

Strategi Penghimpunan Dana Pihak Ketiga pada Bank Syariah Menggunakan Metode Kualitatif Deskriptif

Aisyah Amelia Purba^{1*}, Noer Natasya², Mawwadah Irham³

¹ Mahasiswa Jurusan Ekonomi Islam, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN-SU Medan, Indonesia

^{2,3} Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN-SU Medan, Indonesia
aisyahameliapurba@gmail.com^{1*}, noernatasya316@gmail.com², mawaddahirham@gmail.com³

Alamat: Jl. William Iskandar Ps. V, Medan Estate, Kec. Percut Sei Tuan, Kabupaten Deli Serdang, Sumatera Utara 20371

Korespondensi penulis: aisyahameliapurba@gmail.com

Abstract: *This study aims to analyze the strategy of collecting third party funds applied by Islamic banks. The research method used is qualitative descriptive, which allows researchers to describe the phenomenon in depth and detail. Data were collected through in-depth interviews with Islamic bank managers and analysis of related documents. The results of the study indicate that Islamic banks use various strategies to attract third party funds, including socialization of Islamic products, improving customer service, and cooperation with other financial institutions. The challenges faced include the lack of public understanding of Islamic banking and competition with conventional banks. This study provides insight into the importance of education and product innovation in increasing third party fund collection in Islamic banks.*

Keywords: *Fund Collection, Islamic Products, and Customer Service.*

Abstrak: Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi penghimpunan dana pihak ketiga yang diterapkan oleh bank syariah. Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif deskriptif, yang memungkinkan peneliti untuk menggambarkan fenomena secara mendalam dan rinci. Data dikumpulkan melalui wawancara mendalam dengan manajer bank syariah dan analisis dokumen terkait. Hasil penelitian menunjukkan bahwa bank syariah menggunakan berbagai strategi untuk menarik dana pihak ketiga, termasuk sosialisasi produk syariah, peningkatan layanan nasabah, dan kerjasama dengan lembaga keuangan lainnya. Tantangan yang dihadapi meliputi kurangnya pemahaman masyarakat tentang perbankan syariah dan persaingan dengan bank konvensional. Penelitian ini memberikan wawasan tentang pentingnya edukasi dan inovasi produk dalam meningkatkan penghimpunan dana pihak ketiga di bank syariah.

Kata Kunci : Penghimpunan Dana, Produk Syariah, dan Service Nasabah.

1. PENDAHULUAN

Perkembangan perbankan syariah di Indonesia telah mengalami peningkatan yang signifikan seiring dengan meningkatnya kesadaran masyarakat akan pentingnya layanan keuangan yang sesuai dengan prinsip syariah. Namun, dalam implementasinya, bank syariah menghadapi berbagai tantangan, terutama terkait dengan pengelolaan sumber dana dan pengalokasiannya. Sumber dana bank syariah berasal dari berbagai instrumen seperti tabungan wadiah, deposito mudharabah, zakat, infak, sedekah, dan wakaf. Tantangan utama yang dihadapi adalah bagaimana memastikan bahwa dana tersebut dikelola dan dialokasikan sesuai dengan prinsip syariah, sekaligus memenuhi kebutuhan nasabah dan mendukung pertumbuhan ekonomi yang berkelanjutan.

Pengelolaan dan alokasi dana yang efektif sangat penting untuk keberhasilan bank syariah. Efisiensi dalam pengelolaan dana dapat meningkatkan kinerja keuangan bank, sementara alokasi dana yang tepat dapat mendukung pembangunan ekonomi dan kesejahteraan masyarakat. Namun, masih terdapat berbagai kendala dalam mencapai hal ini, termasuk keterbatasan sumber daya manusia yang terampil, kurangnya inovasi produk, serta persaingan yang ketat dengan bank konvensional. Oleh karena itu, diperlukan analisis mendalam untuk memahami sumber dana dan pengelolaannya pada bank syariah, serta mengidentifikasi strategi yang dapat meningkatkan efisiensi dan efektivitas pengelolaan dana tersebut.

Perbankan syariah, yang beroperasi berdasarkan prinsip-prinsip syariah Islam, telah mengalami pertumbuhan pesat di berbagai negara, termasuk Indonesia. Sistem perbankan ini menawarkan alternatif bagi masyarakat yang mencari layanan keuangan yang sesuai dengan nilai-nilai agama mereka. Dalam operasionalnya, bank syariah menghindari praktik riba (bunga) dan transaksi yang mengandung unsur ketidakpastian (gharar) serta spekulasi (maysir). Sumber dana bank syariah berasal dari berbagai instrumen seperti tabungan wadiah, deposito mudharabah, zakat, infak, sedekah, dan wakaf. Pengalokasian dana tersebut dilakukan melalui pembiayaan dengan skema murabahah, mudharabah, musyarakah, dan ijarah. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis efektivitas pengelolaan sumber dana dan pengalokasiannya pada bank syariah di Indonesia.

Latar belakang masalah dalam analisis sumber dana dan pengalokasiannya pada bank syariah berawal dari tantangan yang dihadapi dalam mengelola dan menyalurkan dana sesuai prinsip-prinsip syariah. Di Indonesia, bank syariah memiliki peran penting dalam menyediakan layanan keuangan yang sesuai dengan nilai-nilai Islam. Namun, bank syariah harus memastikan bahwa sumber dana yang mereka peroleh, seperti dari tabungan wadiah, deposito mudharabah, serta dana sosial seperti zakat dan wakaf, dikelola dengan bijaksana dan efisien. Masalah yang sering muncul adalah bagaimana mengelola dana tersebut secara efektif agar dapat memberikan keuntungan yang optimal tanpa melanggar prinsip syariah. Selain itu, perbankan syariah juga harus menghadapi tantangan dalam hal inovasi produk dan layanan untuk bersaing dengan bank konvensional yang lebih mapan.

Pengalokasian dana juga menjadi isu yang krusial dalam perbankan syariah. Bank syariah harus memastikan bahwa dana yang diperoleh dialokasikan ke berbagai sektor yang produktif dan sesuai dengan prinsip syariah, seperti pembiayaan dengan skema murabahah, mudharabah, musyarakah, dan ijarah. Namun, dalam praktiknya, bank syariah sering menghadapi kendala seperti risiko pembiayaan yang tinggi, keterbatasan sumber daya

manusia yang terampil, serta kurangnya pemahaman nasabah terhadap produk-produk syariah. Oleh karena itu, diperlukan analisis mendalam untuk memahami bagaimana sumber dana dikelola dan dialokasikan, serta strategi yang dapat diterapkan untuk meningkatkan efisiensi dan efektivitas pengelolaan dana di bank syariah. Dengan memahami permasalahan ini, diharapkan bank syariah dapat berkontribusi lebih baik dalam pembangunan ekonomi yang berkelanjutan dan peningkatan kesejahteraan masyarakat.

Perkembangan perbankan syariah di Indonesia menunjukkan tren yang positif seiring dengan meningkatnya kesadaran masyarakat akan pentingnya keuangan berbasis syariah. Namun, tantangan yang dihadapi bank syariah dalam mengelola sumber dana dan pengalokasiannya tetap signifikan. Bank syariah harus memastikan bahwa pengumpulan dan penyaluran dana dilakukan sesuai dengan prinsip-prinsip syariah dan memenuhi kebutuhan nasabah. Beberapa studi menunjukkan bahwa bank syariah masih menghadapi kendala dalam hal inovasi produk, efisiensi operasional, serta pengelolaan risiko. Selain itu, persaingan dengan bank konvensional yang sudah lebih mapan menjadi tantangan tersendiri. Sebagai contoh, penelitian oleh Kholid dan Bachtiar (2015) menemukan bahwa bank syariah di Indonesia masih memiliki tingkat efisiensi yang lebih rendah dibandingkan dengan bank konvensional. Hal ini disebabkan oleh kurangnya diversifikasi produk dan fokus yang lebih besar pada skema pembiayaan tertentu seperti murabahah. Selain itu, studi oleh Ascarya dan Yumanita (2015) menyebutkan bahwa bank syariah masih menghadapi tantangan dalam meningkatkan kualitas layanan dan penetrasi pasar.

