

Mengoptimalkan Peran Perbankan Syariah Dalam Mendukung Wisata Halal di Indonesia

Mukhtar Adinugroho^{1*}, Mohamad Nur Efendi²⁾, Nasrulloh³⁾, Ubaidillah Zuhdi⁴⁾

¹ Fakultas Ekonomi Bisnis dan Teknologi Digital, Universitas Nahdlatul Ulama Surabaya, Indonesia

² Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri Ponorogo, Indonesia

³ Fakultas Studi Islam, Universitas Trunojoyo Madura, Indonesia

⁴ Fakultas Ekonomi Bisnis dan Teknologi Digital, Universitas Nahdlatul Ulama Surabaya, Indonesia

*Email korespondensi: adi.msei2018@unusa.ac.id

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisa peran perbankan syariah dalam mendukung wisata halal dan untuk menganalisa potensi bank syariah dalam mendukung wisata halal. Adapun rumusan masalah dari penelitian ini adalah untuk mengetahui kondisi bank syariah saat ini dalam mendukung wisata halal di Indonesia, untuk mengetahui peran bank syariah dan fasilitas yang telah diberikan oleh bank syariah, dan untuk mengetahui sejauh mana bank syariah dalam memanfaatkan peluang yang ada. Metodologi Penelitian ini dilakukan dengan pendekatan deskriptif kualitatif, dengan lebih banyak bersifat uraian dari hasil wawancara mendalam dan studi dokumentasi. Data yang telah diperoleh akan dianalisis secara kualitatif serta diuraikan dalam bentuk deskriptif. Sementara sumber data yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari 2 sumber yaitu data primer dan data sekunder. Data Primer ialah data yang diperoleh langsung dari responden yang menjadi subjek dalam penelitian. Data primer diperoleh dengan melakukan wawancara dan observasi langsung kepada Bank syariah, tour guide, pelaku UMKM, dan pengunjung domestik. Yang kedua adalah data sekunder, yaitu data yang diperoleh dari studi literatur (kajian pustaka) dengan cara mencari beberapa referensi baik dari jurnal terdahulu maupun buku, sebagai bahan rujukan dalam penelitian ini. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kondisi bank syariah dalam mendukung wisata halal belum melakukan sosialisasi yang efektif kepada para pelaku industri wisata, akses kantor dan jaringan atm yang masih sulit ditemui serta kurangnya promosi yang dilakukan oleh perbankan syariah sementara potensi bank syariah itu sendiri dapat melakukan inovasi produk dengan memberikan kekhususan produk pembiayaan bagi para pelaku industri wisata serta melakukan event yang menarik agar dapat merubah mindset masyarakat bahwa bank syariah merupakan bank yang inklusif dan bukan eksklusif.

Kata kunci: Bank Syariah, Regulasi, Wisata Halal.

Abstract

This research aims to analyze the role of sharia banking in supporting halal tourism and to analyze the potential of sharia banks in supporting halal tourism. The problem formulation of this research is to determine the current condition of sharia banks in supporting halal tourism in Indonesia, to find out the role of sharia banks and the facilities provided by sharia banks, and to find out the extent to which sharia banks are taking advantage of existing opportunities. Methodology This research was carried out using a qualitative descriptive approach, with more descriptions from the results of in-depth interviews and documentation studies. The data that has been obtained will be analyzed qualitatively and described in descriptive form. Meanwhile, the data sources used in this research consist of 2 sources, namely primary data and secondary data. Primary data is data obtained directly from respondents who are subjects in the research. Primary data was obtained by conducting interviews and direct observations with Islamic banks, tour guides, MSMEs and domestic visitors. The second is secondary data, namely data obtained from literature studies (library review) by searching for several references, both from previous journals and books, as reference material in this research. The research results show that the condition of sharia banks in supporting halal tourism has not carried out effective outreach to tourism industry players, office access and ATM networks are still difficult to find and there is a lack of promotion carried out by sharia banks while the potential of sharia banks themselves can carry out product innovations by providing specific financing products for tourism industry players and holding interesting events to change the public mindset that sharia banks are inclusive and not exclusive banks.

Keywords: Sharia Banking, Regulation, Halal Tourism.

Saran sitasi: Adinugroho, M., Efendi, M. N., Nasrulloh., & Zuhdi, U. (2024). Mengoptimalkan Peran Perbankan Syariah Dalam Mendukung Wisata Halal di Indonesia. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 10(01), 96-105. doi: <http://dx.doi.org/10.29040/jiei.v10i1.12251>

DOI: <http://dx.doi.org/10.29040/jiei.v10i1.12251>

1. PENDAHULUAN

Indonesia sebagai negara dengan populasi penduduk beragama Islam terbesar di dunia hendaknya menjadikan pariwisata halal sebagai lokomotif pembangunan ekonomi. Salah satu industri halal yang telah mengalami pertumbuhan dengan pesat adalah pariwisata halal atau wisata halal (Kemenpar, 2015). Hal ini dapat dibuktikan dengan meningkatnya peringkat Indonesia sebagai negara destinasi halal dunia dalam kurun waktu 3 tahun berturut-turut (Subarkah, 2018). Namun, Indonesia belum mampu sebagai peringkat pertama sebagai negara destinasi halal hal ini menunjukkan bahwa pariwisata halal di Indonesia belum digarap serius oleh berbagai pihak, padahal jika digarap lebih serius potensi pengembangan pariwisata halal di Indonesia sangat besar (Adinugraha et al., 2018).

Terdapat empat komponen pendukung kesuksesan dari wisata halal ini di antaranya adalah penyedia jasa perjalanan, transportasi menarik atau tidaknya wisata tersebut, hingga dukungan melalui penyedia layanan keuangan, yaitu bank syariah. Peran bank syariah sangat besar dibutuhkan dalam pengembangan wisata halal. Bank syariah hadir untuk dapat meningkatkan perekonomian nasional serta adanya kebutuhan akan praktik transaksi yang sesuai dengan prinsip Islam. Oleh karena itu, bank syariah dan wisata halal memiliki keterkaitan yang sangat erat dan tidak bisa dilepaskan satu sama lain. Namun, masih banyak permasalahan yang dihadapi oleh perbankan syariah itu sendiri.

