

Isu-isu Kontemporer **PERBANKAN SYARIAH** **DI BORNEO**



Editor : Baharuddin, S.Sos.I, M.Si

Dr. Yulia, M.Ag, Nurma Sari. M.S.I, Ain Rahmi M.El, Ema Elisa M.El,
Eko bahtiar. M.El, Fatimah,.M.A, Lutfhi Sahal M.S.I, Purnama Sari..M.S.I
Indra Agus Rahman, Rilla Aprillia, Rana Aprilla Gumilar, Nur Indah Safitri,
Muhammad Ar syad Albanjari, Noor Arella Oktavianty, Norlatifah

BAB I

PERBANKAN SYARIAH SUDUT PANDANG KEARIFAN LOKAL MASYARAKAT PEDALAMAN KALIMANTAN BARAT

Nurma Sari & Indra Agus Rahman
FEBI IAIN Pontianak

A. Pendahuluan

Perbankan Syariah merupakan sebuah lembaga keuangan yang menyediakan jasa dalam lalu lintas pembayaran yang menggunakan prinsip-prinsip syariah Islam sebagai dasar kegiatan operasionalnya. Sama dengan bank konvensional, Bank syariah adalah jenis lembaga keuangan yang menyediakan pelayanan transaksi keuangan terlengkap di antara lembaga keuangan lainnya. Bank syariah adalah suatu sistem perbankan yang pelaksanaannya berdasarkan syariat Islam. Secara istilah, Pengertian Bank Syariah adalah lembaga keuangan yang kegiatan operasional dan produknya menganut prinsip-prinsip Islam berlandaskan Al-Quran dan Hadis. Sesuai UU No. 21 tahun 2008 tentang Perbankan Syariah, pengertian bank syariah adalah bank yang menjalankan kegiatan usaha berdasarkan prinsip syariah, atau prinsip hukum Islam yang diatur dalam fatwa Majelis Ulama Indonesia atau MUI.

Prinsip tersebut, seperti prinsip keadilan dan keseimbangan (*'adl wa tawazun*), kemaslahatan (*maslahah*), universalisme (*alamiyah*), serta tidak mengandung *gharar*, *maysir*, *riba*, *zalim* dan obyek yang haram. Bank syariah merupakan salah satu layanan bank yang berlaku dan cukup populer di Indonesia. Berbeda dengan bank konvensional, bank syariah tentunya menjalankan kegiatan perbankan dengan prinsip syariah. Karena bank syariah mempunyai aturan-aturan tersendiri yang didasarkan pada hukum

transaksi dalam Islam. Hukum transaksi yang ada harus sesuai dengan syariah Islam ini pun tercermin pada macam-macam akad yang digunakan dalam transaksi keuangan. Macam-macam akad dalam transaksi syariah ini meliputi wadiah, mudharabah, musyarakah, murabahah, salam, istisna', ijarah, ijarah muntahiyah bit tamilk, dan qardh. Masing-masing jenis akad yang dilakukan dalam transaksi syariah ini pun mempunyai tujuan dan karakteristik tersendiri. Macam-macam akad ini tentu disesuaikan dengan prinsip-prinsip dasar bank syariah yang menekankan pada keadilan, kemitraan, transparansi, dan universal. penggunaan layanan bank syariah, bermacam-macam akad dalam transaksi syariah ini penting untuk dipahami. Dengan memahami ini, kita bisa menggunakan berbagai layanan dengan baik sesuai kebutuhan. Mulai dari kebutuhan penitipan barang, kerja sama usaha, pembiayaan barang, hingga pinjaman.

Industri perbankan syariah juga di Indonesia mengalami pertumbuhan dan perkembangan yang signifikan. Bank syariah telah berkembang di Indonesia selama kurang lebih 20 tahunan. Namun, perkembangan tersebut juga mengalami berbagai hambatan. Akan tetapi, pemerintah juga melakukan berbagai upaya untuk mendukung perkembangan industri perbankan syariah di Indonesia. Perbankan syariah berkembang pesat terutama sejak ditetapkan dasar-dasar hukum operasional tentang perbankan melalui UU No. 7 tahun 1992, yang kemudian diubah UU No. 10 tahun 1998. Undang-undang ini merupakan bentuk penegasan dari bank syariah Indonesia sebagai otoritas moneter untuk menjamin kelegalan bank syariah. Pertumbuhan bank syariah di Indonesia, juga ditandai dengan semakin banyaknya Bank Konvensional yang kemudian melakukan ekspansi ke Perbankan Syariah.

Nisbah merupakan salah satu jenis transaksi yang ada di dalam *akad mudharabah*, secara umum nisbah memiliki

sistem bagi hasil yang berbeda dengan transaksi di bank konvensional. Nisbah adalah sistem kesepakatan bagi hasil antara pihak bank dan nasabah untuk mendapatkan keuntungan yang sah menurut Islam. Secara singkat, nisbah adalah metode pengganti bunga yang ada di Bank Konvensional. Karena sistem bunga disebut sebagai salah satu praktik riba, yang mana diharamkan dalam agama Islam. Sebagaimana disebutkan dalam firman Allah SWT. (QS. Al-Baqarah: ayat 275)

الرِّبَا وَحَرَّمَ الْبَيْعَ اللَّهُ وَأَحَلَّ

Artinya: “Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba.”