Gap teori dalam analisis sumber dana dan pengalokasiannya pada bank syariah muncul karena masih kurangnya penelitian yang holistik dan mendalam mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi efektivitas pengelolaan dana tersebut. Banyak penelitian sebelumnya lebih fokus pada aspek operasional dan efisiensi bank syariah secara umum, tanpa memperhatikan faktor-faktor eksternal seperti regulasi pemerintah dan kondisi ekonomi makro yang dapat mempengaruhi kinerja bank syariah. Selain itu, penelitian juga sering kali kurang mengeksplorasi peran teknologi dan inovasi dalam meningkatkan efektivitas pengelolaan dana di bank syariah. Padahal, teknologi memiliki potensi besar untuk mendukung pengelolaan dana yang lebih efisien dan transparan.

Kesenjangan teori lainnya terletak pada kurangnya pemahaman tentang persepsi nasabah terhadap produk dan layanan bank syariah. Banyak penelitian lebih berfokus pada aspek teknis dan finansial tanpa memperhatikan bagaimana persepsi dan kebutuhan nasabah mempengaruhi keputusan mereka dalam memilih bank syariah. Selain itu, penelitian yang ada sering kali tidak membedakan antara berbagai jenis sumber dana,

seperti tabungan wadiah, deposito mudharabah, serta dana sosial seperti zakat dan wakaf, dan bagaimana masing-masing jenis dana tersebut sebaiknya dikelola dan dialokasikan. Oleh karena itu, diperlukan penelitian yang lebih komprehensif dan integratif untuk menjembatani kesenjangan teori ini dan memberikan rekomendasi yang relevan bagi pengembangan bank syariah di Indonesia.

Meskipun berbagai penelitian telah dilakukan terkait dengan perbankan syariah, terdapat beberapa gap teori yang perlu diisi untuk mendapatkan pemahaman yang lebih komprehensif tentang sumber dana dan pengalokasiannya. Pertama, sebagian besar penelitian lebih fokus pada aspek operasional dan efisiensi bank syariah tanpa memperhatikan faktor-faktor eksternal seperti regulasi pemerintah dan kondisi ekonomi makro yang dapat mempengaruhi kinerja bank syariah. Kedua, masih sedikit penelitian yang menyoroti peran teknologi dan inovasi dalam meningkatkan efektivitas pengelolaan dana di bank syariah. Ketiga, terdapat kebutuhan untuk mengeksplorasi lebih dalam tentang persepsi nasabah terhadap produk dan layanan bank syariah, serta bagaimana persepsi ini mempengaruhi keputusan mereka dalam memilih bank syariah sebagai mitra keuangan.

Penelitian ini berupaya mengisi gap tersebut dengan menganalisis berbagai aspek yang mempengaruhi pengelolaan sumber dana dan pengalokasiannya pada bank syariah. Dengan pendekatan yang lebih komprehensif, diharapkan penelitian ini dapat memberikan kontribusi yang signifikan terhadap pengembangan teori dan praktik perbankan syariah di Indonesia.

2. TINJAUAN KEPUSTAKAAN

Sumber Dana Bank Syariah

Sumber dana bank syariah adalah berbagai jenis dana yang dihimpun oleh bank syariah dari masyarakat dan digunakan sesuai dengan prinsip-prinsip syariah Islam. Berikut adalah beberapa jenis sumber dana bank syariah:

a. Tabungan Wadiah

Dana yang diperoleh melalui tabungan wadiah adalah dana titipan dari nasabah yang disimpan di bank syariah. Bank bertindak sebagai penjaga amanah yang akan menjaga dan mengelola uang tersebut. Nasabah tidak memperoleh bunga, tetapi dapat menerima bonus yang tidak diperjanjikan sebelumnya sebagai bentuk apresiasi dari bank. Salah satu sumber dana utama adalah tabungan wadiah. Dalam skema ini, nasabah menitipkan dana mereka kepada bank sebagai amanah yang harus dijaga dengan baik. Bank tidak memberikan bunga kepada nasabah, tetapi dapat memberikan

bonus sebagai bentuk apresiasi yang tidak dijanjikan sebelumnya. Tabungan wadiah digunakan oleh bank untuk menjaga likuiditas dan memenuhi kebutuhan operasional sehari-hari.

b. Deposito Mudharabah

Dana yang diperoleh melalui deposito mudharabah adalah dana investasi dari nasabah dengan akad mudharabah. Dalam skema ini, bank bertindak sebagai mudharib (pengelola usaha) dan nasabah sebagai shahibul maal (pemilik modal). Keuntungan dari investasi akan dibagi antara bank dan nasabah berdasarkan nisbah (porsi) yang telah disepakati sebelumnya. Deposito mudharabah adalah instrumen investasi di mana nasabah menyetorkan dana mereka kepada bank dengan akad mudharabah. Nasabah bertindak sebagai pemilik modal (shahibul maal) dan bank sebagai pengelola usaha (mudharib). Keuntungan dari investasi ini dibagi antara bank dan nasabah berdasarkan nisbah yang telah disepakati sebelumnya. Dana yang dihimpun melalui deposito mudharabah diinvestasikan dalam berbagai proyek atau usaha yang halal dan produktif, seperti pembiayaan usaha kecil dan menengah, pembiayaan properti, dan investasi di sektor riil lainnya. Skema ini memungkinkan nasabah untuk mendapatkan imbal hasil yang kompetitif tanpa melanggar prinsip syariah.

c. Zakat

Zakat adalah kewajiban bagi umat Islam untuk memberikan sebagian dari harta mereka kepada yang berhak, seperti fakir miskin, yatim piatu, dan lainnya. Dana zakat yang dihimpun oleh bank syariah digunakan untuk program-program sosial dan pemberdayaan masyarakat yang membutuhkan. Zakat merupakan kewajiban bagi umat Islam untuk memberikan sebagian dari harta mereka kepada yang berhak, seperti fakir miskin, yatim piatu, dan lainnya. Bank syariah mengelola dana zakat dengan transparan dan akuntabel, memastikan bahwa dana tersebut disalurkan kepada penerima yang berhak dan digunakan untuk program-program sosial dan pemberdayaan masyarakat. Selain itu, pengelolaan zakat oleh bank syariah juga membantu meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap institusi keuangan syariah.

d. Infak dan Sedekah

Infak dan sedekah adalah sumbangan sukarela yang diberikan oleh individu atau organisasi untuk kepentingan umum. Infak biasanya diberikan dalam jumlah yang lebih besar dan dapat digunakan untuk berbagai keperluan, seperti pembangunan infrastruktur, pendidikan, kesehatan, dan sebagainya. Sedekah lebih bersifat sumbangan kecil yang diberikan secara spontan untuk membantu orang lain. Infak dan

sedekah adalah sumbangan sukarela yang diberikan oleh individu atau organisasi untuk kepentingan umum. Infak biasanya diberikan dalam jumlah yang lebih besar dan dapat digunakan untuk berbagai keperluan, seperti pembangunan infrastruktur, pendidikan, kesehatan, dan sebagainya. Sedekah, di sisi lain, lebih bersifat sumbangan kecil yang diberikan secara spontan untuk membantu orang lain. Bank syariah mengelola dana infak dan sedekah ini dengan transparan dan akuntabel, memastikan bahwa dana tersebut disalurkan kepada yang membutuhkan dan memberikan dampak positif bagi masyarakat.

e. Wakaf

Wakaf adalah penyerahan harta benda yang bersifat tetap, seperti tanah, bangunan, atau uang, untuk kepentingan umum dengan mengharapkan keberlanjutan manfaatnya. Harta yang diwakafkan tidak boleh dijual, diwariskan, atau dihibahkan, tetapi hasil atau manfaat dari harta tersebut dapat digunakan untuk kepentingan umum, seperti pembangunan masjid, sekolah, rumah sakit, dan fasilitas umum lainnya. Wakaf adalah penyerahan harta benda yang bersifat tetap, seperti tanah, bangunan, atau uang, untuk kepentingan umum dengan mengharapkan keberlanjutan manfaatnya. Harta yang diwakafkan tidak boleh dijual, diwariskan, atau dihibahkan, tetapi hasil atau manfaat dari harta tersebut dapat digunakan untuk kepentingan umum, seperti pembangunan masjid, sekolah, rumah sakit, dan fasilitas umum lainnya. Bank syariah mengelola wakaf dengan prinsip transparansi dan akuntabilitas, memastikan bahwa manfaat wakaf dapat dirasakan oleh masyarakat secara luas.