Namun, Indonesia belum mampu sebagai peringkat pertama sebagai negara destinasi halal. Hal ini menunjukkan bahwa pariwisata halal di Indonesia belum digarap serius oleh berbagai pihak, padahal jika digarap lebih serius potensi pengembangan pariwisata halal di Indonesia sangat besar (Kemenpar, 2015). Menurut Rusmahafi (2015) terdapat empat komponen pendukung kesuksesan dari wisata halal ini di antaranya adalah penyedia jasa perjalanan, transportasi, menarik atau tidaknya wisata tersebut, hingga dukungan melalui penyedia layanan keuangan, yaitu bank syariah. Peran bank syariah sangat besar dibutuhkan dalam pengembangan wisata halal. Menurut (Violita & Handarbeni, 2017) bank syariah

hadir untuk dapat meningkatkan perekonomian nasional serta adanya kebutuhan akan praktik transaksi yang sesuai dengan prinsip Islam. Oleh karena itu, bank syariah dan wisata halal memiliki keterkaitan yang sangat erat dan tidak bisa dilepaskan satu sama lain. Namun, masih banyak permasalahan yang dihadapi oleh perbankan syariah itu sendiri. Pada tahun 2017, pangsa pasar perbankan syariah di Indonesia hanya sebesar 5,32 persen, tentu sebagai negara dengan mayoritas penduduk muslim terbesar di dunia, angka 5,32 persen tersebut masih sangat rendah dibandingkan dengan Malaysia yang telah memiliki pangsa pasar perbankan syariahnya mencapai 23,8 persen (Okezone, 2017).

Penelitian yang dilakukan oleh Junaidi (2015) menyatakan bahwa pemahaman masyarakat terhadap produk-produk perbankan syariah menjadi salah satu faktor yang paling menentukan bagi masyarakat dalam menggunakan produk-produk bank syariah, namun pada kenyataannya, pada tahun 2016 pemahaman masyarakat tentang produk-produk perbankan syariah masih sangat rendah. Hal ini tercermin dari Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan yang dilakukan oleh Otoritas Jasa Keuangan yang menemukan bahwa indeks literasi keuangan syariah sebesar 8,11 persen sementara indeks inklusi keuangan syariah sebesar 11,6 persen, hal ini mengindikasikan pemahaman masyarakat terhadap produk-produk keuangan syariah masih sangat rendah. Hal ini diperkuat dari hasil penelitian yang dilakukan oleh Rivai et al. (2015) yang menemukan bahwa perbankan syariah belum mampu untuk memberikan suatu persepsi yang baru terhadap produk-produk perbankan syariah itu sendiri.

Dengan kata lain, seharusnya perbankan syariah mampu untuk membangun image yang berbeda di mata konsumen dengan keunikan dari produk-produk perbankan syariah itu sendiri. Sementara itu, permasalahan lain yang dihadapi oleh perbankan syariah adalah adanya kesan eksklusifitas, bahwa perbankan syariah hanya dapat digunakan oleh orang-orang yang beragama Islam saja karena produk-produk perbankan syariah lebih didominasi dengan menggunakan simbol-simbol Arab. Simbol eksklusifitas tersebut ditandai dengan banyaknya

produk-produk perbankan syariah yang menggunakan istilah Arab tanpa memandang efisiensi dan efektivitas penggunaan istilah tersebut di kalangan masyarakat majemuk (Ghani, 2012). Tentunya, hal ini menjadi kontraproduktif terhadap wisata halal dimana wisata halal sendiri adalah wisata universal yang dapat dinikmati oleh seluruh kalangan tanpa memandang suku, agama, ras dan antar-golongan (Kemenpar, 2015). Untuk itu, Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis kondisi bank syariah saat ini dalam mendukung wisata halal dan untuk menganalisis potensi bank syariah dalam mendukung wisata halal.

Berdasarkan latar belakang diatas, maka dapat dirumuskan identifikasi permasalahan sebagai berikut: 1. Bagaimana Kondisi Bank syariah dalam mendukung wisata halal? 2. Bagaimana bentuk Promosi, dan fasilitas yang disediakan Bank syariah? 3. Bagaimana Bank syariah memanfaatkan peluang yang ada sebagai bentuk kualitas Bank syariah?

Adanya idetifikasi masalah serta rumusan masalah menghadirkan Tujuan rumusan yang akan dicapai yaitu:

- a. Untuk mengetahui kondisi bank syariah saat ini dalam mendukung wisata halal di Indonesia,
- b. Untuk mengetahui peran bank syariah dan fasilitas yang telah diberikan oleh bank syariah,
- c. Untuk mengetahui sejauh mana bank syariah dalam memanfaatkan peluang yang ada.

Metodologi Penelitian ini dilakukan dengan pendekatan deskriptif kualitatif, dengan lebih banyak bersifat uraian dari hasil wawancara mendalam dan studi dokumentasi. Data yang telah diperoleh akan dianalisis secara kualitatif serta diuraikan dalam bentuk deskriptif. Sementara sumber data yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari 2 sumber yaitu data primer dan data sekunder. Data Primer ialah data yang diperoleh langsung dari responden yang menjadi subjek dalam penelitian. Data primer diperoleh dengan melakukan wawancara dan observasi langsung kepada Bank syariah, tour guide, pelaku UMKM, dan pengunjung domestik. Yang kedua adalah data sekunder, yaitu data yang diperoleh dari studi literatur (kajian pustaka) dengan cara mencari beberapa referensi baik dari jurnal terdahulu maupun buku, sebagai bahan rujukan dalam penelitian ini.