Menurut terminologi, Nisbah syariah dapat diartikan sebagai *profit sharing*. *Profit sharing* dalam kamus ekonomi diartikan pembagian sebuah laba. Sedangkan secara *definitif*, *profit sharing* dapat didefinisikan sebagai, distribusi beberapa bagian dari laba pada para pegawai dari suatu perusahaan. Nisbah adalah sebuah istilah yang dikenal dalam sistem Perbankan Syariah. Seperti diketahui, perkembangan bank syariah saat ini tak kalah maju dibandingkan Bank Konvensional. Bedanya dengan bank konvensional, bank syariah tentunya menggunakan prinsip-prinsip syariah Islam yang diawasi oleh Dewan Syariah Nasional (DSN) dan Majelis Ulama Indonesia (MUI). Di samping itu, bank syariah pun harus tunduk pada aturan lembaga keuangan yang diatur oleh Otoritas Jasa Keuangan (OJK).

Nisbah bagi hasil juga memiliki pengertian yaitu rasio pembagian keuntungan antara *shahibul mal* (pemilik dana) dan *mudharib* (pengelola usaha). Nisbah bagi hasil adalah persentase keuntungan yang akan diperoleh pihak *shahibul maal* dan *mudharib* yang ditentukan berdasarkan kesepakatan di antara keduanya. Nisbah bagi hasil hanya ada dalam bank yang berbasis syariah dengan hal ini perlu melibatkan

masyarakat yang mengetahui nisbah bagi hasil yang ada di dalam bank syariah. Namun hal ini tidak mudah karena keadaan masyarakat yang memiliki kondisi sosial budaya berbeda, justru bisa menimbulkan permasalahan terhadap lembaga keuangan tersebut. Apalagi pada saat ini unsur kearifan lokal menjadi tolak ukur dalam melakukan inovasi dan perubahan baru dalam sebuah instansi di negara Indonesia.

Kemudian kita tahu juga bahwa negara Indonesia sendiri memiliki lebih dari 300 kelompok etnik suku bangsa atau lebih tepatnya terdapat 1.340 suku bangsa di tanah air menurut sensus yang dilakukan BPS pada tahun 2010. Suku Jawa sendiri merupakan suku terbesar yang mana jumlah populasinya lebih dari 41 persen dari total populasi di Indonesia. Dengan demikian tidak heran lembaga-lembaga yang berdiri di beberapa tempat dengan sistem yang ada bisa dipandang baik atau buruk oleh masyarakat dengan atas dasar dari kultur budaya masyarakat tersebut. Beberapa di antaranya keberadaan lembaga keuangan yang berbasis syariah atau perbankan syariah yang ada di Kalimantan Barat, khususnya lembaga keuangan syariah di wilayah pedalaman. Salah satunya Perbankan Syariah di kecamatan Nanga Pinoh kabupaten Melawi. Kecamatan Nanga Pinoh sendiri merupakan salah satu dari 11 kecamatan yang ada di Kabupaten Melawi provinsi Kalimantan Barat Indonesia. Kecamatan ini juga menjadi ibu kota sekaligus pusat pemerintahan dari Kabupaten Melawi. Jumlah penduduk dalam kecamatan ini sebanyak 54.424 jiwa dengan kepadatan 133 jiwa Km. dan terdiri dari 17 desa. Kecamatan Nanga Pinoh terletak di antara dua sungai, yaitu Sungai Melawi dan Sungai Pinoh. Di taman kota ke arah area pemerintahan juga terdapat tugu yang biasa masyarakat menyebutnya "Tugu Naruto". Di Nanga Pinoh terdapat lokasi lapangan yang menyediakan wisata kuliner

pada malam hari, letaknya tepat di tengah kota. Secara demografi penduduk kecamatan Nanga Pinoh memiliki beragam latar belakang suku dan agama. Suku Dayak, Melayu, Tionghoa, merupakan golongan suku yang umumnya ada di kecamatan Nanga Pinoh. Selain itu, suku Jawa, Banjar, Suku Bugis, Batak, Minahasa, dan suku lainnya juga ada di kecamatan ini. Sementara berdasarkan agama yang dianut, mayoritas penduduk di Kecamatan Nanga Pinoh menganut agama Islam. Berdasarkan data Kementerian Dalam Negeri 2021, presentase penduduk Kecamatan Nanga Pinoh berdasarkan agama dapat dilihat pada tabel 2.1.

Tabel 1.1
Presentase Penduduk Berdasarkan Agama dan Rumah Ibadah

No	Agama	Presentase	Rumah Ibadah
1	Islam	67,85	55 (Masjid) 93 (Musalla)
2	Katolik	15,06	6 (Gereja Katolik)
3	Protestan	14,90	25 (Gereja Protestan)
4	Budha	1,76	1 (Vihara)
5	Konghucu	0,41	
6	Hindu	0,02	

Berdasarkan tabel 2.1 menunjukkan bahwa agama Islam masih mayoritas di kecamatan Nanga Pinoh sejumlah 67,85% dengan jumlah Masjid 55 bangunan dan musalla berjumlah 93 bangunan. Kondisi sosial kultural masyarakat Kecamatan Nanga Pinoh yang memiliki banyak suku dan agama sehingga membuat keberagaman adat serta budaya tersendiri yang sudah melekat. Budaya-budaya ini timbul oleh kebiasaan masyarakat terdahulu dalam hal memperingati maupun mensyukuri nikmat yang ada terhadap alam dan Tuhan. Di mana ini mempengaruhi kebiasaan masyarakat

setempat untuk bersosialisasi/berinteraksi terhadap masyarakat lain. Namun kebiasaannya ini tentunya terbentuk dari budaya atau kearifan lokal masyarakat yang ada telah secara turun temurun.