Bank syariah juga harus terus berinovasi dalam produk dan layanan mereka untuk menarik lebih banyak nasabah dan meningkatkan penghimpunan dana. Inovasi ini dapat berupa pengembangan produk investasi baru, layanan digital yang memudahkan nasabah dalam bertransaksi, serta program-program sosial yang berdampak positif bagi masyarakat. Dengan inovasi yang tepat, bank syariah dapat bersaing dengan bank konvensional dan memberikan nilai tambah bagi nasabah mereka. Pentingnya pendidikan dan sosialisasi juga tidak dapat diabaikan. Bank syariah harus aktif dalam memberikan edukasi kepada masyarakat mengenai produk dan layanan mereka, serta keuntungan dan manfaat dari bertransaksi dengan bank syariah. Edukasi ini dapat dilakukan melalui seminar, workshop, media sosial, dan berbagai saluran komunikasi lainnya. Dengan pemahaman yang baik, masyarakat akan lebih tertarik untuk menggunakan layanan bank syariah. Pada akhirnya, keberhasilan bank syariah dalam mengelola dan mengalokasikan sumber dana sangat bergantung pada komitmen mereka untuk menjaga prinsip-prinsip syariah dan memberikan

layanan terbaik bagi nasabah dan masyarakat.

Pengelolaan Dana Bank Syariah

Kebijakan dan mekanisme manajemen dana di bank syariah sangat berperan penting dalam menjaga keberlanjutan dan kepatuhan operasional bank terhadap prinsip-prinsip syariah Islam. Kebijakan ini mencakup berbagai aspek mulai dari penghimpunan dana, alokasi dana, manajemen risiko, hingga transparansi dan akuntabilitas. Salah satu kebijakan utama dalam manajemen dana di bank syariah adalah larangan riba (bunga). Bank syariah tidak diperbolehkan memberikan atau menerima bunga dalam transaksi keuangan, sehingga semua produk dan layanan yang ditawarkan harus bebas dari unsur riba.

Mekanisme penghimpunan dana di bank syariah melibatkan berbagai produk seperti tabungan wadiah, deposito mudharabah, zakat, infak, sedekah, dan wakaf. Dalam tabungan wadiah, dana nasabah dititipkan kepada bank dengan akad amanah, sedangkan dalam deposito mudharabah, nasabah berperan sebagai pemilik modal dan bank sebagai pengelola usaha. Keuntungan dari investasi deposito mudharabah dibagi berdasarkan nisbah yang telah disepakati sebelumnya. Bank syariah juga mengelola dana zakat, infak, sedekah, dan wakaf untuk kepentingan sosial dan pemberdayaan masyarakat.

- a. Manajemen risiko juga menjadi bagian penting dalam kebijakan dan mekanisme manajemen dana di bank syariah. Bank syariah harus memiliki kebijakan yang jelas dalam mengidentifikasi, mengukur, memantau, dan mengelola risiko yang terkait dengan penghimpunan dan alokasi dana. Risiko yang perlu dikelola meliputi risiko kredit, risiko likuiditas, risiko operasional, dan risiko pasar. Dalam manajemen risiko kredit, bank syariah harus memastikan bahwa pembiayaan yang diberikan hanya kepada nasabah yang memiliki kemampuan untuk mengembalikan dan digunakan untuk kegiatan yang halal.
- b. Transparansi dan akuntabilitas juga menjadi prinsip utama dalam kebijakan manajemen dana di bank syariah. Bank syariah harus memberikan informasi yang jelas dan akurat kepada nasabah mengenai produk dan layanan yang ditawarkan, serta penggunaan dana yang dihimpun. Laporan keuangan bank syariah harus disusun dengan standar akuntansi yang sesuai dengan prinsip syariah dan diaudit oleh lembaga independen untuk memastikan kepatuhan. Selain itu, bank syariah harus memiliki dewan pengawas syariah yang bertugas memastikan bahwa semua kegiatan operasional bank sesuai dengan prinsip syariah. Dewan pengawas syariah ini terdiri dari ahli-ahli syariah yang memiliki pengetahuan mendalam tentang hukum Islam dan keuangan syariah. Mereka bertanggung jawab untuk memberikan fatwa dan panduan mengenai produk dan layanan yang ditawarkan oleh bank syariah.

- c. Penggunaan teknologi juga menjadi bagian dari mekanisme manajemen dana di bank syariah. Teknologi dapat digunakan untuk meningkatkan efisiensi operasional, memudahkan nasabah dalam bertransaksi, serta mendukung transparansi dan akuntabilitas. Misalnya, penggunaan aplikasi perbankan mobile, platform e-commerce syariah, serta layanan konsultasi keuangan online dapat mempermudah nasabah dalam mengakses layanan bank syariah.
- d. Edukasi dan sosialisasi juga menjadi kebijakan penting dalam manajemen dana di bank syariah. Bank syariah harus aktif dalam memberikan edukasi kepada masyarakat mengenai produk dan layanan syariah, serta keuntungan dan manfaat dari bertransaksi dengan bank syariah. Edukasi ini dapat dilakukan melalui seminar, workshop, media sosial, dan berbagai saluran komunikasi lainnya. Dengan pemahaman yang baik, masyarakat akan lebih tertarik untuk menggunakan layanan bank syariah. Secara keseluruhan, kebijakan dan mekanisme manajemen dana di bank syariah mencakup berbagai aspek mulai dari penghimpunan dana, alokasi dana, manajemen risiko, transparansi, akuntabilitas, pengawasan syariah, penggunaan teknologi, hingga edukasi dan sosialisasi. Dengan manajemen yang baik, bank syariah dapat memberikan layanan yang sesuai dengan prinsip syariah, meningkatkan kepercayaan nasabah, dan berkontribusi secara signifikan dalam pembangunan ekonomi yang berkelanjutan dan peningkatan kesejahteraan masyarakat.

Prinsip Dana Bank Syariah

Prinsip-prinsip syariah dalam pengelolaan dana sangat penting untuk menjaga integritas dan kesesuaian operasional bank syariah dengan nilai-nilai Islam. Salah satu prinsip utama yang harus diikuti adalah larangan riba.

- a. Riba adalah bunga atau tambahan yang diperoleh dari transaksi pinjaman uang. Dalam Islam, riba dianggap sebagai praktik yang tidak adil dan eksploitatif, sehingga semua bentuk bunga dilarang. Oleh karena itu, bank syariah tidak memberikan atau menerima bunga dalam transaksi keuangan mereka. Sebagai gantinya, mereka menggunakan skema bagi hasil seperti mudharabah dan musyarakah, di mana keuntungan dan kerugian dibagi sesuai dengan nisbah yang disepakati.
- b. Prinsip berikutnya adalah larangan gharar, yang berarti ketidakpastian atau spekulasi dalam transaksi. Transaksi yang mengandung gharar dianggap tidak adil dan berisiko tinggi bagi kedua belah pihak. Dalam konteks perbankan syariah, gharar dapat berupa ketidakjelasan dalam kontrak, ketidakpastian mengenai kualitas atau kuantitas barang yang diperjualbelikan, atau ketidakpastian mengenai waktu pengiriman. Untuk

menghindari gharar, bank syariah harus memastikan bahwa semua kontrak dan transaksi dijelaskan dengan jelas dan rinci, sehingga kedua belah pihak memahami dan menyetujui syarat-syaratnya.

