukan suatu tindakan guna mencapai serta memenuhi kebutuhan hidupnya.

b) Persepsi

Persepsi merupakan proses ketika seseorang mengolah dan memahami **informasi** yang diperoleh dari lingkungan sekitarnya sehingga membentuk pandangan serta penilaiannya terhadap suatu produk.

c) Pembelajaran

Pembelajaran dapat dipahami sebagai suatu tahapan di mana individu mendapatkan pemahaman tentang suatu merek atau produk melalui pengalaman langsung maupun dari informasi yang disampaikan oleh orang lain.

d) Keyakinan dan Sikap

Keyakinan dan sikap, yang menggambarkan bagaimana konsumen memandang dan menilai suatu produk secara keseluruhan (Harinie et al., 2023).

C. Teori Perilaku Terencana (*Theory of Planned Behavior*)

Teori Perilaku Terencana atau *Theory of Planned Behavior* (TPB), dinyatakan oleh Ajzen pada tahun 1985 merupakan sebuah model konseptual yang digunakan untuk menjelaskan serta memprediksi tindakan manusia berdasarkan niat yang dimiliki oleh individu. Menurut TPB, perilaku dibentuk oleh tiga bagian pokok, yaitu sikap individu terhadap suatu tindakan, norma subjektif, dan persepsi tentang kemampuan diri dalam mengontrol perilaku tersebut. Dalam konteks perilaku konsumen, teori ini dimanfaatkan untuk menjelaskan dasar pertimbangan konsumen dalam menentukan pilihan produk atau melakukan suatu aktivitas tertentu dengan mengacu pada kepercayaan serta nilai-nilai yang mereka anut (Utami et al., 2024).

Komponen Utama Teori Perilaku Terencana (*Theory of Planned Behavior*), yaitu:

a) Sikap Terhadap Perilaku

Sikap seseorang terhadap suatu tindakan mencerminkan penilaiannya, apakah tindakan tersebut dianggap positif atau negatif. Pandangan ini terbentuk berdasarkan kepercayaan individu mengenai dampak yang mungkin timbul dari tindakan tersebut serta evaluasi mereka terhadap hasil yang diharapkan.

b) Norma Subjektif

Dipahami sebagai dorongan sosial yang dirasakan seseorang saat menentukan apakah akan melaksanakan atau menunda suatu tindakan. Dorongan tersebut terbentuk dari persepsi seseorang terhadap pandangan pihak-pihak yang dianggap penting dalam hidupnya, seperti keluarga, sahabat, maupun lingkungan kerja, terkait dengan perilaku tersebut.

c) Persepsi Kontrol Perilaku

Mengacu pada pandangan individu tentang seberapa tingkat kemudahan atau kesulitan melakukan suatu tindakan. Penilaian tersebut terbentuk dari kepercayaan seseorang terhadap keberadaan unsur-unsur yang dapat membantu maupun yang dapat menghalangi terwujudnya perilaku tersebut (Naherta et al., 2024).

D. Bank Konvensional dan Bank Syariah

Bank konvensional merujuk pada lembaga perbankan yang berperan menghimpun tabungan dari masyarakat luas dan mendistribusikannya ulang sebagai pinjaman kepada individu, pelaku usaha, serta pihak pemerintah. Bank ini menyediakan beragam produk dan jasa keuangan, seperti tabungan, giro, kredit, dan kartu kredit. Dalam operasionalnya, bank konvensional menerapkan sistem bunga sebagai balas jasa atas pinjaman yang diberikan dan berorientasi pada perolehan keuntungan (*profit oriented*) (Eliza, 2024). Sebaliknya, Bank syariah ialah institusi keuangan yang melaksanakan operasionalnya sesuai dengan ketentuan Islam serta tidak menerapkan bunga dalam setiap hubungan transaksi dengan nasabah. Keuntungan atau imbalan yang diterima maupun dibayarkan ditentukan berdasarkan akad dan kesepakatan yang dibuat antara bank dan nasabah. Setiap bentuk perjanjian dalam perbankan syariah harus dilaksanakan dengan memenuhi unsur dan ketentuan yang berlaku dalam hukum Islam (Alamsyahbana et al., 2022).

