



Department of Digital Business

Journal of Artificial Intelligence and Digital Business (RIGGS)

Homepage: <https://journal.ilmudata.co.id/index.php/RIGGS>

Vol. 4 No. 4 (2025) pp: 3313-3421

P-ISSN: 2963-9298, e-ISSN: 2963-914X

Perception Of Civil Servants In The Environment Of The Ministry Of Religious Affairs Of Sambas Regency Towards The Use Of Sharia Bank Services

Liza Purnama¹, Munadi², Deni Irawan³

Sultan Muhammad Syafiuddin Sambas University

lizapurnama57@gmail.com, munadi176176@gmail.com, bangahdeni19@gmail.com

Abstrak

Struktur pengetahuan dan sikap yang sudah terbangun sekian lama dalam bertransaksi menggunakan bank konvensional, tentu tidak mudah untuk diarahkan kepada perbankan yang berazaskan syariah Islam. Penelitian ini dirasa penting untuk mengungkapkan struktur persepsi pegawai negeri sipil kementerian agama Kabupaten Sambas saat ini, serta faktor-faktor yang menimbulkan persepsi agar dapat menerima dan menggunakan perbankan syariah. Tujuan penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan dan menganalisis tentang pengetahuan Pegawai Negeri Sipil Di Lingkungan Kementerian Agama Kabupaten Sambas tentang sistem bank syariah, layanan bank syariah dan penggunaan jasa bank syariah. Penelitian ini merupakan penelitian lapangan (Field research) atau penelitian kualitatif, penelitian deskriptif kualitatif penelitian yang meneliti fenomena kontemporer secara utuh dan menyeluruh pada kondisi yang sebenarnya, dengan menggunakan berbagai bentuk data kualitatif lebih menekankan pada proses dari pada produk atau outcome. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Pegawai negeri sipil memiliki persepsi terhadap jasa bank syariah dilihat dari pengetahuan dan sikap karena pelayanan yang diberikan bank syariah dan juga biaya administrasi yang ringan. Selain itu, pegawai mengetahui bahwa bank syariah bebas dari riba dan dalam bank syariah terdapat akad-akad yang dikenal dengan bagi hasil sehingga tidak merugikan dan memberatkan pihak yang melakukan akad. Faktor persepsi pegawai aparatur negara dalam menggunakan jasa bank, baik bank syariah tidak lepas dari budaya organisasi di mana pegawai tersebut bekerja. Utamanya pegawai negeri sipil di lingkungan Kementerian Agama Kabupaten Sambas menggunakan jasa bank konvensional karena telah ada aturan dan kebijakan dari pemerintah dalam penyeragaman rekening penerimaan gaji pegawai.

Kata Kunci: Persepsi, Penggunaan Jasa, Bank Syariah

1. Latar Belakang

Indonesia mulai melakukan deregulasi perbankan pada 1983, saat itu Bank Indonesia (BI) memberikan keleluasaan kepada lembaga perbankan untuk menetapkan suku bunga. Pemerintah berharap dengan kebijakan deregulasi akan tercipta kondisi bank yang efisien dan kuat dalam menopang perekonomian. Masih pada tahun yang sama pemerintah Indonesia berencana menerapkan sistem bagi hasil dalam perkreditan yang merupakan konsep dari perbankan syariah. Akhirnya 5 tahun kemudian, pemerintah mengeluarkan paket kebijakan deregulasi perbankan 1988 yang membuka kesempatan seluas-luasnya untuk bisnis perbankan dalam menunjang pembangunan. Namun lebih banyak konvensional yang berdiri dibandingkan perbankan syariah. Tapi beberapa usaha perbankan yang bersifat daerah yang berasaskan syariah juga mulai bermunculan.

Sebagai negara dengan kuantitas penduduk muslim yang terbesar di dunia, institusi bank di Indonesia ditantang untuk dapat mengoperasional sistem bank yang berbasiskan kepada syariah Islam. Meskipun agak terlambat, setelah beberapa dekade, dilambangkan oleh kaum ulama dan pemerintah tentang persoalan halal dan haramnya bunga dalam perbankan, tahun 1992 dikeluarkan Undang-Undang No. 7 tahun 1992 tentang Perbankan yang menjadi tonggak legalitas diadopsinya perbankan syariah dalam sistem perbankan di Indonesia. Peraturan ini kemudian diperbaiki dengan Undang-Undang No. 10 tahun 1998, lalu Undang-Undang No. 23 tahun 1999, dan terakhir dengan Undang-Undang No. 3 tahun 2004 tentang Bank Indonesia. Sampai saat ini, perkembangan perbankan syariah sangat pesat baik dari jumlah usaha, kantor, penghimpunan dan pembiayaan, maupun ragam produknya. Namun, jangkauannya baru sebatas kota-kota besar, sehingga potensi dan peluangnya masih sangat besar (Direktorat Perbankan Syariah 2005).