- c. Selain itu, prinsip syariah lainnya adalah larangan maysir, yang berarti perjudian. Maysir melibatkan unsur spekulasi dan ketidakpastian yang berlebihan, di mana salah satu pihak bisa mendapatkan keuntungan besar sementara pihak lain mengalami kerugian besar. Dalam transaksi keuangan, maysir dapat terjadi dalam bentuk investasi yang sangat spekulatif atau produk keuangan yang mirip dengan perjudian. Bank syariah harus menghindari semua bentuk transaksi yang mengandung maysir dan memastikan bahwa investasi dilakukan pada proyek atau usaha yang halal dan produktif.
- d. Pengelolaan dana di bank syariah juga harus mengikuti prinsip keadilan. Keadilan adalah nilai inti dalam Islam yang menekankan perlakuan yang adil dan setara bagi semua pihak yang terlibat dalam transaksi. Dalam konteks perbankan, ini berarti bank syariah harus memastikan bahwa nasabah mendapatkan imbal hasil yang adil dari investasi mereka, dan bahwa risiko dibagi secara proporsional sesuai dengan kontribusi masing-masing pihak. Keadilan juga berarti transparansi dalam pengelolaan dana, di mana bank syariah harus memberikan informasi yang jelas dan akurat kepada nasabah mengenai penggunaan dana mereka.
- e. Prinsip kepemilikan yang jelas juga penting dalam pengelolaan dana syariah. Transaksi yang sah harus melibatkan barang atau jasa yang dimiliki oleh pihak yang memperjualbelikannya. Dalam skema murabahah, misalnya, bank syariah membeli barang terlebih dahulu sebelum menjualnya kepada nasabah dengan margin keuntungan yang telah disepakati. Hal ini memastikan bahwa transaksi dilakukan berdasarkan kepemilikan yang sah dan bukan spekulasi.
- f. Selain itu, bank syariah harus mematuhi prinsip tanggung jawab sosial. Bank syariah diharapkan tidak hanya mencari keuntungan finansial, tetapi juga berkontribusi pada kesejahteraan masyarakat. Dana yang dihimpun dari zakat, infak, sedekah, dan wakaf digunakan untuk program-program sosial dan pemberdayaan masyarakat, seperti pemberian beasiswa, pembangunan fasilitas umum, dan bantuan kepada yang membutuhkan. Prinsip tanggung jawab sosial ini mencerminkan komitmen bank syariah untuk menciptakan nilai yang berkelanjutan bagi masyarakat.
- g. Pengelolaan dana di bank syariah juga harus berlandaskan pada prinsip Amanah. Amanah berarti kepercayaan dan tanggung jawab dalam mengelola dana yang

dititipkan oleh nasabah. Bank syariah harus menjaga integritas dan kepercayaan nasabah dengan mengelola dana mereka secara hati-hati, transparan, dan sesuai dengan prinsip syariah. Amanah juga berarti memastikan bahwa nasabah mendapatkan imbal hasil yang halal dan adil dari investasi mereka.

- h. Prinsip Transparansi adalah prinsip kunci lainnya dalam pengelolaan dana syariah. Bank syariah harus memberikan informasi yang jelas dan akurat kepada nasabah mengenai produk dan layanan yang mereka tawarkan, serta penggunaan dana yang dihimpun. Laporan keuangan bank syariah harus disusun dengan standar akuntansi yang sesuai dengan prinsip syariah dan diaudit oleh lembaga independen untuk memastikan kepatuhan. Transparansi ini membantu membangun kepercayaan nasabah dan memastikan bahwa dana mereka dikelola dengan baik.
- i. Prinsip Akuntabilitas juga penting dalam pengelolaan dana syariah. Bank syariah harus bertanggung jawab atas semua tindakan dan keputusan yang mereka ambil dalam pengelolaan dana nasabah. Ini berarti memastikan bahwa semua transaksi dilakukan dengan integritas, etika, dan sesuai dengan prinsip syariah. Akuntabilitas juga berarti bahwa bank syariah harus siap diaudit dan dievaluasi oleh dewan pengawas syariah untuk memastikan kepatuhan terhadap prinsip-prinsip syariah.

Secara keseluruhan, prinsip-prinsip syariah seperti larangan riba, gharar, dan maysir, keadilan, kepemilikan yang jelas, tanggung jawab sosial, amanah, transparansi, dan akuntabilitas sangat penting dalam pengelolaan dana di bank syariah. Dengan mematuhi prinsip-prinsip ini, bank syariah dapat menjaga integritas operasional mereka, membangun kepercayaan nasabah, dan berkontribusi pada kesejahteraan masyarakat. Prinsip-prinsip ini mencerminkan komitmen bank syariah untuk menciptakan sistem keuangan yang beretika, adil, dan berkelanjutan, yang tidak hanya menguntungkan secara finansial, tetapi juga memberikan nilai tambah bagi seluruh komunitas.

Sumber dan Alokasi Pendapatan

Teori sumber dana dan alokasi pendapatan adalah konsep penting dalam manajemen keuangan, baik di sektor publik maupun swasta. Berikut adalah penjelasan singkat mengenai kedua konsep tersebut:

- a. Sumber Dana

Sumber dana merujuk pada asal-usul dana yang digunakan oleh suatu entitas untuk membiayai operasional dan investasinya. Sumber dana dapat berasal dari berbagai sumber, termasuk:

- 1) Pendapatan Operasional. Dana yang diperoleh dari kegiatan operasional utama entitas, seperti penjualan produk atau jasa
- 2) Pendapatan Non-Operasional. Dana yang diperoleh dari kegiatan di luar operasional utama, seperti bunga dari investasi atau penjualan aset.
- 3) Pinjaman. Dana yang diperoleh melalui pinjaman dari bank atau lembaga keuangan lainnya.
- 4) Ekuitas. Dana yang diperoleh dari pemilik atau pemegang saham melalui investasi modal.
- 5) Subsidi atau Hibah. Dana yang diperoleh dari pemerintah atau lembaga lain sebagai bantuan.

b. Alokasi Pendapatan

Alokasi pendapatan merujuk pada bagaimana dana yang diperoleh dialokasikan atau digunakan oleh entitas. Alokasi pendapatan biasanya dilakukan berdasarkan prioritas dan kebutuhan entitas. Beberapa alokasi pendapatan yang umum meliputi:

- 1) Biaya Operasional. Dana yang dialokasikan untuk membiayai kegiatan operasional sehari-hari, seperti gaji karyawan, biaya bahan baku, dan biaya utilitas.
- 2) Investasi. Dana yang dialokasikan untuk investasi jangka panjang, seperti pembelian aset tetap atau pengembangan produk baru.
- 3) Pembayaran Utang. Dana yang dialokasikan untuk membayar kewajiban utang, termasuk bunga dan pokok pinjaman.
- 4) Dividen. Dana yang dialokasikan untuk pembayaran dividen kepada pemegang saham.
- 5) Cadangan. Dana yang dialokasikan untuk cadangan atau dana darurat untuk menghadapi situasi tak terduga.

c. Contoh dalam Konteks Perbankan Syariah

Dalam konteks perbankan syariah, sumber dana dan alokasi pendapatan juga mengikuti prinsip-prinsip syariah. Misalnya, sumber dana dapat berasal dari:

- 1) Tabungan dan Deposito Syariah. Dana yang diperoleh dari nasabah yang menyimpan uang mereka di bank syariah.
- 2) Investasi Syariah. Dana yang diperoleh dari investasi dalam instrumen keuangan syariah seperti sukuk.

Sedangkan alokasi pendapatan dalam perbankan syariah dapat mencakup:

- 1) Pembiayaan Syariah. Dana yang dialokasikan untuk pembiayaan proyek atau usaha yang sesuai dengan prinsip syariah.
- 2) Pembayaran Bagi Hasil. Dana yang dialokasikan untuk pembayaran bagi hasil kepada nasabah yang menyimpan uang mereka di bank syariah.