Setelah peneliti melakukan sebuah telaah terhadap beberapa penelitian, ada beberapa yang memiliki keterkaitan dengan penelitian yang peneliti

lakukan. Penelitian yang pertama yang berhasil peneliti temukan adalah penelitian dari Raden Bagus Faizal Irary Sidharta (2017) yang berjudul "Optimalisasi peran bank syariah dalam mendukung wisata halal". Tujuan penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan peran optimal dari bank syariah terhadap wisata halal di Jawa Barat dengan metode pengambilan observasi lapangan untuk melihat seberapa banyak peran bank syariah yang sudah berjalan untuk mendukung wisata halal. Mengenai penelitian diatas sangat membantu penulis dalam mengembangkan lebih dalam lagi atas kajian dari peran perbankan syariah dilihat dari produk yang sudah ada di bank syariah dan penelitian ini akan dikaji lebih dalam lagi di pembahasan yang penulis uraikan dalam penelitian ini (Hutapea & Kasri, 2010). Kemudian yang kedua, penelitian dari Ranca Rahmadika (2022) yang berjudul "Analisis Peran Perbankan Syariah dalam Mendukung Wisata Halal di Kabupaten Pesisir Selatan Studi Kasus Carocok Painan". Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis peran bank syariah dalam mendukung wisata halal di Carocok Painan. Penelitian tersebut sangat membantu penulis dalam mengembangkan lebih luas dan dalam perihal peran perbankan syariah untuk mendukung wisata halal.

Perbankan syariah mampu untuk membangun image yang berbeda di mata konsumen dengan keunikan dari produk-produk perbankan syariah itu sendiri. Sementara itu, permasalahan lain yang dihadapi oleh perbankan syariah adalah adanya kesan eksklusifitas, bahwa perbankan syariah hanya dapat digunakan oleh orang-orang yang beragama Islam saja karena produk-produk perbankan syariah lebih di dominasi dengan menggunakan simbol-simbol Arab. Simbol eksklusifitas tersebut ditandai dengan banyaknya produk-produk perbankan syariah yang menggunakan istilah Arab tanpa memandang efisiensi dan efektivitas penggunaan istilah tersebut di kalangan masyarakat majemuk (Ghani, 2012). Tentunya, hal ini menjadi kontraproduktif terhadap wisata halal dimana wisata halal sendiri adalah wisata universal yang dapat dinikmati oleh seluruh kalangan tanpa memandang suku, agama, ras dan antar-golongan (Kemenpar, 2015). Untuk itu, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis kondisi bank syariah saat ini dalam mendukung wisata halal dan untuk menganalisis potensi bank syariah dalam mendukung wisata halal. (Saripudin et al., 2021).

Tinjauan Literatur

Wisata halal adalah kegiatan yang didukung oleh berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan masyarakat, pengusaha, pemerintah, dan pemerintah daerah yang memenuhi ketentuan syariah (Kemenpar, 2015). Wisata halal adalah segala sesuatu yang diperbolehkan berdasarkan hukum Islam atau hukum syariah. Wisata halal, dimanfaatkan oleh banyak orang karena karakteristik, produk, dan jasanya yang bersifat universal. Halal diartikan dibenarkan, sedangkan haram diartikan dilarang (Battour dan Ismail, 2015). Wisata halal merupakan konsep baru pariwisata. Wisata halal bukanlah wisata religi seperti haji dan umroh. Wisata halal adalah melayani hiburan dengan menyesuaikan gaya liburan sesuai dengan kebutuhan dan permintaan traveler muslim (Kemenpar, 2015). Islam telah mengatur dan mengajarkan kepada seluruh umatnya untuk berlaku dan bertindak dalam kehidupan sehari-hari, seperti melaksanakan ibadah salat 5 kali sehari semalam dan menjauhi makanan dan minuman yang haram (Cetin dan Dencer, 2016). Hal ini tentunya, tidak hanya sebatas pada makanan dan minuman, namun keterkaitan akan proses-proses bisnis dalam industri tersebut haruslah berlandaskan akan hukum Islam, dengan kata lain proses bisnis tersebut haruslah halal (Ismaeel dan Blaim, 2012).

Halal merupakan bagian dari sistem kepercayaan, kode etik-moral, dan integral dalam kehidupan sehari-hari. Sehingga, kata halal tidak hanya pada pemakaian yang dilakukan pada tataran konsumsi akhir saja, melainkan sumber atau produksinya pun harus berlandaskan kehalalan tersebut (Jaelani, 2017). Sementara itu, wisata halal merupakan suatu keterkaitan yang erat antara satu industri dengan industri yang lainnya, wisata halal merupakan perpaduan dari berbagai sektor industri salah satunya sektor keuangan halal atau keuangan syariah (Shafei dan Mohamed, 2015). Dalam keuangan syariah itu sendiri terdapat perbankan syariah dimana menurut UU No.21 Tahun 2008, perbankan syariah adalah kegiatan yang berhubungan dengan bank umum syariah dan unit usaha syariah yang mencakup kelembagaan, kegiatan usaha serta cara dan proses pelaksanaan kegiatannya. Lahirnya perbankan syariah dilandasi oleh keyakinan bahwa sistem bunga (riba) yang berlaku pada perbankan konvensional adalah sistem yang telah mengeksploitasi perekonomian dan cenderung tidak adil bagi salah satu pihak, tentu hal ini dilarang dalam prinsip-prinsip hukum Islam

(Setiawan, 2006). Tentunya, dengan hadirnya perbankan syariah yang mengusung suatu sistem yang baru yaitu sistem bebas bunga, menjadi suatu perhatian yang menarik bagi seluruh kalangan ditengah sistem konvensional yang sudah dimengerti dan dipahami oleh masyarakat luas, maka karena hadirnya perbankan syariah di tengah-tengah masyarakat relatif baru, perbankan syariah dihadapi beberapa tantangan.

Tantangan yang dihadapi oleh perbankan syariah diantaranya adalah pemenuhan gap sumber daya insani yang mengerti dan memahami produk-produk keuangan syariah untuk mampu menjelaskan kepada masyarakat, inovasi pengembangan produk dan layanan perbankan syariah yang kompetitif berbasis kekhususan kebutuhan masyarakat dan kelangsungan program sosialisasi dan edukasi kepada masyarakat (Alamsyah, 2012). Di sisi lain, karena perbankan syariah merupakan suatu perbankan dengan sistem yang baru hadir ditengah-tengah masyarakat, maka penguatan akan branding atau image dari perbankan syariah tersebut sangat diperlukan hal ini penting untuk dilakukan agar konsep-konsep yang ditawarkan oleh perbankan syariah tidak disalah artikan oleh masyarakat global (Alsheran, 2010).