Perception Of Civil Servants In The Environment Of The Ministry Of Religious Affairs Of Sambas Regency
Towards The Use Of Sharia Bank Services

Salah satu yang saat ini sudah mulai berkembang dengan pesat yaitu adalah dengan adanya bank-bank yang kegiatan operasionalnya menggunakan prinsip syariah. Institusi perbankan syariah ini mulai merata dan menampakkan jati dirinya ditengah-tengah banyaknya bank-bank konvensional yang ada. Perbankan syariah di Indonesia diproyeksikan akan meningkat pesat seiring dengan meningkatnya laju ekspansi kelembagaan dan akselerasi pertumbuhan aset perbankan syariah yang sangat tinggi dan ditambah lagi dengan volume penerbitan sukuk yang terus meningkat berdasarkan data yang diperoleh dari Islamic Finance Country Index (IFCI). Dengan diterbitkannya Undang-Undang No. 21 Tahun 2008 Tentang Perbankan Syariah tertanggal 16 Juli 2008, pengembangan industri perbankan syariah nasional semakin memiliki landasan hukum yang memadai dan akan mendorong pertumbuhannya secara lebih cepat lagi. Perkembangan bank syariah mengalami peningkatan, dengan rata-rata pertumbuhan aset lebih dari 65% per- tahun dalam lima tahun terakhir. Dengan demikian, peran industri perbankan syariah dalam mendukung perekonomian nasional semakin signifikan (Hasan, 2011).

Bank syariah merupakan bank yang beroperasi dengan tidak mengandalkan pada bunga. Bank syariah juga dapat diartikan sebagai lembaga keuangan/perbankan yang operasional dan produknya dikembangkan berlandaskan Al-Quran dan hadist Nabi SAW. Berlandaskan Al-Quran dan hadist Nabi SAW ini yaitu berisi larangan riba (bunga) dalam kegiatan perbankan syariah. Sesuai UU No. 21 tahun 2008 tentang Perbankan Syariah, Bank Syariah adalah bank yang menjalankan kegiatan usaha berdasarkan prinsip syariah, atau prinsip hukum Islam yang diatur dalam fatwa Majelis Ulama Indonesia (MUI) seperti prinsip keadilan dan keseimbangan ('adl wa tawazun), kemaslahatan (mashlahah), universalisme (alamiyah), serta tidak mengandung gharar, maysir, riba, zalim dan objek yang haram (Aprilia, 2011).

Industri perbankan yang pertama menggunakan sistem syariah adalah PT Bank Muamalat Indonesia Tbk yang didirikan pada tahun 1991 dan memulai operasionalnya pada bulan Mei 1992. Pendirian bank dimaksud, diprakarsai oleh Majelis Ulama Indonesia (MUI), Pemerintah Indonesia serta mendapat dukungan nyata dari eksponen Ikatan Cendekiawan Muslim se-Indonesia (ICMI) dan beberapa pengusaha muslim. Selain itu, pendirian Bank Muamalat juga mendapat dukungan dari masyarakat Indonesia yang dibuktikan dengan komitmen pembelian saham Perseroan senilai Rp. 84 Miliar pada saat penandatanganan akta pendirian Perseroan. Selanjutnya, pada acara silaturahmi peringatan pendirian bank tersebut di Istana Bogor, diperoleh tambahan komitmen dari warga masyarakat Jawa Barat yang turut menanam modal senilai Rp. 106 miliar (Zainuddin 2008).

Walaupun perkembangannya agak terlambat bila dibandingkan dengan negara-negara Muslim lainnya, perbankan syariah di Indonesia akan terus berkembang. Bila pada periode tahun 1992-1998 hanya ada satu unit Bank Syariah, maka pada tahun 2005 jumlah bank syariah di Indonesia telah bertambah menjadi 20 unit, yaitu 3 bank umum syariah dan 17 unit usaha syariah. Sementara itu, jumlah Bank Perkreditan Rakyat Syariah (BPRS) hingga akhir tahun 2004 bertambah menjadi 88 buah.

Kehadiran bank syariah di tengah-tengah perbankan konvensional untuk menawarkan sistem perbankan alternatif bagi umat Islam yang membutuhkan atau ingin memperoleh layanan jasa perbankan tanpa harus melanggar larangan riba. Sebagaimana disinyalir oleh para ekonom muslim, ada dua alasan utama mengenai latar belakang berdirinya bank syariah, yaitu: (1) adanya pandangan bahwa bunga (*interest*) pada bank konvensional itu hukumnya haram karena termasuk dalam kategori riba yang dilarang dalam agama, bukan saja pada agama Islam tetapi juga oleh agama samawi lainnya; (2) dari aspek ekonomi, penyerahan resiko usaha terhadap salah satu pihak dinilai melanggar norma keadilan dan dapat menimbulkan rasa mementingkan diri sendiri (*selfishness*). Dalam jangka panjang sistem perbankan konvensional akan menyebabkan penumpukan kekayaan pada segelintir orang yang memiliki kapital besar (Rahmawaty 2014).

Garis besarnya, para ulama terbagi menjadi tiga bagian (tiga golongan) dalam menghadapi masalah bunga bank, yaitu kelompok yang mengharamkan, kelompok yang menganggap *syubhat* (samar) dan kelompok yang menganggap halal (boleh) (Suhendi 2010). Dalam kehidupan modern seperti sekarang ini, umat Islam hampir tidak dapat menghindari diri dari bermuamalah dengan bank konvensional, yang memakai sistem bunga dalam segala aspek kehidupannya, termasuk kehidupan agamanya. Misalnya, ibadah haji di Indonesia, umat Islam harus memakai jasa bank (Syafei, 2006).