Bank syariah memiliki empat fungsi utama, yakni sebagai pengelola investasi, penyalur pembiayaan, pelaksana fungsi sosial, dan penyedia layanan jasa keuangan. Dalam perannya sebagai pengelola investasi, bank syariah mengumpulkan dana, terutama dana berbasis mudharabah, untuk disalurkan ke kegiatan usaha yang produktif sehingga menghasilkan keuntungan yang kemudian dibagi dengan pemilik dana. Pada fungsi penyaluran dana, bank syariah berperan sebagai pemilik modal yang menempatkan dana pada bagian-bagian produktif dengan tingkat risiko yang terkendali dan sesuai dengan ketentuan syariah. Fungsi sosial dilaksanakan melalui penghimpunan dan penyaluran dana zakat, infak, sedekah, dan wakaf (ZISWAF) kepada pihak yang berhak dalam bentuk bantuan atau hibah. Selain itu, bank syariah juga memberikan berbagai layanan jasa keuangan, seperti kliring, inkaso, dan pembayaran gaji, dengan sistem yang tetap mengikuti prinsip-prinsip syariah (Hasibuan & Nofinawati, 2021).

E. Perbedaan bank konvensional dan bank syariah

Memiliki perbedaan utama yang terletak pada landasan prinsip serta mekanisme pelaksanaan kegiatan usahanya. Perbedaan ini terlihat pada aspek prinsip usaha, akad yang digunakan, serta sistem pengawasan. Bank konvensional mendapatkan laba dengan menerapkan sistem bunga, sementara bank syariah memperoleh keuntungan melalui pola bagi hasil serta tidak membenarkan adanya riba. Dari segi akad, transaksi pada bank konvensional umumnya didasarkan pada perjanjian keuangan yang mengandung unsur bunga sebagai imbalan atas penggunaan dana. Sebaliknya, bank syariah menjalankan transaksi berdasarkan akad-akad syariah yang mengatur hubungan kerja sama secara adil dan sesuai dengan ketentuan Islam. Dalam aspek pengawasan, bank konvensional berada di bawah pengawasan otoritas perbankan nasional, sementara bank syariah selain diawasi oleh otoritas yang sama juga memperoleh pengawasan tambahan dari Dewan Pengawas Syariah (DPS) (Rahayuningsih, 2024).

F. Bertransformasi

Mengacu pada Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), transformasi dapat dipahami sebagai proses perubahan yang meliputi peralihan bentuk, tampilan, sifat, maupun fungsi dari keadaan semula menuju kondisi yang sepenuhnya baru. Transformasi tidak sekadar menggambarkan proses perubahan biasa, melainkan sebuah pergeseran mendalam yang membawa pembaruan secara menyeluruh, baik dalam aspek bentuk fisik maupun esensi dan cara kerja suatu hal. Dengan kata lain, transformasi menunjukkan adanya proses evolusi yang menjadikan sesuatu lebih berkembang dan memiliki nilai atau fungsi yang berbeda dari keadaan asalnya (KBBI, 2025).

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif yang tujuannya untuk menjelaskan dan memberikan gambaran mendalam mengenai faktor-faktor yang membuat masyarakat belum

beralih dari bank konvensional ke bank syariah. Lokasi penelitian berada di Desa Jambur Tarutung RT 11, Kelurahan Pasar Kotanopan. Pengumpulan data dilakukan melalui teknik wawancara, observasi, dan dokumentasi terhadap 20 informan yang dipilih menggunakan *purposive sampling*. Wawancara bertujuan untuk memperoleh informasi mengenai kebiasaan masyarakat dalam menggunakan bank konvensional, pandangan mereka terhadap bank syariah, serta hambatan yang dialami dalam proses transformasi. Observasi dilakukan untuk mengetahui kondisi serta perilaku masyarakat dalam memanfaatkan layanan perbankan. Dokumentasi digunakan sebagai data pendukung guna melengkapi dan menguatkan temuan dari wawancara dan observasi. Proses analisis data menggunakan model Miles dan Huberman yang mencakup reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Faktor-Faktor Yang Menyebabkan Masyarakat Desa Jambur Tarutung RT 11 Belum Bertransformasi Dari Bank Konvensional Ke Bank Syariah

1. Faktor Budaya

Temuan penelitian menunjukkan bahwa masyarakat Desa Jambur Tarutung RT 11 telah lama menggunakan bank konvensional, bahkan sejak usia muda, dan kebiasaan tersebut diwariskan secara turun-temurun dalam keluarga. Penggunaan bank konvensional telah menjadi bagian dari pola hidup sehari-hari masyarakat, baik untuk menabung, menerima gaji, maupun melakukan transaksi lainnya. Kebiasaan ini tidak hanya bersifat individual, tetapi telah melekat sebagai kebiasaan di masyarakat desa, sehingga bank konvensional dipandang sebagai pilihan yang biasa, aman, dan sudah dikenal.

2. Faktor Sosial

Temuan dari hasil penelitian memperlihatkan bahwa keluarga, tetangga, dan lingkungan sekitar memiliki peran penting dalam membentuk pilihan masyarakat. Sebagian besar informan menyatakan bahwa mereka menggunakan bank konvensional karena keluarga dan masyarakat sekitar juga menggunakan bank tersebut. Kesamaan pilihan bank dinilai memudahkan transaksi, seperti transfer antar anggota keluarga atau patungan, maupun aktivitas keuangan lainnya. Lingkungan sosial yang mayoritas menggunakan bank konvensional secara tidak langsung mendorong masyarakat untuk menyesuaikan diri.