2. METODOLOGI

Penelitian ini dilakukan dengan pendekatan deskriptif kualitatif, dengan lebih banyak bersifat uraian dari hasil wawancara mendalam dan studi dokumentasi. Data yang telah diperoleh akan dianalisis secara kualitatif serta diuraikan dalam bentuk deskriptif. Sementara sumber data yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari 2 sumber yaitu data primer dan data sekunder. Data primer merupakan data yang diperoleh langsung dari responden yang menjadi subjek dalam penelitian. Data primer diperoleh dengan melakukan wawancara dan observasi langsung kepada tour guide, pengusaha perjalanan wisata dan pemilik hotel, lalu data sekunder yaitu data pendukung yang diperoleh dari tempat penelitian, jurnal, buku-buku literatur dan dokumen lainnya yang ada hubungannya dengan masalah penelitian. Adapun metode pemilihan informan untuk mendapatkan data dalam penelitian ini adalah dengan purposive sampling. Sementara, teknik analisa data dalam penelitian ini menggunakan analisis dari Miles dan Hubberman melalui pengumpulan data, reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan (Miles dan Hubberman, 2009).

Reduksi data merujuk pada proses pemilihan, pemfokusan, penyederhanaan, abstraksi dan pentransformasian data mentah yang terjadi dalam catatan lapangan tertulis. Sebelum data dikumpulkan, reduksi data dilakukan peneliti (Setiawan, 2006). Reduksi data berlangsung terus menerus selama penelitian kualitatif berlangsung (Putra, 2015). Sebenarnya sebelum data benar-benar terkumpul, antisipasi akan adanya reduksi data sudah tampak waktu memutuskan kerangka konseptual, wilayah penelitian, permasalahan penelitian dan pendekatan pengumpulan data yang digunakan (Miles dan

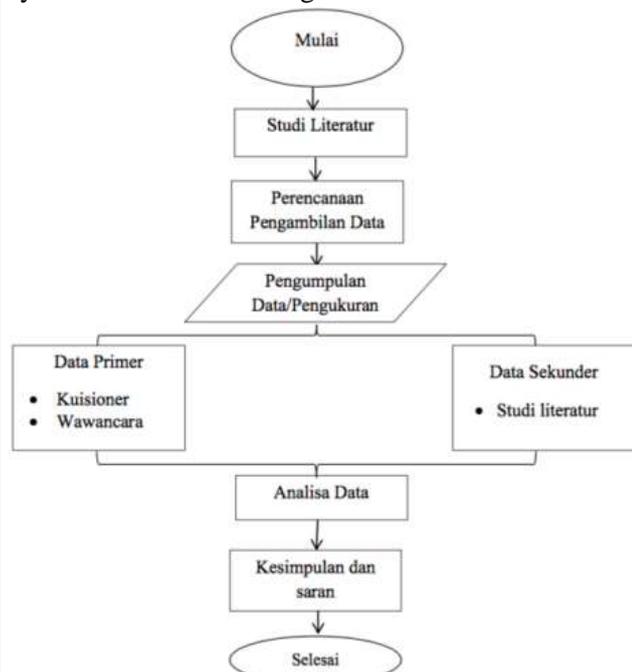
Hubberman, 2009). Setelah dilakukan reduksi hasil wawancara, selanjutnya dilakukan penyajian model data yang merupakan kumpulan informasi sebagai dasar pendeskripsian kesimpulan dan pengambilan tindakan (Putra, 2015). Merancang kolom dari suatu matrik untuk data kualitatif dan menentukan data yang mana, dalam bentuk yang mana, harus dimasukkan kedalam sel yang mana data tersebut ditempatkan, sesuai hasil reduksi data dari berbagai literatur tentang wisata halal serta bank syariah dan hasil wawancara para informan (Moeleong, 2007).

Tabel 1. Pendisiplinan Data

| No | Tujuan | Tema | Sumber |
|----|--|--|---------------|
| 1. | Kondisi bank syariah dalam mendukung wisata halal. | Kurang sosialisasi bank syariah (seminar-seminar bank syariah) | TG1, TR1, HT1 |
| | | Akses kantor cabang bank syariah dan jaringan ATM yang sulit ditemui serta kecanggihan teknologi yang masih belum memadai. | TG1, TR1, HT1 |
| | | Kurangnya promosi dari produk-produk bank syariah. | TG1, TR1, HT1 |
| 2. | Potensi bank syariah dalam mendukung wisata halal | Kekhususan produk pembiayaan bagi wisata halal. | TG1, TR1, HT1 |
| | | Event yang diadakan oleh bank syariah untuk mendukung pariwisata halal agar dapat melahirkan experience bagi wisatawan. | TG1, TR1, HT1 |

Keterangan: TG = Tour Guide (1), TR = Pengusaha perjalanan wisata (2), HT = Pemilik Hotel (3)

Pemeriksaan atau verifikasi kesimpulan yang ditarik maka digunakan hasil wawancara dengan para informan agar kesimpulan yang diambil dapat dipertanggungjawabkan dan tidak diragukan keabsahannya. Berikut ini hasil penarikan kesimpulan dan verifikasi yang dilakukan dalam peran bank syariah untuk mendukung wisata halal.



Gambar 1. Diagram alir penelitian

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Kurangnya Sosialisasi Yang Dilakukan oleh Bank Syariah

Peran bank syariah dalam mendukung wisata halal masih dirasa sangat kurang. Sejauh ini para pelaku industri pariwisata menganggap bank syariah dan bank konvensional sama saja dan tidak ada bedanya, seperti yang diungkapkan oleh informan 1

“sampai saat ini, tidak ada perbedaan yang signifikan antara perbankan syariah dan perbankan konvensional, hanya katanya sih sistemnya yang tidak menggunakan bunga, hanya itu saja yang saya tahu yang lainnya belum terlalu paham, jadi belum berani jadi nasabah bank syariah.”