Bank syariah harus tanggap dan berupaya untuk memenuhi kebutuhan para nasabahnya melalui pelayanan yang prima agar mampu bersaing dengan baik. Hal tersebut dikarenakan pada dasarnya kualitas pelayanan merupakan salah satu kunci penting untuk meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan suatu bank. Banyak hal yang dipersiapkan oleh bank syariah untuk menjadikan mereka menjadi pilihan yang akhirnya dipercaya oleh para nasabahnya. Semakin banyak alternatif yang ada, semakin besar pula tuntutan nasabah

terhadap pemberian pelayanan yang bermutu tinggi dengan pendekatan yang baik dan benar. Nasabah akan lebih suka berhubungan dengan bank yang memberikan nilai-nilai yang selama ini mereka harapkan. Dengan kata lain yang mereka harapkan sesuai dengan yang mereka dapatkan, sehingga terciptalah kepuasan nasabah sebagai konsumen (*customer satisfaction*).

Mengingat bahwa masyarakat di Kota Sambas yang mayoritas beragama Islam, maka hal ini akan berimplikasi terhadap perkembangan perbankan syariah dengan dukungan dari umat Islam itu sendiri. Pertumbuhan perbankan syariah sampai saat ini, khususnya bank syariah yang ada di Kota Sambas semakin meningkat terlihat perkembangan jumlah bank syariah di Kota Sambas dari tahun ke tahun semakin bertambah. Sebagai unsur aparatur abdi negara dan abdi masyarakat, yang penuh kesetiaan dan ketaatan kepada Pancasila, UUD 1945, negara dan pemerintahan melaksanakan tugas pemerintahan dan pembangunan tentu saja mempunyai hak-hak dalam melaksanakan tugas. Hak paling dekat dan dibutuhkan oleh pegawai negeri sipil ialah memperoleh gaji yang layak sesuai dengan pekerjaan dan tanggung jawabnya, mendapatkan cuti sesuai dengan peraturan yang berlaku, memperoleh perawatan jika ditimpa sesuatu kecelakaan dalam menjalankan kewajiban, memperoleh tunjangan jika menderita cacat jasmani atau cacat rohani dalam menjalankan tugas kewajibannya yang menyebabkan tidak dapat bekerja lagi, keluarganya memperoleh uang duka jika pegawai negeri itu tewas, berhak atas pensiun jika telah memenuhi syarat-syarat yang ditentukan (Prakoso, 1996).

Persepsi pegawai negeri sipil terhadap bank syariah cukup beragam, baik mengenai bunga bank, sistem bagi hasil, jual beli dan sewa, demikian juga dengan pengetahuan dan sikap pegawai negeri sipil Kota Sambas terhadap bank syariah, berbagai pengetahuan dan sikap yang muncul dengan berbagai alasan. Oleh karena itu, perkembangan bank syariah perlu mendapatkan perhatian dari seluruh pihak terkait, baik dari pihak akademisi maupun dari pihak praktisi demi pengembangan bank syariah di masa yang akan datang. Karena selama ini bank syariah merupakan *icon* sebagai kemajuan perekonomian syariah, jika bank syariah maju dan berkembang maka secara otomatis bank syariah akan menumbuhkan kepercayaan masyarakat.

Struktur pengetahuan dan sikap pegawai negeri sipil yang sudah terbangun sekian lama tersebut, tentu saja tidak mudah untuk diarahkan kepada hanya perbankan yang berazaskan syariah Islam. Dengan alasan itu, penelitian ini dirasa penting untuk mengungkapkan struktur persepsi pegawai negeri sipil saat ini, serta faktor-faktor yang menimbulkan persepsi untuk diubah agar dapat menerima dan menggunakan perbankan syariah.

Sikap masyarakat terhadap bunga dan bagi hasil sangat beragam, sebagian masyarakat tetap menerima bunga, sebagian menerima sistem bagi hasil dengan tetap menerima bunga, dan sebagian lagi menolak bunga sehingga dari berbagai sikap ini memberikan nuansa yang cukup menarik sebagai gambaran tentang persepsi pegawai negeri sipil dalam menyikapi perbankan syariah. Di Lingkungan Kementerian Agama Kabupaten Sambas ini pegawai negeri sipil melihat fenomena ini terjadi sesuai dengan prinsip syariah atau sebatas argumen saja karena tentunya para pegawai ASN sudah tidak asing lagi dengan keberadaan bank syariah. tetapi melalui observasi yang peneliti lakukan secara tidak langsung dengan salah satu pegawai, pegawai tersebut kebetulan sama sekali tidak menggunakan jasa bank syariah dengan alasan beranggapan sama saja antara perbankan syariah dengan konvensional.

Berdasarkan permasalahan dan uraian di atas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian lebih mendalam terkait dengan Persepsi Pegawai Negeri Sipil Di Lingkungan Kementerian Agama Kabupaten Sambas terhadap Penggunaan Jasa Bank Syariah.