3. Faktor Pribadi

Data lapangan menunjukkan bahwa faktor pribadi seperti pekerjaan, usia, dan kondisi ekonomi juga menyebabkan keputusan masyarakat dalam memilih bank. Sebagian besar informan menyatakan bahwa kebutuhan pekerjaan (misalnya penggajian, usaha, atau pembiayaan seperti KUR) mewajibkan mereka memakai bank konvensional. Selain itu, banyak informan merasa kurang memahami bank syariah karena usia atau kurangnya pengalaman, sehingga secara pribadi mereka merasa lebih nyaman dengan bank konvensional yang sudah mereka kenal sejak lama.

4. Faktor Psikologis

Temuan penelitian menunjukkan bahwa aspek psikologis seperti sikap, persepsi, kepercayaan, dan pengalaman sangat menjadi penyebab preferensi masyarakat. Seluruh informan menyatakan bahwa pengalaman mereka memakai bank konvensional selalu lancar, aman, dan tidak mengecewakan. Mereka merasa nyaman karena fasilitas seperti ATM mudah dijangkau dan pelayanan dirasakan baik. Sebaliknya, mayoritas informan tidak dapat menjelaskan perbedaan signifikan antara bank syariah dan bank konvensional, bahkan menganggap sistem bagi hasil dan sistem bunga itu sama saja.

Kendala Yang Dihadapi Masyarakat Desa Jambur Tarutung RT 11 Belum Bertransformasi Dari Bank Konvensional Ke Bank Syariah

1. Sikap Terhadap Perilaku

Berdasarkan hasil penelitian di Desa Jambur Tarutung RT 11, sikap masyarakat terhadap perilaku berpindah dari bank konvensional ke bank syariah menunjukkan kecenderungan yang relatif terbuka, namun masih bersifat bersyarat. Data lapangan menunjukkan bahwa sebagian besar informan menyatakan setuju apabila suatu saat harus berpindah ke bank syariah, dengan catatan adanya kebutuhan, kewajiban tertentu, serta pemahaman yang jelas mengenai sistem bank syariah. Sikap tersebut menunjukkan adanya penerimaan awal terhadap bank syariah, meskipun belum sepenuhnya diwujudkan dalam tindakan nyata. Sementara itu, sebagian kecil informan menyatakan tidak setuju untuk berpindah karena merasa nyaman dan telah terbiasa menggunakan bank konvensional dalam jangka waktu lama.

2. Norma Subjektif

Data lapangan menunjukkan bahwa sebagian besar informan menyatakan bahwa pendapat keluarga, teman, dan orang terdekat menjadi penyebab terhadap keputusan mereka dalam menggunakan bank, baik untuk tetap memilih bank konvensional maupun apabila suatu saat akan beralih ke bank syariah. Lingkungan terdekat dianggap lebih memahami kondisi dan kebutuhan individu, sehingga pandangan mereka sering dijadikan bahan pertimbangan dalam pengambilan keputusan. Namun, sebagian kecil informan menyatakan bahwa keputusan memilih bank sepenuhnya didasarkan pada pertimbangan pribadi tanpa dipengaruhi oleh pendapat keluarga atau orang lain.

3. Persepsi Kontrol Perilaku

Hasil penelitian memperlihatkan bahwa sebagian besar masyarakat memandang perpindahan ke bank syariah sebagai sesuatu yang sulit dilakukan. Sebagian besar informan menyatakan bahwa kesulitan utama yang dirasakan adalah kurangnya pemahaman mengenai sistem, produk, dan mekanisme operasional bank syariah. Kondisi ini menimbulkan rasa ragu dan kekhawatiran, terutama takut melakukan kesalahan dalam menggunakan layanan perbankan. Di sisi lain, sebagian kecil informan menilai bahwa berpindah ke bank syariah tidak sulit karena prosedur dan persyaratan administrasi dianggap serupa dengan bank konvensional.

KESIMPULAN

Penelitian ini dimaksudkan untuk meneliti faktor-faktor yang menyebabkan masyarakat Desa Jambur Tarutung RT 11 belum bertransformasi dari penggunaan bank konvensional ke bank syariah serta mengidentifikasi kendala dalam proses perubahan tersebut. Hasil penelitian menunjukkan bahwa keputusan masyarakat untuk tetap menggunakan bank konvensional tidak semata-mata didasarkan pada pertimbangan ekonomi, tetapi merupakan hasil interaksi antara faktor budaya, sosial, pribadi, dan psikologis. Kebiasaan menggunakan bank konvensional yang telah terbentuk sejak lama, keluarga dan lingkungan sekitar, serta persepsi masyarakat terhadap kemudahan dan kenyamanan layanan bank konvensional membentuk sikap dan keputusan untuk tetap menggunakan bank konvensional.