Salah satu kebiasaan masyarakat kecamatan yang dapat kita lihat adalah ikut berpartisipasi dalam suku budaya lain. Hal ini dilakukan bukan tanpa sebab, tapi yaitu sebagai bentuk toleransi dan empati sebagai masyarakat setempat di mana ini biasa disebut “*samo dirik*” masyarakat tersebut terhadap suku lainnya begitu juga sebaliknya. Beberapa kearifan budaya masyarakat setempat yaitu, Pekan Gawai Dayak yang merupakan perayaan dan festival budaya yang diadakan setiap tahunnya oleh suku Dayak sebagai wujud rasa syukur masyarakat adat Dayak kepada sang pencipta atas panen yang melimpah. Perayaan ini merupakan tradisi yang telah ada sejak lama dan terus dilakukan sampai sekarang. Kemudian ada tradisi *Robo’-Robo’* yang dilakukan oleh masyarakat muslim setiap tahunnya pada hari rabu terakhir, dibulan *Safar* penanggalan tahun Hijriah. Budaya *Robo’-Robo’* ini menjadi momentum meningkatkan silaturahmi dan mempererat kebersamaan dimasyarakat. Salah satunya melalui makan *saprahan* Bersama yang berkumpul di pekarangan rumah warga, sehingga terjalin kekompakan. “makna utama dalam pelaksanaan tradisi *Robo’-Robo’* yakni melakukan Tolak Bala atau berdoa kepada Allah SWT agar diberikan keselamatan. Karena masyarakat setempat meyakini Allah SWT yang menurunkan bala atau bencana dibulan *Safar*”.

Kemudian ada tradisi *Beroah*, adalah sebuah tradisi masa lalu dan terus dilakukan sampai sekarang dilaksanakan oleh masyarakat muslim di Kabupaten Melawi termasuk kecamatan Nanga Pinoh. *Beroah* ini dilaksanakan setelah tiga hari, tujuh hari, empat puluh hari, seratus hari dan sampai satu

tahun. Pelaksanaan *Beroah* ini merupakan tradisi yang biasa dilakukan oleh masyarakat Di Kabupaten Melawi bukan merupakan kewajiban atau ketentuan tertentu yang harus dilakukan dan tidak diharuskan untuk melaksanakannya di kalangan masyarakat kurang mampu. *Beroah* ini biasanya dilaksanakan masyarakat muslim pada bulan-bulan tertentu yaitu: Bulan *Sya'ban* menjelang Ramadan (*lebaran idul fitri*), menjelang *idul adha* dan setelah *idul adha*, dan sekarang biasa dilakukan pada malam Jumat setelah yasinan. Adapun maksud dari *beroah* ini adalah untuk mengingat dan mendoakan bagi almarhum/almarhumah atau arwah yang sudah meninggal dan sekaligus mendoakan keluarga supaya diberi kesabaran atas orang yang ditinggalkan. Pada saat pelaksanaan *beroah* ini masyarakat di sana mempersiapkan makanan, berupa makanan berat maupun ringan seperti kue-kue, nasi dan sayuran dalam satu *perontang* (hidangan makanan yang dijejerkan) untuk dimakan Bersama-sama, dan mengundang orang (*mongel*) orang-orang sekitar, terutama tetangga dan kerabat yang jauh untuk menyantap makanan Bersama-sama setelah didoakan, khususnya doa *Beroah* serta doa tolak bala (jika tuan rumah menginginkan). Bentuk kegiatan kearifan lokal dari *Beroah* ini sebenarnya masih sangat banyak, namun di sini hanya dijelaskan maksud dan tujuan dari tradisi *beroah* ini.

Ada salah satu kepercayaan masyarakat umum khususnya pedalaman di Kecamatan Nanga Pinoh yaitu *kemponan*, adalah sebuah kepercayaan yang muncul dalam konteks pengabaian tawaran makanan dan minuman dari seseorang. Kepercayaan ini ketika ada seorang/kelompok pendatang yang singgah di suatu tempat, kemudian ada yang menawarkan makan dan minum tetapi orang tersebut mengabaikannya, maka menurut kepercayaannya orang tersebut akan *kemponan* (terkena musibah yang tidak diduga). Namun jika orang tersebut menyantap atau hanya cukup

dengan mencicipi tawaran yang diberikan, maka orang tersebut terhindar dari bencana. Apalagi masyarakat di sini sangat menjunjung tinggi yang nama adat istiadat maupun kearifan lokal budaya yang ada, yaitu “*di mana kaki berpijak di situ langit dijunjung*”. Terlepas benar atau tidaknya kepercayaan tersebut, di sini penulis juga termasuk orang pedalaman bisa mengambil kesimpulan, bahwa, percaya atau tidak kita cukup menghargai apa yang tawarkan atau diberikan oleh orang lain. Karena kita tahu bahwa segala sesuatu jodoh, maut dan rezeki itu adalah takdir yang diberikan oleh Allah SWT.