3. METODE PENELITIAN

Studi ini mengaplikasikan pendekatan kualitatif deskriptif untuk menggali informasi. Menurut Indah (Indah Sri Annisa, 2023) penelitian kualitatif merupakan suatu langkah-langkah untuk mengkaji pengalaman yang dirasakan oleh subjek penelitian, termasuk aspek-aspek motivasi, persepsi, perilaku, dan tindakan mereka. Secara keseluruhan, dengan menggunakan deskripsi teks dan bahasa dalam konteks lingkungan alam tertentu, diterapkan berbagai pendekatan alam. Penelitian kualitatif menerapkan teknik seperti observasi, wawancara, atau analisis dokumen.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Perkembangan Penghimpunan Dana Pihak Ketiga di Perbankan Syariah Indonesia

Perbankan syariah di Indonesia telah menunjukkan pertumbuhan yang signifikan dalam beberapa tahun terakhir, seiring dengan meningkatnya kesadaran masyarakat akan pentingnya layanan keuangan yang sesuai dengan prinsip-prinsip syariah. Dalam laporan ini, kami menganalisis berbagai aspek terkait penghimpunan dana pihak ketiga, termasuk strategi yang digunakan oleh bank syariah, inovasi produk, serta tantangan dan peluang yang dihadapi.

Tabel.1 Perkembangan Dana Pihak Ketiga Perbankan Syariah Menurut Jenisnya (Milyar Rupiah)

Jenis Dana (15)	Perkembangan Dana Pihak Ketiga	
	Perbankan Syariah Menurut Jenisnya (Milyar Rupiah)	
	2023	
Bank Umum		-
Giro		2.662.551
Rupiah		1.869.826
Valuta asing		792.724
Simpanan Berjangka		3.126.195
Rupiah		2.786.262
Valuta asing		339.933
Tabungan		2.669.183
Rupiah		2.488.350
Valuta asing		180.833

Jumlah	8.457.929
Rupiah	7.144.439
Valuta asing	1.313.490
BPR/BPR Syariah²	-
Simpanan Berjangka (Rupiah)	105.571
Tabungan (Rupiah)	47.608
Jumlah (Rupiah)	153.179

Perkembangan penghimpunan dana pihak ketiga di perbankan syariah Indonesia menunjukkan tren yang positif dalam beberapa tahun terakhir. Berikut adalah beberapa poin penting yang dapat diambil dari penelitian terbaru:

a. Peningkatan Jumlah Dana Pihak Ketiga.

Data dari Otoritas Jasa Keuangan (OJK) menunjukkan bahwa jumlah dana pihak ketiga pada bank syariah Indonesia terus meningkat dari tahun ke tahun. Misalnya, pada tahun 2023 jumlah dana pihak ketiga adalah sekitar Rp 153,179 Miliar dan meningkat menjadi Rp 203,700 Miliar pada tahun 2024.

b. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi. Penelitian menunjukkan bahwa beberapa faktor seperti jumlah kantor bank syariah, tingkat bagi hasil, dan tingkat inflasi memiliki pengaruh signifikan terhadap penghimpunan dana pihak ketiga. Jumlah kantor bank syariah yang lebih banyak dan tingkat bagi hasil yang lebih tinggi cenderung meningkatkan jumlah dana pihak ketiga.

c. Tren Perkembangan. Meskipun perbankan syariah masih belum dapat mengimbangi perbankan konvensional secara keseluruhan, tren perkembangan menunjukkan peningkatan minat masyarakat terhadap produk dan jasa yang ditawarkan oleh bank syariah. Hal ini didorong oleh kepercayaan masyarakat terhadap prinsip-prinsip syariah yang digunakan dalam operasional perbankan tersebut.

d. Peran dalam Pembiayaan Ekonomi. Dana pihak ketiga yang diperoleh oleh bank syariah berperan penting dalam pembiayaan pembangunan ekonomi masyarakat. Dengan adanya dana pihak ketiga yang cukup, bank syariah dapat memberikan pinjaman dan pembiayaan yang lebih luas kepada sektor riil.

Tabel.2 Perkembangan Dana Pihak Ketiga Perbankan Syariah Menurut Jenis Dana (Milyar Rupiah)

Jenis Dana (24)	Dana Pihak Ketiga
	Perbankan Syariah Menurut Jenis Dana
	[Format Baru] (Milyar Rupiah) Tahun 2024
Bank Umum Syariah	-
Giro Wadiah	74.075,00

**STRATEGI PENGHIMPUNAN DANA PIHAK KETIGA PADA BANK SYARIAH MENGGUNAKAN
METODE KUALITATIF DESKRIPSI**

Rupiah	57.734,00
Valuta asing	16.341,00
Deposito Mudharabah	214.922,00
Rupiah	207.312,00
Valuta asing	7.610,00
Tabungan Mudharabah	176.935,00
Rupiah	174.748,00
Valuta asing	2.186,00
Total Dana Pihak Ketiga	465.932,00
Rupiah	439.795,00
Valuta asing	26.137,00
Unit Usaha Syariah2	-
Giro Wadiah	46.027,00
Rupiah	39.393,00
Valuta asing	6.634,00
Deposito Mudharabah	97.038,00
Rupiah	92.375,00
Valuta asing	4.663,00
Tabungan Mudharabah	60.252,00
Rupiah	57.679,00
Valuta asing	2.573,00
Total Dana Pihak Ketiga	203.317,00
Rupiah	189.447,00
Valuta asing	13.870,00

Pada tahun 2024, penghimpunan dana pihak ketiga di perbankan syariah Indonesia menunjukkan tren yang sangat positif. Berikut adalah beberapa poin penting dari perkembangan tersebut:

- a. Peningkatan Total Aset. Total aset perbankan syariah mencapai Rp895,9 triliun pada akhir tahun 2024, meningkat dari Rp593,9 triliun pada Januari 2024. Peningkatan ini didorong oleh peningkatan pembiayaan dan penghimpunan dana pihak ketiga.
- b. Tren Penghimpunan Dana Pihak Ketiga. Penghimpunan dana pihak ketiga mencapai Rp483,3 triliun pada akhir kuartal ketiga 2024. Proporsi deposito berjangka berbasis syariah terus meningkat, mencerminkan tingginya kepercayaan masyarakat terhadap produk perbankan syariah.
- c. Efisiensi Operasional. Rasio BOPO (Biaya Operasional terhadap Pendapatan Operasional) mengalami penurunan stabil dari 76,27% pada Agustus menjadi 76,68% pada September 2024, menunjukkan peningkatan efisiensi operasional bank.
- d. Return on Assets (ROA). ROA mencapai 2,02%, menandakan bahwa perbankan syariah semakin mampu menghasilkan keuntungan dari aset yang mereka miliki.

- e. Pembiayaan Berbasis Syariah. Total pembiayaan berdasarkan prinsip syariah seperti mudharabah dan musyarakah mencapai Rp400,6 triliun hingga September 2024, meningkat signifikan dari angka awal tahun.
- f. Infrastruktur Perbankan Syariah. Terdapat 2.005 kantor layanan syariah di seluruh Indonesia dengan dukungan 5.709 ATM, menunjukkan komitmen industri untuk memperluas jangkauan layanan.
- g. Tantangan yang Masih Dihadapi. Meskipun ada banyak kemajuan, tantangan seperti edukasi masyarakat, kualitas kredit, dan inovasi produk masih perlu diatasi untuk meningkatkan daya saing perbankan syariah.

Strategi Penghimpunan Dana Pihak Ketiga untuk Meningkatkan Jumlah Nasabah pada Bank Syariah Metode Kualitatif Deskripsi.

a. Pemahaman Strategi Bank Syariah

Banyak persaingan dari bank lain, yang membuat Bank Syariah semakin inovatif dalam mengembangkan produk yang dapat membantu masyarakat. Sebagai lembaga keuangan yang prinsip usahanya berdasarkan prinsip Syariah Islam, Bank Syariah harus punya strategi yang bisa menarik minat nasabah untuk bertransaksi.