2. Metode Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian lapangan (*Field research*) atau penelitian kualitatif, penelitian deskriptif kualitatif penelitian yang meneliti fenomena kontemporer secara utuh dan menyeluruh pada kondisi yang sebenarnya, dengan menggunakan berbagai bentuk data kualitatif lebih menekankan pada proses dari pada produk atau *outcome*. Penelitian kualitatif lebih memfokuskan pada penelitian yang bersifat proses, seperti interaksi antar manusia dalam suatu komunitas, proses pelaksanaan kerja, perkembangan suatu gejala atau peradaban (Sugiyono 2017). Disini peneliti menjelaskan tentang bagaimana persepsi pegawai negeri sipil di lingkungan kementerian agama kab.sambas terhadap penggunaan jasa bank syariah.

3. Pembahasan

3.1 Persepsi Pegawai Negeri Sipil (PNS) di Lingkungan Kementerian agama Kabupaten Sambas Terhadap Bank Syariah

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

Salah satu yang mempengaruhi perkembangan dari bank syariah dengan melalui peningkatan strategi pelayanan ke nasabah ataupun calon nasabah. Strategi untuk melakukan pelayanan yang terbaik menjadi satu pilihan bila mana bank syariah ingin berkembang dan semakin tumbuh dari tahun ke tahun jumlah nasabahnya. Bank syariah yang merupakan lembaga bisnis, bukan lembaga kemanusiaan yang memaksa mau tidak mau harus memberikan yang terbaik untuk nasabah maupun masyarakat yang akan dijadikan nasabah dengan memberikan beberapa pengetahuan maupun penawaran yang terbaik yang bisa diberikan. Pembentukan persepsi akan memberikan dampak terhadap kemajuan bank syariah juga akan mendorong masyarakat untuk dapat menggunakan jasa bank syariah sebagai lembaga keuangan. Persepsi dirasakan sangat penting, karena persepsi adalah sebuah proses saat individu mengatur dan menginterpretasikan kesan-kesan sensoris mereka guna memberikan arti bagi lingkungan mereka.

1. *Product* (Produk)

Pada umumnya masyarakat awam hanya mengetahui bahwa produk dan layanan bank terbatas pada simpanan dan pinjaman konvensional saja, padahal masih banyak lagi. Ada banyak produk menarik perbankan yang bisa dimanfaatkan, termasuk produk bank syariah atau produk perbankan syariah yang selama ini belum banyak diketahui masyarakat secara luas. Tidak hanya itu, ada pula yang menyediakan produk asuransi syariah yang bahkan bisa kamu beli tidak hanya melalui perbankan, tetapi juga marketplace asuransi. Saat ini, ada beberapa jenis produk bank syariah yang disesuaikan dengan kebutuhan dan perkembangan zaman. Perlu diketahui bahwa bank syariah tidak hanya melayani tabungan haji atau tabungan umroh saja, melainkan juga ada beberapa produk lain, termasuk pinjaman modal usaha.

Produk yang dihasilkan bank syariah merupakan tujuan utama dalam memberikan kepuasan kepada pelanggan baik berupa barang maupun jasa. Produk yang ditawarkan bank syariah kepada nasabah harus dapat memberikan manfaat total yang dapat dirasakan nasabah, sehingga nasabah akan melakukan pembelian, sehingga bank syariah dalam pembentukan produk dan desain produk harus bisa memenuhi kebutuhan nasabahnya. Pada produk jasa elemen kualitas pelayanan menjadi elemen utama dalam menjual produk bank. Produk-produk bank syariah digunakan oleh pegawai apabila pegawai memerlukan salah satu dari produk tersebut dan produk tersebut memberikan manfaat yang lebih dibandingkan dengan produk bank konvensional.

2. *Price* (Harga)

Bagi bank yang berdasarkan prinsip syariah, penentuan harga produk sangat berbeda dengan bank berdasarkan prinsip konvensional. Bank berdasarkan prinsip syariah menerapkan aturan perjanjian berdasarkan hukum Islam dengan pihak lain yang ingin menyimpan dana atau pembiayaan usaha atau kegiatan perbankan lainnya. Penentuan harga atau keuntungan pada bank yang berdasarkan prinsip syariah dilakukan dengan cara:

- a. Pembiayaan berdasarkan prinsip bagi hasil (*mudharabah*)
- b. Pembiayaan berdasarkan prinsip penyertaan modal (*musharakah*)
- c. Prinsip jual beli barang dengan memperoleh keuntungan (*murabahah*)
- d. Pembiayaan barang modal berdasarkan sewa murni tanpa pilihan (*ijarah*)
- e. Atau dengan adanya pilihan pemindahan kepemilikan atas barang yang disewa dari pihak bank oleh pihak lain (*ijarah wa iqtina*).

Penentuan biaya-biaya jasa bank lainnya bagi bank syariah juga dilakukan sesuai Syariat Islam. Sumber penentuan harga atau pelaksanaan kegiatan bank syariah dasar hukumnya adalah Al Qur'an dan Sunnah Rasul. Jenis bank ini mengharamkan penetapan harga produknya dengan bunga tertentu. Bagi bank yang berdasarkan prinsip syariah, bunga adalah *riba* (Amalia, 2017).