Hal senada diungkapkan oleh informan 2 yang menyatakan bahwa pemahaman tentang bank syariah hanya sebatas dari sistem yang digunakan bagi hasil dan tidak menggunakan bunga namun untuk perhitungan-perhitungan yang lain masih banyak yang belum dipahami seperti yang diungkapkan berikut ini:

“yang saya tahu sistem di bank syariah menggunakan nisbah bagi hasil ataupun margin tidak menggunakan bunga, tetapi untuk

perhitungan pengembalian biaya dan sebagainya saya masih belum paham cuman katanya kalau kita minjam ke bank syariah lebih mahal marginnya daripada ke bank konvensional, jadi ya ke bank konvensional aja, usaha perjalanan wisata saya pakai pembiayaan dari bank konvensional.”

Begitupun dengan informan 3 yang merupakan pemilik nasabah salah satu bank syariah, pengembalian akan pinjaman tersebut dirasa jauh lebih besar daripada bank konvensional sehingga hal ini membuat pilihan utama bagi mereka untuk menjauh dari bank syariah dan justru cenderung beralih ke lembaga keuangan lainnya seperti lembaga pembiayaan lainnya, alasan rasional pun tetap menjadi yang utama bagi seorang nasabah dalam menentukan pilihannya membuat keputusan untuk menjadi nasabah perbankan.

“pernah suatu saat saya ada pembiayaan di bank syariah, tapi setelah dihitung rasanya lebih banyak saya mengembalikan ke bank syariah daripada ke bank konvensional, jadi saya gak minjem lagi di bank syariah karena jatuhnya lebih mahal ketimbang bank konvensional sekalian aja minjem di lembaga pembiayaan lain.”

Dari pernyataan ketiga informan tersebut sangat jelas bahwa, kondisi saat ini, bank syariah masih belum maksimal dalam melakukan sosialisasi. Sebagai suatu jenis bank yang baru muncul, bank syariah dituntut untuk mampu melakukan sosialisasi kepada seluruh lapisan masyarakat hingga masyarakat tersebut mengetahui dan memahami proses bekerjanya perbankan syariah itu sendiri (Setiawan, 2006). Menurut (Alamsyah, 2012) kegiatan untuk menggugah ketertarikan dan minat masyarakat untuk memanfaatkan produk dan layanan bank syariah harus terus dilakukan. Perbankan syariah perlu meningkatkan “kemandiriannya” dalam melakukan berbagai edukasi dan sosialisasi kepada masyarakat karena selama ini edukasi dan sosialisasi yang dilakukan sifatnya hanya menunggu dari event-event yang dilaksanakan oleh otoritas keuangan baik itu Bank Indonesia maupun Otoritas Jasa Keuangan.

Di sisi lain, pemahaman dan rasional masih merupakan pilihan utama bagi masyarakat terutama bagi pengusaha, untuk menjadi nasabah bank syariah. Hal ini sesuai dengan Penelitian yang dilakukan oleh (Junaidi, 2015) yang menyatakan bahwa alasan utama

masyarakat memilih menjadi nasabah bank syariah dikarenakan pemahaman masyarakat itu sendiri terhadap konsep-konsep perbankan syariah, selain itu juga penelitian yang dilakukan oleh (Wibowo & Hadiwinoto, 2015) bahwa sikap pengusaha dalam memilih pembiayaan di bank syariah dipengaruhi oleh faktor pemahaman yang rasional dari produk-produk pembiayaan syariah itu sendiri.

Ketika pembiayaan tersebut dapat menguntungkan usahanya maka pengusaha cenderung akan mengambil pembiayaan tersebut namun ketika biaya yang dikeluarkan lebih besar dan dapat mengurangi keuntungan dari usahanya maka pengusaha tersebut akan meninggalkan produk pembiayaan tersebut.

Akses Kantor dan Jaringan ATM Yang Masih Sulit Ditemui

Dalam mendukung wisata halal, kantor dan jaringan ATM bank syariah masih sangat sulit untuk ditemui, terutama pada tempat-tempat destinasi wisata. Hal ini diungkapkan oleh informan 1 seperti berikut ini:

“...baik wisatawan asing maupun wisatawan domestik jarang menggunakan bank syariah mereka lebih menggunakan bank konvensional, soalnya sulit mengakses kantor dan jaringan ATM bank syariah apalagi di daerah-daerah wisata, jadi ya balik lagi meskipun mereka muslim, ya mau gak mau mereka menggunakan bank konvensional...”

Hal ini ditambahkan oleh informan 2, bahwa wisatawan muslim sekalipun masih sangat jarang menggunakan bank syariah karena akses kantor bank syariah beserta ATMnya sulit ditemui seperti berikut ini:

“...wisatawan muslim yang datang ke sini jarang menggunakan bank syariah, mereka menggunakan bank konvensional juga, jadi disini yang terjangkau ya kantor sama ATM bank konvensional, itupun ditengah kota, kalau daerah-daerah wisata jarang sekali ada bank syariah...”

Wisatawan mancanegara yang didalamnya terdapat wisatawan muslim yang berlibur tidak pernah mencari dan melakukan pembayaran melalui bank syariah ini dikarenakan akses menuju kantor bank syariah masih terbatas dan layanan ATM yang sulit ditemui menyebabkan para pelaku industri wisata

tidak menggunakan layanan bank syariah. Hal ini diungkapkan oleh informan 3 berikut ini:

“...kan bank syariah itu masih terbatas ya, jadi sulit wisatawan untuk menggunakan bank syariah, kalau bank konvensional sudah banyak jadi lebih mudah...”

Hal ini sesuai dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Isnandar, Firdaus, and Maulana (2016) bahwa jaringan kantor bank syariah belum merata untuk menjangkau masyarakat. Lebih jauh dari itu, jaringan kantor bank syariah dan ATM masih sangat sulit untuk ditemui di tempat-tempat wisata. Tentunya, kehadiran kantor dan jaringan ATM merupakan salah satu bentuk pelayanan yang dapat diberikan oleh bank syariah kepada masyarakat, khususnya kepada para wisatawan dan para pelaku industri wisata. Lokasi menjadi salah satu hal yang berpengaruh terhadap keputusan masyarakat menjadi nasabah bank syariah (Ma'arfi dan Trisnawati, 2016).