Secara sosial kultural masyarakat pedalaman mempunyai tingkat toleransi yang tinggi terhadap suku, agama dan ras dalam hal berkehidupan maupun berinteraksi sosial. Ketika ada yang terkena musibah atau bencana masyarakat yang lain ikut membantu gotong royong tanpa memandang siapa orang tersebut dengan ikhlas tanpa pamrih.

Mayoritas masyarakat daerah pedalaman bekerja sebagai petani, ada juga yang bekerja tambang emas di daerahnya maupun luar daerah. Secara finansial ekonomi masyarakatnya banyak yang berada di bawah garis kemiskinan. Keadaan letak geografis masyarakat pedalaman yang jauh juga membuat akses pembangunan dari pemerintah sulit dilakukan. Faktor lain juga penyebabnya adalah kondisi alam yang berubah-ubah, seperti banjir dan musim kemarau yang mempengaruhi pendapatan utama petani. Walaupun demikian, masyarakat tetap bisa untuk hidup berkecukupan dengan memanfaatkan hasil alam yang ada di hutan.

Kehidupan sehari-hari masyarakat yang sangat terikat dengan budaya yang ada dan kondisi ekonomi masyarakat yang beragam sangat berpengaruh terhadap budaya luar yang masuk baik itu positif atau negatif. Salah satu adalah adanya sistem Nisbah bagi hasil dalam Perbankan Syariah. Oleh

karena itu tulisan ini tentang sudut pandang kearifan lokal masyarakat pedalaman Kalimantan Barat terkait perbankan syariah.

Perkembangan bank syariah saat ini memang tergolong sangat cepat, namun masih banyak masyarakat yang belum mengetahuinya. Salah satu masyarakat yang berada di daerah pedalaman Kalimantan Barat. Khususnya masyarakat yang berada di pedalaman Kabupaten Melawi. Penyebabnya keberadaan Bank Syariah yang tergolong baru membuat sebagian masyarakat hanya mengenal bank konvensional. Kemudian dengan latar belakang masyarakat pedalaman yang memiliki berbagai macam suku, agama serta budaya membuat sulitnya Perbankan Syariah untuk berkembang dan menjangkau hingga ke daerah terpencil.

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan di atas, bahwa keadaan masyarakat pedalaman kabupaten Melawi kecamatan Nanga Pinoh yang beragam suku dan budaya, tentunya membuat sudut pandang yang berbeda terhadap perbankan syariah termasuk terkait nisbah bagi hasil yang digunakan oleh perbankan syariah. Nisbah bagi hasil pada perbankan syariah memang masih terdengar awam bagi sebagian masyarakat yang berada di pedalaman. Kemudian ada beberapa masyarakat yang tahu dan juga menganggap bagi hasil dalam Bank syariah itu sama saja dengan bank-bank konvensional. Padahal kita tahu bahwa sistem keuntungan yang digunakan dalam bank konvensional berupa bunga, yang mana ini dalam Islam disebut dengan riba, serta tidak sejalan dengan prinsip-prinsip ekonomi Islam. Fenomena-fenomena yang ada di atas disebabkan oleh beberapa faktor, di antaranya bank syariah yang ada masih tergolong baru, minimnya pengetahuan masyarakat terhadap Perbankan Syariah di karenakan faktor pendidikan, akses internet maupun jalan masih terbatas. Seiring dengan perkembangan Bank

konvensional dan Bank Syariah, isu-isu mengenai sistem bank syariah juga banyak dibicarakan di kalangan masyarakat. Namun, ada juga kalangan masyarakat dari non muslim yang menggunakan jasa Bank Syariah, namun dengan sudut pandang berbeda.

Alasan penulis melakukan kajian ini, karena isu-isu yang berkembang di kalangan masyarakat khususnya di kalangan masyarakat pedalaman yaitu studi kasus nisbah bagi hasil dalam perbankan syariah. Perkembangan perbankan syariah saat ini memang bisa cukup bersaing dengan bank-bank konvensional, akan tetapi pandangan masyarakat terhadap Nisbah bagi hasil masih saja menjadi pro dan kontra. Ada yang mengatakan bahwa sistem nisbah bagi hasil dalam bank syariah sama saja dengan bank konvensional lainnya. Namun sebagian yang lain berpendapat bahwa sistem yang digunakan itu telah sesuai dengan prinsip-prinsip tersebut. Alasan inilah yang membuat penulis tertarik untuk melakukan kajian ini, yang kemudian secara langsung maupun tidak langsung bisa menjelaskan mengenai Nisbah bagi hasil kepada masyarakat dan mengumpulkan data-data secara deskriptif tentang pandangan kearifan lokal masyarakat pedalaman Kalimantan Barat.