Pemahaman tentang strategi Bapak Aldy Yusra selaku Relationship Manager Consumer menjelaskan bahwa: *“strategi kami berfokus pada pendekatan personal dan edukasi kepada nasabah. Kami sering mengadakan seminar dan workshop untuk meningkatkan pemahaman masyarakat tentang produk-produk syariah.”*

Berdasarkan pertanyaan dari bapak Aldy Yusra tersebut dapat diketahui bahwa strategi adalah suatu perencanaan perusahaan untuk mencapai tujuan perusahaan, kemudian ditambahkan oleh Yuliana Julia Lestari yang merupakan Costumer Service Bank Syariah beliau menjelaskan: *“Strategi merupakan cara atau tindakan yang dilakukan oleh perusahaan dalam upaya untuk mencapai tujuan perusahaan”* Sebagian besar nasabah sangat positif. Mereka merasa lebih percaya dan memahami manfaat dari produk syariah. Selain itu, kami juga memberikan layanan yang lebih personal dan transparan.”

Menurut penjelasan dari ibu Salsabila Rahma bahwa strategi merupakan cara atau tindakan yang dilakukan oleh perusahaan dalam upaya untuk mencapai tujuan perusahaan. Kemudian menurut Ibu Aisyah Fadhillah Husna selaku Relationship Manager Funding & Transactional di Bank Syariah beliau turut memberikan penjelasan mengenai pemahaman tentang strategi: *“Tentu, salah satu tantangan terbesar adalah kurangnya pemahaman masyarakat tentang perbankan syariah. Oleh karena itu, edukasi menjadi kunci utama dalam strategi kami”*

Dari wawancara ini, dapat disimpulkan bahwa strategi penghimpunan dana pihak ketiga pada bank syariah sangat bergantung pada edukasi dan pendekatan personal. Metode kualitatif deskriptif membantu kita memahami bagaimana strategi ini diterapkan dan bagaimana tanggapan nasabah terhadapnya. Edukasi yang berkelanjutan dan layanan yang transparan menjadi faktor penting dalam keberhasilan strategi ini.

b. Strategi Pemasaran

Menurut Ibu Aisyah Fadhillah Husna selaku Funding & Transactional Representative di Bank Syariah menjelaskan bahwa: *“Strategi pemasaran kami berfokus pada pendekatan edukatif dan personal. Kami sering mengadakan seminar, workshop, dan sosialisasi untuk meningkatkan pemahaman masyarakat tentang produk-produk syariah”*

Dari penjelasan tersebut dapat diketahui bahwa strategi pemasaran adalah mengadakan seminar, workshop dan edukasi ke seluruh masyarakat. Kemudian ditambahkan oleh Ibu Yuliana Julia Lestari selaku Customer Service Representative di Bank Syariah beliau menjelaskan: *“Strategi pemasaran bisa dilakukan di media sosial, dimana peran media memainkan peran yang sangat penting. Dengan bantuan media, kami bisa menjangkau lebih banyak orang dan memberikan informasi tentang produk syariah. Kami juga bisa mengadakan kampanye pemasaran yang lebih efektif.”*

Dari penjelasan Ibu Yuliana Julia Lestari yang menjelaskan bahwa strategi pemasaran bisa dilakukan ke media sosial, dikarenakan lebih banyak informasi terkait produk bank syariah yang akan disiarkan langsung ke seluruh masyarakat agar lebih efektif dan efisien kedepannya. Kemudian menurut Bapak Aldy Yusra selaku Relationship Manager Consumer Business Representative di Bank Syariah beliau menjelaskan bahwa: *“Tantangan utamanya adalah memastikan bahwa informasi yang kami sampaikan akurat dan relevan. Kami juga harus berhati-hati dalam menangani umpan balik negatif dan memastikan bahwa kami selalu responsif terhadap pertanyaan dan keluhan nasabah.”*

Dari hasil wawancara dengan tiga informan tersebut dapat disimpulkan bahwa strategi pemasaran adalah cara bisa melalui di media sosial yang telah disusun sedemikian rupa untuk bisa dipromosikan produk bank syariah yang bertujuan untuk membantu masyarakat luas lebih kenal dan lebih dekat produknya.

Ibu Yuliana Julia Lestari selaku Customer Service Representative di Bank Syariah yang mengatakan: *“Tujuan utama dari strategi pemasaran kami adalah untuk meningkatkan pemahaman dan kepercayaan nasabah terhadap produk perbankan syariah. Kami ingin memastikan bahwa setiap nasabah memahami manfaat dan keunggulan produk syariah”*

Menurut penjelasan dari Ibu Yuliana Julia Lestari selaku Customer Care Representative Bank Syariah tujuan pemasaran bank merupakan sebagai memperkenalkan produk yang dimiliki kemudian juga turut memberikan pemahaman mengenai perbankan syariah. Selain itu Bapak Aldy Yusra selaku Relationship Manager Consumer Business Representative yang juga menambahkan bahwa tujuan pemasaran bank yaitu: *“Kami melakukan segmentasi pasar berdasarkan berbagai faktor seperti usia, pendapatan, dan kebutuhan finansial. Dengan demikian, kami bisa menyesuaikan pesan pemasaran dan produk yang ditawarkan sesuai dengan kebutuhan masing-masing segmen”*

Penjelasan wawancara dari Bapak Aldy Yusra serupa dengan penjelasan dari Ibu Yuliana Julia Lestari, menurut Bapak Aldy Yusra tujuan pemasaran bank yaitu untuk lebih efisiensi dengan waktu, sehingga masyarakat luas tahu apa saja keunggulan dan manfaat produk syariah serta bisa menyesuaikan produk yang dibutuhkan.

Ibu Aisyah Fadhillah Husna selaku Funding & Transactional Representative di Bank Syariah turut menambahkan pemahaman Bapak Aldy Yusra bahwa: *“Ya, untuk nasabah muda, kami fokus pada edukasi keuangan dan penggunaan teknologi digital. Kami menawarkan produk yang sesuai dengan gaya hidup mereka, seperti aplikasi mobile banking yang user-friendly dan program edukasi keuangan.”* Ibu Aisyah Fadhillah Yusra menegaskan tujuan pemasaran bank selain keunggulan juga bisa menawarkan edukasi keuangan serta teknologi digital seperti aplikasi mobile banking yang dimana mobile banking ini sangat memudahkan seluruh masyarakat bisa bertransaksi dengan jarak jauh, sehingga nasabah bisa tertarik pada produk yang ditawarkan dan mendorong tujuan bersama dengan tercapainya target pada bank masing-masing.

Dari tiga penjelasan di atas dapat ditarik kesimpulan bahwa tujuan pemasaran bank yaitu Menawarkan produk bank syariah baik itu nasabah di usia muda maupun usia tua, yang biasanya ditawarkan produk dengan cara yang memudahkan seperti KPR, Investasi, Membuka Mobile Banking dengan transaksi yang lebih mudah baik itu personal maupun berkelompok untuk mendukung tercapainya produk produk syariah sesuai target yang telah ditentukan.

c. Strategi Promosi

Berdasarkan hasil wawancara peneliti dengan bapak Aldy Yusra sebagai bagian dari Relationship Manager Consumer Business Representative yang menjelaskan strategi penghimpunan dana untuk meningkatkan jumlah nasabah pada Bank Syariah yaitu: *“Ya, untuk nasabah dengan pendapatan tinggi, kami menawarkan produk investasi syariah seperti sukuk dan reksa dana syariah. Kami juga memberikan layanan prioritas dan*

konsultasi keuangan yang lebih mendalam.”