3. Orang dan Pelayanan (*People an service*)

Standar mutu pelayanan bank syariah sama halnya dengan standar kualitas yang dimiliki oleh bank syariah. Dalam memberikan pelayanan yang baik kepada nasabah, bank syariah memiliki standar mutu pelayanan tersendiri yaitu: *service excellence*. *Service excellence* adalah kepedulian kepada pelanggan dengan memberikan layanan terbaik untuk memfasilitasi kemudahan, pemenuhan, dan mewujudkan kepuasannya, agar mereka selalu loyal kepada perusahaan. Pelayanan juga dapat diartikan sebagai menolong, memudahkan, menyenangkan, dan bermanfaat bagi orang lain, pelayanan nasabah adalah rangkaian kegiatan sikap dan perilaku petugas bank dalam menerima kehadiran atau berkomunikasi dengan nasabah secara langsung maupun tidak langsung, bertujuan memenuhi kebutuhan dan keinginan nasabah.

4. Promosi (*Promotion*)

Perbankan syariah merupakan perbankan yang memiliki sistem yang berbeda dengan perbankan konvensional, dan memiliki potensi pasar yang cukup menjanjikan dimasa yang akan datang. Permasalahan yang cukup mampu menjadi resiko bank adalah ketidakpuasan konsumen atas produk-produk dan pelayanan bank syariah, oleh karena itu diperlukan adanya strategi promosi dan kepuasan nasabah untuk meningkatkan daya jual bank syariah. Strategi bank dapat meliputi periklanan, promosi penjualan dan publisitas.

Promosi adalah Suatu komunikasi dibidang pemasaran, artinya aktivitas di dunia pemasaran yang berusaha menyebarkan informasi, mempengaruhi, dan meningkatkan pasar sasaran atas perusahaan dan produknya agar bersedia menerima, membeli dan loyal pada produk yang ditawarkan.

5. Tempat/ Lokasi (*Place*) dan Keadaan Fisik (*Physical Evidence*)

Penentuan lokasi bank merupakan kebijakan yang harus diambil dengan hati-hati. Kantor bank harus dibangun ditempat yang strategis, dekat dengan nasabah berada, mudah pencapaiannya, dekat dengan penyedia tenaga kerja, dan dekat dengan Bank Indonesia. Selain penentuan tempat kantor bank, penentuan tata letak (*lay-out*) kantor di luar (*out-door*) dan tata letak kantor di dalam (*in-door*) menjadi bahasa penting perbankan. Nasabah harus merasa nyaman dengan tata letak bank. Mulai saat nasabah memasuki halaman bank, memarkir kendaraannya, keteduhan halaman, keamanan halaman parkir, kemudian pencapaian kantor depan (*front office*) dimana nasabah bisa melakukan transaksi perbankan, kenyamanan uang dalam, tata letak teller, CS (*Customer Service*), dan rak-rak aplikasi, meja-meja untuk mengisi aplikasi, ruang tunggu, tata penerangan ruangan, ketersediaan musik dan media televisi diruang tunggu layanan, sampai pada sistem antrian layanan.

Penentuan lokasi pada hakikatnya adalah untuk mendekatkan diri dengan nasabah, baik nasabah sumber dana maupun nasabah kredit, namun selain itu terdapat beberapa tujuan dalam penentuan lokasi bank, yaitu:

- a. Memudahkan pelayanan nasabah dengan mendekati dan memudahkan pencapaiannya (aksesibilitas). Termasuk dalam pengertian aksesibilitas ini adalah bukan hanya dekatnya jarak, tetapi juga kemudahan menjangkaunya dari angkutan umum, terletak di jalan yang mudah di jangkau dari arah mana saja, terletak di tengah kota, dan banyak dilewati angkutan kota sepanjang jam kerja kantor bank. Termasuk kemudahan dalam hal parkir kendaraan.
- b. Kemudahan pemasangan dan ketersambungan dengan jejaring.
- c. Lokasi memungkinkan bank menata kantor dan tata letak in/out door dengan leluasa sehingga mendukung ketersediaan parkir ruang layanan, ruang tunggu dan sarana layanan lainnya sehingga mampu membuat kenyamanan dan kepuasan nasabah dalam memanfaatkan produk dan jasa bank
- d. Tata letak di dalam kantor memungkinkan sistem antrian yang efektif tapi sekaligus efisien. Dukungan penataan udara ruangan.

6. Proses (*Process*)

Proses meliputi sistem dan prosedur, termasuk persyaratan ataupun ketentuan yang diberlakukan oleh bank terhadap produk atau jasa yang ditawarkan bank terhadap nasabahnya. Prosedur adalah suatu gambaran sifat atau metode untuk melaksanakan kegiatan transaksi. Perbedaanannya dengan sistem adalah bahwa sistem menyatakan apa yang harus dikerjakan, sedangkan prosedur berbicara tentang bagaimana melaksanakannya.