B. Konsep Bagi Hasil

1. Bagi hasil

Salah satu karakteristik bank syariah yaitu adanya mekanisme bagi hasil. Bagi hasil dalam *terminology* asing (*inggris*) dikenal dengan *profit sharing*. *Profit sharing* dalam kamus ekonomi diartikan pembagian laba. Secara definisi *profit sharing* diartikan distribusi beberapa bagian dari laba dan para pegawai suatu perusahaan. Lebih lanjut dikatakan bahwa hal itu dapat berbentuk suatu bonus uang tunai tahunan yang didasarkan pada laba yang diperoleh

pada tahun-tahun sebelumnya, atau dapat berbentuk pembayaran minggu atau bulanan. Bagi hasil adalah bentuk return (perolehan kembaliannya) dari kontrak investasi, dari waktu ke waktu, tidak pasti dan tidak tetap. Besar kecilnya perolehan Kembali itu tergantung hasil usaha yang benar-benar terjadi. Bagi hasil adalah suatu sistem yang meliputi pembagian hasil usaha antara pemodal dan pengelola dana pembagian hasil usaha. Nisbah bagi hasil merupakan nisbah di mana para nasabah mendapatkan hak atas laba yang disisihkan kepada simpanan mereka karena simpanan masing-masing dipergunakan oleh bank dengan menguntungkan.

Menurut Antonio (2001:90), bagi hasil adalah suatu sistem pengolahan dana dalam perekonomian Islam yakni pembagian hasil usaha antara pemilik modal (*shahibul maal*) dan pengelola (*Mudharib*). Muhammad (2004:121) menjelaskan pelarangan riba dalam Islam adalah suatu penolakan terhadap timbulnya risiko finansial tambahan yang ditetapkan dalam transaksi uang atau modal maupun jual beli yang dibebankan kepada satu pihak saja sedangkan pihak yang lain dijamin keuntungannya. Hal ini mengindikasikan Perbankan Syariah menganut sistem bagi hasil dalam proses kegiatannya dan mengharamkan bunga karena mengandung unsur riba.

Pembayaran imbalan bank syariah kepada pemilik dana dalam bentuk bagi hasil besarnya sangat tergantung dari pendapatan yang diperoleh sebagai *mudharib* atas pengelolaan dana mudharabah tersebut (Wiroso, 2005:88). Apabila bank syariah memperoleh hasil usaha yang besar maka distribusi hasil usaha didasarkan pada jumlah yang besar, sebaliknya apabila bank syariah memperoleh hasil usaha yang kecil. Hal ini berbeda dengan bank konvensional, di mana pembayaran imbalan dalam bentuk

bunga dibayarkan dengan jumlah tetap, tidak terpengaruh dengan pendapatan yang diterima Bank Konvensional. Dalam sistem bagi hasil terdapat prinsip-prinsip untuk menjalankan aktivitasnya yaitu:

a. Prinsip Keadilan dan Kehati-hatian.

Tercermin dari penerapan imbalan atas dasar bagi hasil dan pengambilan margin keuntungan yang disepakati bersama antara bank dengan nasabah kemudian bank sebagai pengelola akan mengembangkan dana yang terkumpul dari nasabah untuk usaha-usaha yang baik secara profesional.

b. Prinsip Kesederajatan.

Di mana menempatkan nasabah penyimpan dana, nasabah pengguna dana, maupun bank pada kedudukan yang sama dan sederajat. Hal ini tercermin dalam hak, kewajiban, risiko, dan keuntungan yang berimbang antara nasabah penyimpan dana, nasabah pengguna dana, maupun bank.

c. Prinsip Ketenteraman.

Produk-produk Bank Syariah telah sesuai dengan prinsip dan kaidah Muamalah Islam, antara lain tidak adanya unsur riba serta penerapan zakat harta. Dengan demikian, nasabah akan merasakan ketenteraman lahir maupun batin (Mutasowifin dalam Raihanah Daulay, 2010:5).

Dari beberapa pengertian di atas bisa disimpulkan bahwa bagi hasil adalah suatu proses yang digunakan di dalam Perbankan Syariah dalam menentukan porsi atau keuntungan yang didapat masing-masing pihak atau dengan kata lain suatu sistem yang meliputi tata cara pembagian hasil usaha penyedia dana dan pengelola dana.

2. Sudut pandang

Sudut pandang adalah titik kisah yang merupakan penempatan dan posisi pengarang dalam ceritanya. Dia tahu mengemukakan titik kisah terbagi menjadi 4 jenis yaitu pengarang sebagai tokoh, pengarang sebagai tokoh sampingan, pengarang sebagai orang ketiga dan pengarang sebagai narator atau pemain. (Atar Semi 1988:57-58) Sudut pandang adalah cara seseorang pengarang menampilkan para tokoh atau pelaku dalam dongeng yang disampaikan atau bisa dipaparkan. (Aminudin 1995:90). Sudut pandang juga sebagai pusat naratif yang berfungsi untuk menentukan gaya serta corak cerita. Karakter dan juga kepribadian narator akan menjadi penentu dari kisah dongeng yang disajikan kepada pembaca atau pendengar. Keputusan penulis dalam menentukan siapa yang akan menceritakan kisah menjadi penentu dari apa yang terdapat dalam sebuah cerita. Jika pendongeng berbeda, maka detail cerita yang dipilih juga akan berbeda (Heri Jauhari 2013:54)

Sudut pandang membedakan kepada pembaca, siapa yang menentukan struktur gramatikal narati dan siapa yang menceritakan. Siapa yang menceritakan dongeng ialah hal yang begitu penting, dalam menentukan apa yang ada dalam cerita, pencerita yang berbeda juga akan melihat benda-benda secara berbeda. (montaqua dan Henshaw 1966:9) Dari beberapa pengertian sudut pandang di atas menurut para ahli, di sini bisa di simpulkan bahwa seseorang yang mengatur alur cerita suatu peristiwa. Kemudian ia juga berperan penting karena menentukan kisah dengan latar belakang berbeda untuk dijadikan satu alur.