Lokasi dan sarana prasarana yang mendukung akan memudahkan nasabah dalam menjalankan transaksinya. Kemudahan tersebut didapatkan apabila lokasi kantor dan jaringan ATM bank syariah berada di tempat-tempat yang strategis. Hal ini akan dapat memperkuat layanan bank syariah kepada masyarakat. Penelitian yang dilakukan oleh (Sumantri, 2014) kualitas layanan menjadi salah satu faktor yang menentukan bagi masyarakat untuk menjadi nasabah bank syariah. Sehingga, kantor dan jaringan ATM merupakan salah satu faktor kunci bagi bank syariah untuk mendapatkan nasabah-nasabah baru. Hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Wahyulina et al (2018) bahwa jaringan ATM yang berada di lokasi atau daerah wisata sangat penting untuk memudahkan wisatawan dalam mengambil uang tunai.

Kurangnya Promosi Yang Dilakukan Bank Syariah

Bank syariah masih sangat kurang dalam melakukan promosi. Kurangnya promosi-promosi yang menarik yang diberikan oleh bank syariah membuat wisatawan dan para pelaku industri wisata tidak menggunakan bank syariah. Hal ini diungkapkan oleh informan 3 seperti berikut ini:

“...bank syariah jarang saya mendengar melakukan promosi-promosi, jadi itu juga mungkin yang menyebabkan orang belum paham tentang bank syariah...” (informan 1)

“... saya pernah bertanya kepada salah satu wisatawan mengapa tidak menggunakan bank syariah, salah satu alasannya dikarenakan jarang ada promo-promo menarik, kalau bank konvensional banyak promonya seperti potongan harga kalau menggunakan debit card bank tersebut atau produk-produk yang lainnya jarang...” (informan 2)

Hal ini mengindikasikan bahwa bank syariah harus lebih gencar kembali untuk mengadakan promosi-promosi, baik branding dari bank syariah itu sendiri ataupun promosi melalui produk-produknya. Promosi ini penting dilakukan agar terdapat perbedaan yang jelas antara bank syariah dengan bank konvensional. Inovasi dari produk-produk perbankan syariah dalam mendukung wisata halal juga sangat dibutuhkan. Alasan masyarakat menggunakan bank syariah adalah karena menjalankan hukum Islam adalah hal yang penting. Sehingga, keseluruhan siklus bisnis dan aktivitas ekonomi benar-benar berjalan berdasarkan hukum Islam (Yasri, 2012). Promosi atau mengenalkan bank syariah dan produk-produknya memiliki pengaruh yang sangat signifikan untuk dapat mempengaruhi nasabah non-muslim untuk menjadi nasabah bank syariah. Dari hasil penelitian tersebut mengindikasikan bahwa masyarakat non-muslim tertarik untuk menjadi nasabah bank syariah karena promosi yang dilakukan (Yupitri dan Sari, 2012). Di sisi lain, Brand image bank syariah menjadi faktor penentu utama agar masyarakat tertarik untuk menggunakan bank syariah (Alsheran, 2010).

Bank syariah merupakan bank yang memiliki segmen pasar tersendiri yakni pasar religiusitas yang tinggi. Untuk itu, bank syariah dapat memanfaatkan emotional brand image. Emotional brand image merupakan cara bagi perusahaan untuk dapat menggunakan komunikasi pemasaran yang mencoba untuk mendengarkan keinginan, aspirasi dan kebutuhan dari para calon konsumen (Thompson, Rindfleisch, dan Arsel, 2006). Dengan memanfaatkan emotional brand image ini bank syariah akan lebih mudah untuk mendapatkan pangsa pasarnya dan bahkan meningkatkan market sharenya. Melalui emotional brand image, konsumen akan memiliki experience terhadap suatu produk dan jasa yang dinikmatinya dan mereka akan memiliki ikatan yang sangat kuat dengan perusahaan tersebut sehingga akan menimbulkan loyalitas (Thompson et al., 2006).

Kekhususan Produk Pembiayaan Bagi Pelaku Wisata Halal

Besarnya kontribusi perbankan dalam menyalurkan pinjaman kepada sektor riil dengan menggunakan dana yang berasal dari masyarakat merupakan bentuk efektivitas perbankan dalam menjalankan fungsi intermediasinya. Bank syariah memiliki karakteristik yang berbeda dari bank konvensional pada umumnya (Priyanto, Fahmi, dan Ismal, 2016). Bank syariah dapat mengisi segmen pasar bagi masyarakat muslim yang ingin berbisnis secara benar-benar mengikuti hukum Islam atau syariah. Islam mengatur segala aktivitas kehidupan yang dijalani oleh umatnya, termasuk untuk berbisnis (Alsheran, 2010). Maka, bank syariah dituntut untuk mengetahui dan memahami kebutuhan masyarakat tersebut termasuk kebutuhan akan wisata halal. Namun, sampai dengan saat ini bank syariah belum memiliki produk-produk pembiayaan khusus bagi pelaku industri wisata seperti yang disampaikan oleh informan 3 berikut ini:

“Saat ini produk pembiayaan yang ada di bank syariah masih sangat umum, sepertinya masih sama saja dengan bank konvensional sehingga membuat bank syariah belum sebagai pilihan utama saya rasa” (informan 1)

“...Belum ada, produk bank syariah yang saya tahu sampai sejauh ini masih umum-umum saja inginnya kita sebenarnya ada kekhususan untuk pengembangan wisata halal itu, bahkan kita ingin bank syariah itu juga ikut mengajari sebagai pengusaha perjalanan wisata untuk dapat mengimplementasikan prinsip-prinsip syariah itu sendiri gimana...” (informan 2)

“... kalau saya tour guide, punya usaha travel juga kecil-kecilan tapi saya minjem di lembaga pembiayaan lain, lebih mudah saya pahami dan mengerti, kalau di bank syariah produknya sama saja, bahkan yang saya tahu cenderung lebih rumit prosesnya...” (informan 3)