3.2 Faktor-faktor yang Membentuk Pengetahuan dan Sikap Pegawai Negeri Sipil Terhadap Bank Syariah

Faktor yang membentuk persepsi pegawai terhadap bank syariah adalah hal yang harus diperhatikan dalam rangka mengukur, merencanakan, dan menerapkan strategi pengembangan bank syariah. Pembentukan persepsi akan memberikan dampak terhadap kemajuan bank syariah juga akan mendorong masyarakat untuk dapat menggunakan jasa bank syariah sebagai lembaga keuangan. Persepsi dirasakan sangat penting, karena Persepsi adalah sebuah proses saat individu mengatur dan menginterpretasikan kesan-kesan sensoris mereka guna memberikan arti bagi lingkungan mereka (Rasnawati 2017). Beberapa faktor penentu yang mempengaruhi persepsi seseorang dan faktor-faktor penentu dalam memilih sesuatu. Terdapat beberapa faktor penentu pegawai negeri sipil dalam memilih sebuah bank yaitu:

1. Faktor Budaya

Budaya adalah faktor mendasar dalam pembentukan norma-norma yang dimiliki seseorang yang kemudian membentuk atau mendorong keinginan dan perilakunya menjadi seseorang konsumen. Faktor-faktor budaya memberikan pengaruh paling luas pada keinginan dan perilaku konsumen.

Berdasarkan pemaparan data hasil penelitian, diketahui bahwa sebagai pegawai negeri sipil seperti diharuskan oleh suatu instansi di tempat mereka bekerja untuk membuka tabungan atau mempunyai rekening bank yang sudah ditentukan untuk mempermudah dalam penarikan gaji khususnya. Dan faktor inilah yang menjadi kebiasaan dengan bank yang ada, dan sudah terbiasa dengan bank yang sudah mereka gunakan dari awal sampai sekarang. Selain dengan terbiasa menggunakan jasa bank, mereka juga terbiasa dengan pelayanan baik yang diberikan oleh para petugas serta karyawan yang bekerja di bank tersebut.

Walaupun gaji yang mereka terima melalui bank konvensional, akan tetapi penggunaan bank konvensional hanya digunakan sebagai sarana pembayaran gaji, setelah itu akan dialihkan ke tabungan bank syariah, adapula yang menggunakan bank syariah karena membuka tabungan haji, karena untuk pendaftaran haji diharuskan memiliki tabungan haji dari bank syariah. Juga ada Pegawai yang membuka rekening di bank syariah untuk mendapatkan pembiayaan di bank syariah yang dirasa lebih aman dan jauh dari riba.

Dalam persepsi seperti ini, pengetahuan dan informasi pegawai negeri sipil tentang produk dan akad bank syariah lumayan bagus. Artinya sosialisasi bank syariah sangat disarankan untuk mengkomunikasikan mekanisme bank syariah ke pegawai negeri sipil. Sosialisasi tidak sekedar memperkenalkan keberadaan bank syariah di suatu tempat, tetapi juga memperkenalkan mekanisme, produk bank syariah dan instrumen-instrumen keuangan bank syariah kepada masyarakat.

6. Faktor Sosial

Perkembangan perbankan syariah juga harus didukung oleh sumber daya insani yang memadai, baik dari segi kualitas maupun kuantitasnya. Namun, realita yang ada menunjukkan bahwa masih banyak sumber daya insani yang selama ini terlibat di institusi syariah tidak memiliki pengalaman akademis dan praktis dalam *Islamic banking*. Hal ini memengaruhi produktivitas dan profesionalisme perbankan syariah itu sendiri.

Maraknya bank syariah di Indonesia tidak diimbangi dengan sumber daya manusia yang memadai. Terutama sumber daya manusia yang memiliki latar belakang disiplin keilmuan bidang perbankan syariah. Sebagian besar sumber daya manusia di perbankan syariah terutama bank konvensional yang membuka *Islamic windows* berlatar belakang disiplin ilmu ekonomi konvensional. keadaan ini mengakibatkan akselerasi hukum Islam dalam praktek perbankan kurang cepat dapat diakomodasikan dalam sistem perbankan, sehingga kemampuan pengembangan bank syariah menjadi lambat.

Faktor ini yang memengaruhi nasabah untuk memilih bank syariah timbul, dorongan lingkungan sekitar (keluarga, teman dan lain-lain). Anggota keluarga dapat sangat memengaruhi perilaku pembeli. Keluarga adalah organisasi pembelian konsumen paling penting dalam masyarakat, dan pengaruh tersebut telah diteliti secara ekstensif. Keputusan seorang memilih menggunakan jasa bank syariah juga dipengaruhi oleh karakteristik pribadi seperti umur pembeli dan tahap siklus hidup, pekerjaan, situasi ekonomi, gaya hidup, serta kepribadian dan konsep diri.

7. Faktor Teknologi

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

Fenomena penggunaan media sosial sebagai media komunikasi sudah tidak asing lagi bagi masyarakat. Meningkatnya kualitas dari Bank syariah kepada masyarakat, membuat manajemen perbankan yang berbasis syariah Islam ini semakin bergairah dalam melakukan kegiatan promosi. Kegiatan promosi yang dilakukan pun semakin beragam. Masyarakat tentu sangat mengenal media sosial terbesar ini. Bahkan tak sedikit masyarakat yang sudah kecanduan menggunakan Facebook, Instagram, serta Youtube dalam kehidupannya sehari-hari.

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

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

Pengetahuan masyarakat terhadap perbankan syariah sangat minim, mungkin hal ini terjadi karena promosi yang dilakukan perbankan kurang efektif dan tidak bisa langsung menjangkau masyarakat secara luas, bisa di bilang bahwa segmentasi perbankan syariah merupakan mereka-mereka yang secara konsep mengerti dan mereka-mereka yang melihat bahwa terdapat alasan agama dalam perbankan syariah. namun realitanya yang menabung karena agama lebih kecil daripada mereka yang tidak menabung. Sesungguhnya potensi nasabah bank syariah sangat luas apabila masyarakat terjamah dari edukasi lewat promosi serta pemahamannya.