3. Kearifan lokal

Kearifan lokal merupakan suatu pandangan hidup atau landasan dasar masyarakat di wilayah tertentu

mengenai lingkungan alam dan lingkungan sekitar tempat mereka tinggal. Pandangan hidup ini juga biasanya adalah pandangan hidup yang sudah melekat menjadi kepercayaan orang-orang di wilayah tersebut selama puluhan bahkan ratusan tahun. Kemudian untuk mempertahankan atau melestarikan kearifan lokal tersebut, para orang tua dari generasi sebelumnya, dan lebih tua akan mewariskannya kepada anak-anak mereka dan begitu juga seterusnya sampai turun-temurun. Mengingat kearifan lokal adalah pemikiran yang sudah lama serta sudah berusia puluhan tahun, maka kearifan lokal yang ada pada suatu daerah jadi begitu melekat dan sulit untuk dipisahkan dari masyarakat terhadap kehidupan tempat tinggal di daerah tersebut. Meskipun banyak orang tua dulu tetap berusaha mewariskan kearifan lokal dan pandangan hidup yang mereka pertahankan dari nenek moyang, mirisnya, banyak sekali anak muda sekarang justru menganggap kearifan lokal dan pandangan hidup tradisional yang sudah turun-temurun dari nenek moyang adalah pandangan dan pemikiran sudah kuno yang sudah tidak lagi relevan dengan zaman modern saat ini.

Kearifan lokal terdiri dua kata yaitu kearifan (*wisdom*) lokal (*local*). Dalam kamus John Ecol lokal berarti setempat sedangkan kata *wisdom* berarti kearifan atau kebijaksanaan. Secara umum maka lokal wisdom berarti kearifan setempat atau kearifan lokal. Dapat juga dipahami sebagai gagasan setempat yang penuh kearifan, penuh kebijaksanaan, berilai baik dan tertanam di dalam benak anggota masyarakatnya. Kearifan lokal terbentuk sebagai nilai-nilai budaya masyarakat setempat maupun kondisi geografis dari daerah tersebut. Dalam arti luas. Kearifan lokal juga merupakan produk budaya masa lalu yang harus secara terus-menerus dijadikan pegangan hidup.

Meskipun bernilai lokal tidak mengikuti perkembangan zaman, akan tetapi nilai yang terkandung di dalamnya dianggap sangat penting.

Keberadaan kearifan lokal ini bukan tanpa fungsi. Kearifan lokal sangat banyak fungsinya. Seperti yang dituliskan Sartini (2006), bahwa fungsi kearifan lokal adalah sebagai berikut:

- a. Berfungsi untuk konservasi dan pelestarian sumber daya alam.
- b. Berfungsi untuk pengembangan sumber daya manusia.
- c. Berfungsi untuk pengembangan kebudayaan dan ilmu pengetahuan.
- d. Berfungsi sebagai petuah, kepercayaan, sastra dan pantangan.
- e. Bermakna sosial misalnya upacara integrasi komunal/kerabat.
- f. Bermakna sosial, misalnya pada upacara daur pertanian.
- g. Bermakna etika dan moral.
- h. Bermakna politik, misalnya upacara ngangkuk merana dan kekuasaan *patron client* universal.

S. Swarsi menyatakan bahwa secara konseptual, kearifan lokal merupakan kebijaksanaan manusia yang bersandar pada filosofi nilai-nilai, etika, cara-cara, dan perilaku yang melembaga secara tradisional. Kearifan lokal adalah nilai yang dianggap baik dan benar sehingga dapat bertahan dalam waktu yang lama, bahkan melembaga (Mariane, 2014). Phongphit dan Nantasuwana, menyatakan kearifan lokal sebagai pengetahuan yang berdasarkan pengalaman masyarakat turun-temurun antar generasi. Pengetahuan ini menjadi aturan dalam sehari-hari masyarakat Ketika berhubungan dengan keluarga, tetangga, masyarakat lain dan lingkungan sekitar

(Kongprasertamorn, 2007) dalam Afandi dan Wulandari (2012).

I Ketut Gobyah, mengatakan bahwa kearifan lokal (*local genius*) adalah kebenaran yang telah mentradisi dalam suatu daerah. Kearifan lokal merupakan perpaduan antara nilai-nilai suci firman Tuhan dan berbagai nilai yang ada. Kearifan lokal terbentuk sebagai keunggulan budaya masyarakat setempat maupun kondisi geografis dalam arti luas. Kearifan lokal merupakan produk masa lalu yang patut secara terus menerus dijadikan pegangan hidup. Meskipun bernilai lokal tetapi nilai yang terkandung di dalamnya dianggap sangat universal (Samudra, 2010).