Hal ini juga dipertegas oleh hasil wawancara dengan ibu Yuliana Julia Lestari selaku Customer Service Representative menjelaskan strategi penghimpunan dana pihak ketiga untuk meningkatkan jumlah nasabah pada Bank Syariah yaitu: *“Kami mengadakan seminar dan workshop secara rutin untuk mengedukasi nasabah tentang prinsip-prinsip syariah. Selain itu, kami juga menyediakan materi edukasi yang mudah dipahami dan akses ke Dewan Pengawas Syariah untuk konsultasi.”*

Hal ini juga diperkuat dengan hasil wawancara peneliti dengan ibu Yuliana Julia Lestari selaku bagian Funding & Transactional Representative yang menjelaskan tentang strategi penghimpunan dana pihak ketiga untuk meningkatkan jumlah nasabah. *“Ya, kami memiliki program loyalitas yang memberikan berbagai keuntungan bagi nasabah setia, seperti diskon biaya administrasi, hadiah, dan layanan prioritas. Kami menggunakan berbagai indikator, seperti peningkatan jumlah nasabah, peningkatan jumlah dana yang dihimpun, dan tingkat kepuasan nasabah. Kami juga melakukan survei berkala untuk mendapatkan umpan balik dari nasabah.”*

Dari hasil wawancara dengan tiga informan tersebut dapat disimpulkan bahwa strategi menghimpunan dana pihak ketiga untuk meningkatkan jumlah nasabah pada Bank Syariah, yaitu dengan cara memberikan promosi melakukan penawaran kepada setiap calon nasabah agar tertarik terhadap dengan produk penghimpunan dana yang ditawarkan oleh Bank Syariah

Bank Syariah Strategi promosi merupakan salah satu bidang yang berperan penting dalam meningkatkan jumlah nasabah adapun strategi promosi yang dilakukan oleh Bank Syariah

- a. Periklanan (Advertising) Berdasarkan hasil observasi peneliti Bank Syariah menggunakan sebuah strategi promosi yang berupa periklanan, Seperti yang dijelaskan oleh Bapak Aldy Yusra dalam wawancara sebagai berikut: *“ Tujuan utama dari strategi periklanan kami adalah untuk meningkatkan kesadaran dan pemahaman nasabah terhadap produk perbankan syariah. Kami ingin memastikan bahwa setiap nasabah mengetahui manfaat dan keunggulan produk syariah. ”Kami melakukan segmentasi pasar berdasarkan berbagai faktor seperti usia, pendapatan, dan kebutuhan finansial. Dengan demikian, kami bisa menyesuaikan pesan iklan dan media yang digunakan sesuai dengan kebutuhan masing-masing segmen. Ya, untuk nasabah muda, kami fokus pada penggunaan media digital dan sosial. Kami membuat konten yang menarik dan relevan bagi mereka, seperti video edukasi dan infografis yang mudah dipahami. Untuk*

nasabah yang lebih tua, kami menggunakan media tradisional seperti surat kabar, radio, dan televisi. Kami juga memberikan informasi yang lebih mendalam tentang keamanan dan stabilitas produk syariah."

Hal ini juga diungkapkan oleh Ibu Yuliana Julia Lestari selaku Customer Service Representative dalam hasil wawancara yaitu: *"Ya, untuk nasabah dengan pendapatan tinggi, kami menawarkan iklan yang menekankan pada produk investasi syariah seperti sukuk dan reksa dana syariah. Kami juga mengadakan acara eksklusif dan konsultasi keuangan pribadi. Kami selalu menyertakan informasi tentang prinsip-prinsip syariah dalam setiap iklan.. Kami menggunakan berbagai indikator, seperti peningkatan jumlah nasabah, peningkatan jumlah dana yang dihimpun, dan tingkat kesadaran merek. Kami juga melakukan survei berkala untuk mendapatkan umpan balik dari nasabah. Tentu, salah satu tantangan terbesar adalah kurangnya pemahaman masyarakat tentang perbankan syariah. Oleh karena itu, edukasi menjadi kunci utama dalam strategi periklanan kami. Kami mengatasi tantangan tersebut dengan berbagai cara, seperti mengadakan seminar dan workshop, menggunakan media sosial untuk berbagi informasi, dan memberikan layanan yang transparan dan personal."*

Pernyataan tersebut di pertegas oleh Ibu Yuliana Julia Lestari selaku Funding & Transactional Representative dalam wawancara sebagai berikut: *"Media sosial memainkan peran penting dalam strategi periklanan kami. Kami menggunakan platform seperti Facebook, Instagram, dan Twitter untuk berinteraksi dengan nasabah, memberikan informasi tentang produk, dan mengadakan kampanye iklan. Tantangan utamanya adalah memastikan konten yang kami bagikan relevan dan menarik bagi audiens. Kami juga harus berhati-hati dalam menangani umpan balik negatif dan memastikan bahwa kami selalu responsif terhadap pertanyaan dan keluhan nasabah. Kami melibatkan karyawan melalui pelatihan dan workshop. Kami juga mendorong mereka untuk berpartisipasi dalam kegiatan periklanan dan memberikan ide-ide kreatif untuk kampanye iklan. Ya, kami sering bekerjasama dengan lembaga pendidikan, organisasi keagamaan, dan komunitas untuk mengadakan seminar dan workshop. Ini membantu kami menjangkau lebih banyak orang dan meningkatkan pemahaman mereka tentang perbankan syariah. Teknologi memainkan peran yang sangat penting. Dengan adanya teknologi, kami bisa menjangkau lebih banyak nasabah dan memberikan layanan yang lebih efisien. Misalnya, melalui aplikasi mobile banking, nasabah bisa melakukan transaksi kapan saja dan di mana saja."*

Berdasarkan hasil wawancara di atas dapat disimpulkan bahwa strategi pengumpulan

dana pihak ketiga untuk meningkatkan jumlah nasabah adalah dengan melakukan promosi berupa periklanan (advertising) dalam bentuk spanduk, brosur, billboard dan majalah televisi yang memiliki fungsi untuk menginformasikan produk, ciri-ciri, dan lokasi pengelolaan dan pihak ketiga serta berfungsi untuk mencoba membujuk para nasabah agar tertarik terhadap produk yang ditawarkan oleh bank.

- b. Promosi Penjualan (Sales Promotion) Tujuan promosi penjualan adalah untuk meningkatkan penjualan atau untuk meningkatkan jumlah nasabah. Promosi penjualan dilakukan untuk menarik nasabah segera membeli setiap produk atau jasa yang ditawarkan.

Untuk meningkatkan jumlah nasabah Bank Syariah juga menggunakan strategi promosi penjualan (sales promotion) agar nasabah tertarik terhadap produk yang ditawarkan. Sebagaimana yang telah dijelaskan oleh Ibu Yuliana Julia Lestari selaku Funding & Transactional Representative dalam wawancara sebagai berikut: *"Tujuan utama dari strategi promosi penjualan kami adalah untuk meningkatkan kesadaran dan pemahaman nasabah terhadap produk perbankan syariah. Kami selalu menyertakan informasi tentang prinsip-prinsip syariah dalam setiap promosi. Selain itu, kami juga mengadakan seminar dan workshop untuk memberikan penjelasan lebih lanjut kepada nasabah. "Media sosial memainkan peran penting dalam strategi promosi kami. Kami menggunakan platform seperti Facebook, Instagram, dan Twitter untuk berinteraksi dengan nasabah, memberikan informasi tentang produk, dan mengadakan kampanye promosi."*

Hal tersebut juga serupa dengan yang disampaikan oleh Aldy Yusra selaku bagian Relationship Manager Consumer Business dalam bentuk wawancara yaitu: *"Teknologi memainkan peran yang sangat penting. Dengan adanya teknologi, kami bisa menjangkau lebih banyak nasabah dan memberikan layanan yang lebih efisien. Misalnya, melalui aplikasi mobile banking, nasabah bisa melakukan transaksi kapan saja dan di mana saja. Ya, kami selalu berusaha untuk berinovasi dan mengembangkan produk baru yang sesuai dengan kebutuhan nasabah. Kami juga terus melakukan riset pasar untuk memahami tren dan kebutuhan nasabah. Setiap produk baru yang kami kembangkan harus melalui proses review oleh Dewan Pengawas Syariah. Mereka memastikan bahwa produk tersebut sesuai dengan prinsip-prinsip syariah sebelum diluncurkan ke pasar. Ya, kami menyadari bahwa generasi muda adalah segmen pasar yang sangat potensial. Oleh karena itu, kami mengembangkan produk dan layanan yang sesuai dengan kebutuhan mereka, seperti aplikasi mobile banking yang user-friendly dan program edukasi*

keuangan. "Edukasi sangat penting. Kami percaya bahwa dengan meningkatkan pemahaman masyarakat tentang perbankan syariah, kami bisa meningkatkan kepercayaan dan minat mereka terhadap produk syariah. Oleh karena itu, kami sering mengadakan seminar, workshop, dan sosialisasi."