8. Faktor Psikologis

Psikologi yang erat hubungannya dengan perasaan atau emosi, keberhasilan dalam beraktivitas yang didorong oleh minat akan membawa rasa senang dan memperkuat minat yang sudah ada, sebaliknya kegagalan akan mengurangi minat individu tersebut. Pada hal ini termasuk pada *brand image* syariah. Apabila *brand images* syariah tidak memberikan jaminan atau menimbulkan kepuasan terhadap konsumen, maka yang terjadi adalah *brand image* bukan menjadi faktor memilih bank. Dalam psikologi kognitif mengenai adanya memori yang sangat erat hubungannya dengan *brand image*. *Brand image* itu sendiri adalah persepsi tentang merek yang merupakan refleksi memori konsumen akan asosiasinya terhadap merek tersebut.

Prosesnya adalah ketika seseorang mendengar tentang adanya *brand* tertentu dan telah mengalami proses *encoding* sebelumnya bahwa menurut opini pegawai yang berkembang perbankan syariah adalah perbankan konvensional yang diberikan label syariah dan pada sistem dan kenyataannya tidak jauh berbeda dengan perbankan konvensional. Dan perbankan syariah juga munculnya masih baru-baru ini dibandingkan dengan kemunculan bank konvensional. Hal ini menimbulkan bahwa *image* syariah tidak menjadi faktor pegawai ASN memilih bank syariah.

Psikologis bisa disebut informasi yang masuk melalui alat indera, selanjutnya informasi yang

diperoleh ini akan memengaruhi dan melengkapi usaha untuk memberikan arti terhadap lingkungan sekitarnya. Kurangnya informasi yang diperoleh menyebabkan mereka tidak mengenal bank syariah, akibatnya hal ini menimbulkan informan tidak tertarik atau tidak adanya minat untuk menjadi nasabah bank syariah sehingga mereka tidak pernah mencoba dan tidak punya pengalaman mengenai bank syariah. Oleh sebab itu, mereka yang tidak mengerti tentang bank syariah adalah mereka yang tidak mempunyai pengalaman atau tidak pernah menjadi nasabah bank syariah.

Persepsi berhubungan serta dengan pikiran dan perasaan. Pikiran mempunyai kecenderungan bergerak dalam sektor rasional analisis, sedangkan perasaan yang bersifat halus atau tajam lebih mendambakan kebutuhan. Sedangkan akal berfungsi sebagai pengingat pikiran dan perasaan itu dalam koordinasi yang harmonis, agar minat dapat diatur dengan sebaik-baiknya. Sedangkan religiusitas sendiri adalah penghayatan dan pengalaman individu terhadap keyakinannya yang ditujukan dalam perilaku sehari-hari.

Memang pada awalnya, seorang muslim akan lebih memilih bank syariah dengan harapan mendapatkan kepuasan dari apa yang dipilih juga merasa aman bahwa sistem yang dijalani oleh lembaga syariah merupakan sistem yang Islami. Namun jika pada kenyataannya adalah perbankan syariah dan konvensional adalah sama saja. Dan bank syariah adalah perbankan konvensional yang diberikan label syariah dan tidak meninggalkan sistem konvensional yang ada, maka rasa percaya akan aman pada bank syariah juga diragukan. Dan pada hasilnya dengan memilih bank syariah ingin mendapat rasa aman namun ternyata sama saja dengan perbankan konvensional yang lebih dulu ada dan banyak yang meminati sehingga pegawai baik yang muslim juga lebih memilih bank konvensional.

Setelah menganalisis tentang faktor pengetahuan dan sikap yang membentuk pegawai negeri sipil lebih memilih bank syariah adalah mereka memberikan gambaran bahwa pertimbangan paling dominan dalam pemilihan bank syariah adalah faktor agama (bebas riba dengan sistem bagi hasil), berhubungan kemaslahatan. Pemilihan menggunakan jasa bank syariah dipandang dari kemaslahatan karena orientasi pegawai negeri sipil adalah menjalankan aturan-aturan agama Islam secara kaffah. Selain itu juga, pada dasarnya perbankan syariah mempunyai banyak keunggulan di mana bank syariah memiliki sistem profit and loss sharing yaitu antara pihak pemodal dan yang menjalankan usaha harus sama-sama memberikan kontribusi dalam mendapatkan suatu keuntungan. Adapun jika terjadi kerugian maka mereka menanggungnya secara bersama-sama juga. Lain halnya dengan bank konvensional yang hanya menggunakan sistem profit sharing sehingga dari pihak pemberi modal hanya memberikan modal dan menerima bunga yang telah ditetapkan. Jika pihak peminjam modal mengalami kerugian dalam menjalankan usahanya, dari pihak pemberi modal tidak ikut serta bertanggung jawab akan tetapi tetap meminta bunga yang telah ditetapkan. Dengan adanya keterikatan secara religi maka semua pihak yang terlibat dalam bank Islam adalah berusaha sebaik-baiknya dengan pengalaman ajaran agamanya sehingga berapa pun hasil yang diperoleh diyakini membawa berkah. Kelebihan bank syariah terutama pada kuatnya ikatan emosional keagamaan antara pemegang saham, pengelola bank dan nasabahnya. Dari ikatan emosional inilah dapat dikembangkan kebersamaan dalam menghadapi risiko usaha dan membagi keuntungan secara jujur dan adil. Strategi jemput bola menjadi alternatif promosi bank syariah. Dengan langsung terjun dan mendekatkan diri ke masyarakat sehingga mereka dapat mengerti problematika masalah yang terjadi sehingga pegawai aparatur negara tidak memilih bank syariah. Strategi jemput bola juga bagian dari strategi mendekatkan diri dengan masyarakat sekaligus mengedukasi masyarakat yang tidak memahami bank syariah. Strategi jemput bola juga dapat berbentuk seminar-seminar tentang bank syariah sekaligus menawarkan produk dan mengedukasi pegawai. Pegawai sesungguhnya mudah untuk diajak komunikasi apabila semuanya jelas.