Selain itu, kendala utama dalam proses transformasi menuju bank syariah terletak pada aspek sikap terhadap perilaku, norma subjektif, dan persepsi kontrol perilaku. Walaupun ada sebagian masyarakat yang bersikap terbuka terhadap peluang beralih ke bank syariah, keterbatasan pemahaman terhadap sistem dan produk perbankan syariah serta minimnya dorongan dari lingkungan sosial menyebabkan niat tersebut belum diwujudkan dalam tindakan nyata. Dengan demikian, transformasi masyarakat ke arah penggunaan bank syariah tidak hanya memerlukan penyediaan produk yang sesuai, tetapi juga membutuhkan penguatan literasi, sosialisasi yang berkelanjutan, serta strategi pendekatan.

DAFTAR PUSTAKA

- Alamsyahbana, M. I., Munaf, T., Mahfuddin, R., Sitepu, A. P., Simanjuntak, J. E., Pardede, R. M., & Putri, A. S. (2022). *Bank dan Lembaga Keuangan*. CV. Azka Pustaka.
- Anggriana, E., Zakariah, M. A., Faisal, A., & Sutrisno. (2024). Analisis Kecenderungan Masyarakat Muslim di Kelurahan Ulunggolaka Kecamatan Latambaga Kabupaten Kolaka Provinsi Sulawesi Tenggara. *Jurnal Ekonomi Bisnis Syariah*, 7(17–22).
- Eliza, R. (2024). *Bank dan Lembaga Keuangan Non Bank*. CV. Adanu Abimata.
- Feby, F. E., Juliani, T. F., & Desiana, L. (2025). Analisis persepsi masyarakat dan peran lingkungan terhadap minat menabung di bank syariah pada masyarakat Pasar Induk Jakabaring Palembang. *Jurnal Ekonomi Kiat*, 36(1), 32–42.
- Harinie, L. T., Triyono, A., Saputri, M. E., Hanafiah, H., Arissaputra, R., Wijaya, N. P. N. P., Suyatno, A., Rahayu, T., Syahputra, Warnadi, Khasanah, J. S. N., Yuswono, I., Sakti, D. P. B., Ilham, B. U., & Mansur, D. M. (2023). *Perilaku Konsumen*. CV. Intelektual Manifes Media.
- Hasibuan, A. N., & Nofinawati. (2021). *Pemahaman Masyarakat Kota Padangsidimpuan Tentang Produk Perbankan Syariah*. Akademia Pustaka.
- Ismail. (2011). *Perbankan Syariah*. Prenada Media.
- Mulyani, I. R., & Rahmi. (2025). Analisis Faktor Penyebab Masyarakat Jorong Pakan Sinayan Nagari Kamang Tangah Anam Suku Memilih Bertransaksi Menggunakan Bank Konvensional Daripada Bank Syariah. *Jurnal Riset Dan Pengetahuan Nusantara*, 6(2), 41–50.
- Naherta, M., Refnandes, R., & Machmud, R. (2024). *Mengubah Perilaku Kesehatan: Strategi Efektif dan Efisien*. PT. Adab Indonesia.
- Novita, D. (2024). *Hukum Lembaga keuangan syariah bank & non bank* (E. Johari, I. S. Cahyanti, & A. S. Putra (eds.)). CV. Sinar Jaya Berseri.
- Rahayuningsih, T. (2024). *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya*. CV Epigraf Komunikata Prima.
- Rizqiyah, A., Maysarah, Vanessa, & Anggraini, T. (2024). Analisis Pandangan Masyarakat Terhadap Perbankan Syariah. *Jurnal Ekonomi Manajemen Perbankan*, 6(1), 51–60.
- Samsiyah, S., Latif, N., Aprilia, C. D., Auliansyah, A. R., Raditya, G., Zukar, M., & S, N. T. A. (2023). *Perilaku Konsumen*. CV. Mega Press Nusantara.
- Suyono, & Muh.Syarif. (2024). *Perilaku Konsumen*. Eureka Media Aksara.
- Utami, C. W., Tanesia, C. Y., Suade, Y. K. M., Aqwila, D. C., Kurniasari, A., Wijaya, J., Alfiana, M., Junaedi, A., Padmawidjaja, L., Mastan, S. A., Afandi, E. P., Alim, R., Lianto, B., & Widiarti, N. S. (2024). *Konsep dan Aplikasi dalam Dunia Bisnis Modern*. Penerbit Universitas Ciputra.