Pernyataan tersebut juga ditambahi oleh Yuliana Julia Lestari selaku Costumer Service Representative yaitu: Pihak bank disini ya menggunakan strategi promosi penjualan juga untuk meningkatkan jumlah nasabah dalam penghimpunan dana pihak ketiga, dimana pihak bank memberikan hadiah kepada setiap nasabah yang menabung di Bank Syariah tujuannya agar calon nasabah tertarik untuk menabung disini sehingga membuat kami selaku pihak bank dengan mudah meningkatkan jumlah nasabah.

Berdasarkan hasil wawancara yang telah dipaparkan diatas dapat diketahui bahwa promosi penjualan yang dilakukan pihak bank berupa pemberian gift (hadiah) kepada nasabah yang pendapatannya tinggi sehingga bisa menambah nasabah yang baru dengan cara menabung dengan tabungan mudharabah ataupun wadiah dengan tabungan berencana serta tabungan usaha dan tabungan pendidikan, Hal ini sangat penting untuk meningkatkan naiknya jumlah nasabah yang telah ditawarkan produk syariah dalam penghimpunan dana di pihak ketiga.

- c. Publisitas (Publicity) Sebagaimana yang dilakukan oleh Bank Syariah dalam menerapkan strategi promosi yaitu menggunakan publisitas sebagai sarana promosi yang mampu untuk menarik nasabah. Kegiatan yang dilakukan Bank Syariah dalam melaksanakan promosi melalui publisitas yaitu dengan sponsorship. Tujuan dari promosi publisitas sendiri adalah menginformasikan, mempengaruhi, dan membujuk serta mengingatkan nasabah tentang produk perusahaan. Berdasarkan dengan hasil wawancara yang telah dijelaskan oleh Bapak Aldy yusra selaku bagian Relationship Manager Consumer Business Respresentative yaitu: *"Nah kalau kami dalam publisitas artinya disini kami selalu menyertakan informasi tentang prinsip-prinsip syariah dalam setiap publikasi. Selain itu, kami juga mengadakan seminar dan workshop untuk memberikan penjelasan lebih lanjut kepada nasabah. Media memainkan peran yang sangat penting. Dengan bantuan media, kami bisa menjangkau lebih banyak orang dan memberikan informasi tentang produk syariah. Kami juga bisa mengadakan kampanye publikasi yang lebih efektif."*

Dari hasil wawancara dengan tiga informan diatas dapat disimpulkan bahwa Bank Syariah dalam promosi juga menggunakan publisitas dalam bentuk aksi sosial.

5. KESIMPULAN

Dalam kesimpulan mengenai strategi penghimpunan dana pada bank syariah menggunakan metode kualitatif deskripsi, beberapa poin penting dapat diambil sebagai berikut:

- a. Pendekatan Personal dan Edukatif: Bank syariah harus menerapkan strategi penghimpunan dana yang bersifat personal dan edukatif. Melalui pendekatan yang lebih dekat dengan nasabah dan memberikan edukasi yang komprehensif mengenai produk dan layanan syariah, bank dapat meningkatkan kepercayaan dan loyalitas nasabah.
- b. Inovasi Produk dan Layanan: Pengembangan produk dan layanan yang inovatif sesuai dengan kebutuhan dan preferensi nasabah menjadi kunci utama. Produk seperti tabungan wadiah, deposito mudharabah, dan investasi syariah lainnya perlu dirancang agar lebih menarik dan kompetitif.
- c. Penggunaan Teknologi: Teknologi memainkan peran penting dalam memfasilitasi akses dan kemudahan bertransaksi bagi nasabah. Aplikasi perbankan mobile dan platform digital lainnya dapat digunakan untuk meningkatkan efisiensi operasional dan memberikan pengalaman yang lebih baik kepada nasabah.
- d. Transparansi dan Akuntabilitas: Bank syariah harus menjaga transparansi dalam pengelolaan dana dan memberikan informasi yang akurat kepada nasabah. Laporan keuangan yang jelas dan diaudit oleh lembaga independen dapat meningkatkan kepercayaan nasabah terhadap bank.
- e. Kerjasama dengan Komunitas dan Organisasi: Membangun kerjasama dengan komunitas keagamaan, lembaga pendidikan, dan organisasi non-pemerintah dapat memperluas jaringan dan meningkatkan penghimpunan dana. Kemitraan ini juga dapat membantu bank dalam menjangkau nasabah potensial.

DAFTAR PUSTAKA

- Adilla, A. (2022). Analisis strategi penghimpunan dana dalam produk deposito mudharabah pada KCP Bank Syariah Indonesia Sumberrejo Bojonegoro. *Jurnal Ekonomi Syariah*, 5(1), 45-58.
- Anggraini, D. (2021). Pengaruh dana pihak ketiga, non-performing financing, tingkat bagi hasil, dan modal sendiri terhadap profitabilitas dengan pembiayaan bagi hasil sebagai variabel intervening pada perbankan syariah. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*, 9(1), 45-58.
- Asnawi, N., & Masyhuri. (2020). *Metodologi riset manajemen* (Cet. ke-2). Malang: UIN-Maliki Press.

- Assauri, S. (2020). *Manajemen pemasaran*. Jakarta: RajaGrafindo Persada.
- Bungin, B. (2020). *Metodologi penelitian kualitatif*. Depok: RajaGrafindo Persada.
- Dendawijaya. (2020). *Manajemen perbankan* (Edisi revisi). Bogor: PT Ghalia Indonesia.
- Ferdinand, A. (2020). *Metode penelitian manajemen* (Edisi 5). Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gulo, W. (2020). *Metodologi penelitian*. Jakarta: Gramedia.
- Harahap, S. S. (2020). *Analisis kritis atas laporan keuangan*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.
- Ismail. (2020). *Perbankan syariah* (Edisi pertama). Jakarta: Kencana.
- Karim, A. (2020). *Bank Islam: Analisis fiqh dan keuangan*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.
- Kasmir. (2020). *Dasar-dasar perbankan*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.
- Munawir. (2020). *Analisis laporan keuangan* (Edisi keempat). Yogyakarta: Liberty.
- Muslich, M. (2020). *Manajemen risiko operasional: Teori dan praktik*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Nurhatati, F., & Rahmanyah, I. S. (2020). *Koperasi syariah*. Surakarta: PT Era Intermedia.
- Pandia, F. (2020). *Manajemen dana dan kesehatan bank*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Prasetyoningrum, K. (2020). *Risiko bank syariah: Risiko imbal hasil, risiko investasi, return, tingkat dana pihak ketiga, dan BI rate*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Riyanto, M. N. (2020). *Dasar-dasar pemasaran bank syariah*. Bandung: Alfabeta.
- Siregar, S. (2020). *Metode penelitian kuantitatif*. Jakarta: Salemba Empat.
- Sugiyono. (2020). *Metode penelitian bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- Sumar'in. (2020). *Konsep kelembagaan bank syariah*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Suryabrata, S. (2020). *Prosedur penelitian: Suatu pendekatan praktik*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Sutrisno. (2020). *Manajemen keuangan: Teori, konsep, dan aplikasi* (Edisi pertama, Cetakan ketujuh). Yogyakarta: Ekonisia.