4. kesimpulan

Pegawai negeri sipil memiliki persepsi terhadap jasa bank syariah dilihat dari pengetahuan dan sikap karena pelayanan yang diberikan bank syariah dan juga biaya administrasi yang ringan. Selain itu, pegawai mengetahui bahwa bank syariah bebas dari riba dan dalam bank syariah terdapat akad-akad yang dikenal dengan bagi hasil sehingga tidak merugikan dan memberatkan pihak yang melakukan akad. Faktor persepsi pegawai aparatur negara dalam menggunakan jasa bank baik bank syariah tidak lepas dari budaya organisasi di mana pegawai tersebut bekerja. Utamanya pegawai negeri sipil di lingkungan Kementerian Agama Kabupaten Sambas menggunakan jasa bank konvensional karena telah ada aturan dari atasan dalam penyeragaman rekening dalam penerimaan gaji pegawai. Kepala kantor Kementerian Agama Kabupaten Sambas telah membuka keran bagi pegawai negeri sipil yang ingin memindahkan rekening gajinya ke bank syariah. Brand image bank syariah belum menjadi alternatif dalam menarik

terhadap sikap pegawai pegawai negeri sipil, begitupun dengan kemajuan teknologi sekarang ini belum sepenuhnya digunakan bank syariah sebagai sarana promosi produk-produk bank syariah.

9. Daftar Pustaka

- (1) Akbar, Harviz dan Haroni Doli H. Ritonga. 2013. *Persepsi Etnis China terhadap Perbankan Syariah di Kota Medan*, *Jurnal Ekonomi dan Keuangan*. Vol. 1, No. 2, (Januari 2013).
- (2) Amalia, Riezki. 2017. *Lembaga Keuangan Bank*.
- (3) Anita Rahmawaty, 2014, *Pengaruh Persepsi Tentang Bank Syari'ah terhadap Minat Menggunakan Produk di BNI Syari'ah Semarang*, *ADDIN*. Vol. 8, No. 1.
- (4) Aprilia, cahyani, 2011. "Analisis Persepsi Pegawai Negeri Sipil Terhadap Produk Tabungan Bank Syariah"
- (5) Arian, Dian. 2017. *Persepsi Masyarakat Umum terhadap Bank Syariah di Medan*. Tesis, Pascasarjana Universitas Sumatera Utara.
- (6) Arif, M. Nur Rianto Ali. 2011. *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*. Bandung: CV Alfabeta.
- (7) Direktorat Perbankan Syariah, 2005. *Potensi, Preferensi dan Perilaku Masyarakat terhadap Bank Syariah di Wilayah Sumatera Selatan, Ringkasan Eksekutif*. Kerjasama Bank Indonesia dengan IPB.
- (8) Hasan, 2011. *Analisis Industri Perbankan Syari'ah di Indonesia*, *Jurnal Dinamika Ekonomi Pembangunan*. Vol. 1, No.1 (Juli 2011).
- (9) Junaedi. 2015. Persepsi Masyarakat Untuk Memilih dan Tidak Memilih Bank Syariah (Studi Kota Palopo). *Jurnal Fokus Bisnis*. Volume 14, No. 02 (Desember 2015).
- (10) Meilani, Any. 2017. *JEBI (Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam)*-Volume 2, Nomor 2, Juli-Desember 2017
- (11) Prakoso, Djoko. 1996. *Tindak Pidana Pegawai Negeri Sipil di Indonesia*.
- (12) Syafei, Rachmat. 2006. *Fiqh Muamalah*. (Bandung: Pustaka Setia).
- (13) Rasnawati, 2017. *Persepsi Pegawai negeri sipil terhadap penggunaan jasa Bank Syariah*, Tesis Pascasarjana UIN Alauddin Makassar.
- (14) Sugiyono, 2017. *Metodologi Penelitin Kualitatif*, CV. Alfabeta, Bandung.
- (15) Suhendi, Hendi. 2010. *Fiqh Muamalah* (Jakarta: Rajawali Pres).
- (16) Zainuddin, Ali, 2008. *Hukum Perbankan Syariah*. (Jakarta: Sinar Grafika).