Dari beberapa pengertian menurut para ahli di atas kearifan lokal dikatakan suatu nilai-nilai kehidupan, hukum, tradisi budaya, pandangan serta pegangan hidup yang telah melekat. Di mana kearifan lokal ini telah menjadi landasan dasar untuk memperoleh kehidupan yang lebih baik.

4. Masyarakat

Masyarakat merupakan sekumpulan individu-individu yang hidup secara berdampingan maupun membentuk komunitas untuk saling bekerja sama. Kata masyarakat sendiri berasal dari bahasa Arab yakni "*syaraka*" yang berarti ikut serta atau berpartisipasi. Adapun dalam bahasa Inggris, masyarakat berasal dari kata "*society*" yang artinya bisa berinteraksi sosial, rasa kebersamaan atau perubahan sosial. Setiap kelompok masyarakat yang terbentuk akan memiliki sebuah struktur sosial yang di mana struktur sosial tersebut akan mempermudah hubungan sosial. Sehingga, pola yang dihasilkan dari integrasi sosial akan membentuk fungsi sebagai norma-norma sosial. Masyarakat juga memiliki

dua jenis yaitu masyarakat modern, adalah masyarakat yang tidak lagi terikat dengan adat istiadat dianggap dapat menghambat kemajuan. Kemudian kedua, masyarakat tradisional adalah masyarakat yang masih terikat dengan adat istiadat setempat yang telah ada secara turun-temurun. Dengan kata lain, kehidupan masyarakat tradisional masih belum dipengaruhi oleh perubahan-perubahan lingkungan dari luar. Hal ini dikarenakan mereka masih menjunjung tinggi dan terus mempertahankan budaya-budaya atau nilai-nilai yang di wariskan oleh nenek moyang mereka.

Masyarakat adalah sebuah komunitas yang interdependen (saling tergantung satu sama lain) atau sekumpulan orang yang terdiri dari berbagai kalangan, baik golongan mampu ataupun golongan tak mampu, yang tinggal di dalam satu wilayah dan telah memiliki hukum adat, norma-norma serta berbagai peraturan yang siap untuk ditaati.(Antonius Atoshoki Gea, dkk, 2003: 30-31).

Dari pengertian di atas dapat di simpulkan bahwa masyarakat adalah individu-individu yang secara sengaja membentuk kelompok untuk saling berinteraksi dan bekerja sama satu dengan yang lain.

5. Bank Syariah

Kata bank berasal dari bahasa Italia “*banco*” yang berarti uang. Biasanya bank menghasilkan untung dari biaya transaksi atas jasa yang diberikan dan bunga dari pinjaman uang. Menurut undang-undang Nomor 10 Tahun 1998, bank adalah badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya kepada masyarakat dalam bentuk kredit dan atau bentuk-bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat banyak. Sedangkan pengertian bank syariah adalah bank yang beroperasi

sesuai dengan prinsip-prinsip syariah Islam yaitu mengikuti ketentuan-ketentuan syariah Islam khususnya yang menyangkut tata cara bermuamalat secara Islam. Dalam tata cara bermuamalat itu menjauhi praktik-praktik yang dikhawatirkan mengandung unsur riba untuk diisi dengan kegiatan-kegiatan investasi atas dasar bagi hasil dan pembiayaan perdagangan (Perwataatmadja, 1992:2).

Selain itu pengertian bank Syariah adalah institusi keuangan yang memiliki hukum, aturan dan prosedur sebagai wujud dari komitmen kepada prinsip syariah dan melarang menerima dan membayar bunga dalam proses operasi yang dijalankan (Rivai, 2010:31). Secara umum bank adalah lembaga yang melaksanakan tiga fungsi utama yaitu, menerima simpanan uang, meminjamkan uang, dan memberikan jasa pengiriman uang. Dalam sejarah perekonomian umat Islam, pembiayaan yang dilakukan dengan akad yang sesuai dengan syariah telah menjadi bagian dari tradisi umat Islam sejak zaman Rasulullah SAW. Praktik-praktik seperti menerima titipan harta, meminjamkan uang untuk keperluan konsumsi dan untuk keperluan bisnis, serta melakukan pengiriman uang, telah lazim dilakukan sejak zaman Rasulullah SAW. Dengan demikian fungsi-fungsi utama perbankan modern, yaitu menerima deposit, menyalurkan dana dan melakukan transfer dana telah menjadi bagian yang tidak terpisahkan dari kehidupan Islam bahkan sejak zaman Rasulullah SAW (Karim, 2004:18).

Bank sebagai lembaga intermediasi dengan fungsi utama menghimpun dana masyarakat yang mengalami surplus kepada pihak yang membutuhkan dalam bentuk kredit atau pembiayaan dalam bank syariah. Dalam penghimpunan dana perbankan memberikan bunga (bank konvensional) atau bagi hasil pada perbankan syariah.

Bunga atau bagi hasil yang diberikan kepada pemilik dana tersebut bersumber dari pendapatan bank (Susilo, 2017:1).