Bank syariah, sebagai lokomotif industri keuangan dalam prinsip Islam dituntut untuk mampu memberikan produk-produk khusus untuk memenuhi kebutuhan masyarakat. Menurut Alamsyah (2012) produk perbankan syariah tidak boleh hanya sekedar mengimitasi dari produk-produk yang telah ada dan telah dikeluarkan oleh bank konvensional tetapi harus memiliki suatu diferensiasi yang berbeda. Inovasi

pengembangan produk dan layanan perbankan syariah yang kompetitif dan berbasis kekhususan kebutuhan masyarakat akan menjadi kunci bagi keberhasilan bank syariah. Kebutuhan pada dunia wisata saat ini sangat tinggi, terlebih wisata halal yang menjadi primadona baru menuntut bank syariah sebagai suatu rangkaian keterkaitan bisnis dalam prinsip-prinsip syariah, perlu untuk membuat suatu produk-produk yang ramah bagi wisatawan ataupun bagi pelaku industri wisata (Alamsyah, 2012). Hal ini penting untuk dilakukan, agar bisnis dan aktivitas ekonomi yang dilakukan masyarakat benar-benar halal atau dengan kata lain diperbolehkan dalam hukum-hukum Islam (Arieffiandi, Firdaus, dan Sasongko, 2016).

Bank syariah kedepan dapat mengutamakan, atau minimal mempermudah proses pengajuan pembiayaan untuk masyarakat di bidang pariwisata syariah atau wisata halal tersebut. Kurangnya keinginan bank untuk memberikan pembiayaan kepada masyarakat di sekitar objek wisata diantaranya, disebabkan risiko yang tinggi yang ditimbulkan dari faktor alam. Risiko mengalami kerugian karena bencana alam sangat tinggi. Padahal dari sisi ekonomis, kerjasama tersebut sangat menjanjikan keuntungan yang besar bagi bank. Hal ini dikarenakan wisata halal tidak hanya bagi masyarakat muslim saja melainkan masyarakat non-muslim pun dapat ikut merasakan pengalaman berwisata halal (Rusmahafi, 2015).

Kompetisi di industri perbankan yang sudah ketat membuat bank syariah tidak bisa hanya mengandalkan produk-produk standar untuk menarik nasabah. Bank syariah harus mampu untuk berinovasi agar dapat menciptakan produk dan layanan yang mengedepankan uniqueness dari prinsip syariah dan kebutuhan nyata di masyarakat. Bank syariah dapat mengambil kekhususan akan kebutuhan masyarakat dari setiap produk-produknya dan memberikan kekhususan pada beberapa segmen tertentu dapat menjadi salah satu strategi bank syariah untuk dapat bersaing dengan bank-bank lain yang telah lama berdiri (Isnandar et al.,2016).

4. KESIMPULAN

Hasil analisis dan pembahasan yang telah diuraikan sebelumnya maka dapat ditarik kesimpulan bahwa kondisi bank syariah dalam mendukung wisata halal belum melakukan sosialisasi yang efektif kepada para pelaku industri wisata, akses kantor dan jaringan atm yang masih sulit ditemui serta kurangnya promosi

yang dilakukan oleh perbankan syariah sementara potensi bank syariah itu sendiri dapat melakukan inovasi produk dengan memberikan kekhususan produk pembiayaan bagi para pelaku industri wisata serta melakukan event yang menarik agar dapat merubah mindset masyarakat bahwa bank syariah merupakan bank yang inklusif dan bukan eksklusif.

Beberapa implikasi kebijakan yang dapat dilakukan oleh bank syariah untuk mendukung wisata halal adalah dengan melakukan sosialisasi kepada pelaku wisata bahkan kepada wisatawan agar pemahaman terhadap perbankan syariah lebih komperhensif dan pada saat yang bersamaan manajemen bank syariah perlu untuk menambah akses kantor cabang maupun jaringan atm di daerah-daerah wisata agar mudah dijangkau oleh wisatawan. Disisi lain, bank syariah perlu untuk melakukan inovasi terhadap produk-produk yang ada pada saat ini, kekhususan produk yang dibangun oleh bank syariah akan menjadi suatu daya tarik tersendiri bagi masyarakat seperti membangun suatu produk pembiayaan khusus bagi pelaku industri wisata halal karena sebagian besar pelaku industri wisata halal berada pada sektor UMKM (Usaha Mikro Kecil dan Menengah) dan ditambah dengan melakukan berbagai event agar masyarakat mengenali dan memahami bahwa bank syariah merupakan bank yang inklusif yang dapat digunakan oleh seluruh kalangan karena sifatnya yang universal. Untuk penelitian selanjutnya, dapat menggunakan metode lain yang lebih mendalam seperti melakukan Forum Group Discussion (FGD) baik kepada manajemen bank syariah, nasabah bank syariah, pemerintah, Bank Indonesia maupun Otoritas Jasa Keuangan agar penelitian yang dihasilkan lebih mampu mengidentifikasi hal-hal yang dapat memberikan kontribusi positif bagi optimalisasi perbankan syariah dalam mendukung wisata halal.

5. UCAPAN TERIMA KASIH

Pertama dan terpenting, penulis ingin mengungkapkannya sedalam-dalamnya rasa syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa, Allah Subhanahu wa Ta'ala atas rahmat-Nya yang luar biasa dan menakjubkan, untuk berkat dan kasih sayang yang tak terhitung jumlahnya sehingga penulis akhirnya dapat menyelesaikan penelitian ini. Sholawat serta salam penulis haturkan pada Baginda Nabi Muhammad Shollallahu 'alaihi wasallam.

Penelitian ini bertujuan untuk memenuhi salah satu tugas dosen yaitu Tri Dharma Perguruan Tinggi

di lingkungan Universitas Nahdlatul Ulama Surabaya. Penulis juga ucapkan terima kasih kepada pihak-pihak berikut:

- a. Prof. Dr. Ahmad Jazidie selaku Rektor Universitas Nahdlatul Ulama Surabaya
- b. Prof. Dr. Kacung Marijan selaku Wakil Rektor I Universitas Nahdlatul Ulama Surabaya
- c. Ir. Muhammad Faqih, M.SA., Ph.D selaku Wakil Rektor II Universitas Nahdlatul Ulama Surabaya
- d. drg. Umi Hanik, M.Kes selaku Wakil Rektor III Universitas Nahdlatul Ulama Surabaya
- e. Dr. Ubaidillah Zuhdi selaku Dekan FEBTD (Fakultas Ekonomi Bisnis dan Teknologi Digital)

6. DAFTAR PUSTAKA

- Alamsyah, H. (2012). Perkembangan dan Prospek Perbankan Syariah Indonesia: Tantangan Dalam Menyongsong MEA 2015 (pp. 1-8). Jakarta: Ikatan Ahli Ekonomi Islam (IAEI).
- Alsheran, B. A. (2010). Islamic Branding: A Conceptualization of Related Terms. *Journal of Brand Management*, 18(1), 34-49. doi: 10.1057.
- Andreani. (2007). Experiential Marketing (Sebuah Pendekatan Pemasaran). *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 2(1), 1-7.
- Ariefiandi, R. Y., Firdaus, M., & Sasongko, H. (2016). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Tingkat Kolektibilitas Pembiayaan Sektor UMKM (Studi Kasus: Bank Syariah XYZ Kantor Cabang Jakarta Barat). *Jurnal Aplikasi Bisnis dan Manajemen*, 2(3), 291-303. doi: 10.17538/JABM.2.3.291.
- Ghani, A. (2012). Konasi Masyarakat Terhadap Penggunaan Arabic Terms dan Deskripsi Finance Scheme Dalam Pemasaran Produk Bank Syariah (Analisa Pada Masyarakat Kota Yogyakarta). *Jurnal Ekonomi Syariah Indonesia*, 2(2), 155-166.
- Ismaeel, M., & Blaim, K. (2012). Toward Applied Islamic Business Ethics: Responsible Halal Business. *Journal of Management Development*, 31(10), 1090-1100.
- Isnandar, F. R., Firdaus, M., & Maulana, A. (2016). Strategi Peningkatan Aset PT BPR Syariah Harta Insan Karimah (HIK) Ciledug. *Jurnal Aplikasi Bisnis dan Manajemen*, 2(1), 12-22. doi: 10.17538/JABM.2.1.12.
- Junaidi. (2015). Persepsi Masyarakat Untuk Memilih dan Tidak Memilih Bank Syariah. *Jurnal Fokus Bisnis*, 14(2), 1-13.
- Kemenpar. (2015). Laporan Akhir Kajian Pengembangan Wisata Syariah from Kementerian Pariwisata.

- Ma'arif, S., & Trisnawati, R. (2016). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Bertransaksi di Bank Syariah. Surakarta: Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Miles, M. B., & Hubberman, M. (2009). Analisis Data Kualitatif: Buku Sumber Tentang Metode-Metode Baru. Jakarta: UI Press. Moeleong, L. J. (2007). Metodologi Penelitian Kualitatif Bandung: PT Remaja Rosdakarya Offset.
- Nengsih, N. (2015). Peran Perbankan Syariah Dalam Mengimplementasikan Keuangan Inklusif di Indonesia. *Jurnal Etikonomi*, 14(2), 221-240.
- Okezone, E. (2017). Market Share Perbankan di Indonesia Hanya 5,3 Persen Di Malaysia Sudah 23,8 Persen. *Keuangan Syariah*. Retrieved 28 November 2017.
- Priyanto, T., Fahmi, I., & Ismal, R. (2016). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pembiayaan Berbasis Bagi Hasil (Equity Financing) Pada Bank Syariah X. *Jurnal Aplikasi Bisnis dan Manajemen*, 2(3), 281-290. doi: 10.17358/JABM.2.3.281.
- Putra, I. N. N. A. (2015). Riba dan Pembiayaan Dalam Konsep Hindu. *Jurnal Keuangan dan Perbankan*, 19(3), 488-496.
- Mukhtar Adinugroho, Riyan Sisiawan, and Zujajatul 'Ilmi. 2022 "Manufacturer Behavior: In the Perspective of Islamic Economic and Conventional Economics". *Journal of Islamic Civilization* 4(1):91-99. <http://journal2.unusa.ac.id/index.php/JIC>.
- Adinugroho, M., Herlambang, T., Hakiki, M., & Yudianto, F. (2023). The Role of The Sharia Supervisory Board In Sharia Banking In Indonesia. *Islamic Banking : Jurnal Pemikiran Dan Pengembangan Perbankan Syariah*, 9(1), 51-64. <https://doi.org/10.36908/isbank.v9i1.790>.
- Saripudin, S., Nadya, P. S., & Iqbal, M. (2021). Upaya Fintech Syariah Mendorong Akselerasi Pertumbuhan UMKM di Indonesia. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 7(1), 41. <https://doi.org/10.29040/jiei.v7i1.1449>.
- Subarkah, A. R. (2018). Potensi dan Prospek Wisata Halal Dalam Meningkatkan Ekonomi Daerah (Studi Kasus: Nusa Tenggara Barat). *Jurnal Sosial Politik*, 4(2), 49. <https://doi.org/10.22219/sospol.v4i2.5979>.
- Faizal Irany Sidharta, R. B. (2018). Optimalisasi Peran Perbankan Syariah Dalam Mendukung Wisata Halal. *Distribusi - Journal of Management and Business*, 5(2), 1– 14. <https://doi.org/10.29303/jdm.v5i2.29>.
- Hutapea, E. G., & Kasri, R. A. (2010). Bank margin determination: a comparison between Islamic and conventional banks in Indonesia. *International Journal of Islamic and Middle Eastern Finance and Management*, 3(1), 65–82. <https://doi.org/10.1108/17538391011033870>.
- Pratiwi, D. S. (2018). Ekonomi Syariah Indonesia Masih Tertinggal. 1. <http://eprints.umsida.ac.id/3473/>.