Bank syariah merupakan lembaga intermediasi keuangan (*financial intermediary institution*) yang kegiatan operasionalnya bebas dari unsur-unsur yang dilarang oleh Islam, yaitu Maisir, Gharar, Riba, Ryswah, dan Bathil. Dengan demikian berbeda dengan bank konvensional yang kegiatan operasionalnya menggunakan prinsip bunga yang oleh sebagian besar ulama dikatakan sama dengan riba (Ilyas, 2015). Tujuan dari pendirian bank-bank Islam umumnya adalah untuk mempromosikan dan mengembangkan aplikasi dari prinsip-prinsip Islam, Syariah dan tradisinya ke dalam transaksi keuangan dan perbankan serta bisnis lain yang terkait agar umat terhindar dari hal-hal yang bersifat maisir dan riba. Prinsip utama yang dianut oleh bank Islam adalah, larangan riba dalam berbagai bentuk transaksi, menjalankan bisnis dan aktivitas perdagangan yang berbasis pada memperoleh keuntungan yang sah menurut syariah serta menumbuh kembangkan zakat.

Kemudian Perbankan syariah merupakan sistem perbankan yang pengelolaannya didasarkan pada prinsip syariah tanpa bunga yang terdiri atas bank syariah dan unit usaha syariah. Setiap produk atau jasa di sektor Perbankan syariah mendasari kegiatan operasionalnya dengan berlandaskan syariat Islam. Jika ditarik dari definisi perbankan syariah, maka definisi bank syariah merupakan bank yang dalam pengoperasiannya berlandaskan pada prinsip syariah, demokrasi ekonomi dan prinsip kehati-hatian. Bank syariah secara umum dapat diartikan lembaga keuangan yang usaha pokoknya memberikan layanan penyimpanan, pembiayaan dan jasa lalu lintas pembayaran. Bank syariah merupakan bank yang beroperasi sesuai

dengan prinsip-prinsip syariah Islam, mengacu kepada ketentuan yang ada dalam Al- Quran dan Hadits (Agustin, 2021). Pengoperasian bank syariah juga didasari atas respons negara terhadap masyarakat muslim di Indonesia yang menginginkan adanya transaksi keuangan yang mengimplementasikan prinsip ekonomi Islam dan tidak berlandaskan pada sistem bunga yang menjadi kekuatan utama bank konvensional. Bunga bank bagi masyarakat muslim dianggap sebagai riba sehingga terdapat kegelisahan moral agama untuk terus berinvestasi di bank konvensional. Wulandari, A. S. R., & Basir, A. (2020).

C. Mengenal Desa Kenual

1. Sejarah Desa Kenual

Desa Kenual merupakan salah satu desa di Kecamatan Nanga Pinoh. pemekaran dari Desa Tanjung Niaga pada tanggal 09 Oktober tahun 2007, dulunya Desa Kenual adalah Dusun namun seiring perkembangannya jaman dan banyaknya populasi masyarakat sehingga Dusun Kenual terbentuk menjadi Desa Kenual. Di Desa Kenual ini memiliki lima Dusun (5) dan 13 RT. Adapun lima Dusun itu ialah:

a. Dusun Gelora Juang

Dusun Gelora Juang dengan RT 001, RT 002, RT 003 Dusun Gelora Juang dari RT 001, RT 002, dan RT 003 kondisi jalannya sudah aspal dan jembatannya sudah rambat beton, secara umum Dusun Gelora Juang ini berada di dataran tinggi atau pegunungan yang tidak mempunyai aliran sungai di sekitarnya, sehingga aman dari banjir.

b. Dusun Sibau Permai

Dusun Sibau Permai dengan RT 004, RT 005, RT 006 Dusun Sibau Permai dengan RT 004, kondisi

jalannya sudah rambat beton, sehingga memudahkan masyarakat Dusun Sibau Permai secara khusus RT 004 untuk mengakses jalan, sedangkan di RT 005 dan RT 006 kondisi jalannya sangat memprihatinkan jalan yang terletak di RT 005 dan RT 006 masih jalan tanah kuning dan untuk mengakses ke RT tersebut kita harus berjalan kaki tidak bisa mengakses melalui kendaraan. terutama pada RT 005 yang sebagian dari tanahnya sudah longsor ketiga RT tersebut terletak di daerah tepi pantai atau pesisir pantai sehingga sering mengalami bencana alam seperti banjir.

c. Dusun Lingkar Bandara

Dusun Lingkar bandara dengan RT 007 RT 008, Dusun Lingkar Bandara dengan RT 007 kondisi jalannya sudah baik jalannya rambat beton dan jembatannya rambat beton sedangkan RT 008 jalannya masih ada yang rusak bahkan juga jembatannya ada yang kayunya terlepas dari yang lain, di Dusun Lingkar bandara ini terletak di daerah dataran rendah dengan memiliki aliran sungai yang kecil dan juga rawan banjir. Di Dusun Lingkar Bandara ini terletak di sebelah Bandar Udara Nanga Pinoh sehingga Dusun tersebut disebut sebagai Dusun Lingkar Bandara.

d. Dusun Karangan Sibau

Dusun Karangan Sibau dengan RT 009 RT 010 Di RT 009 dan RT 010 kondisi jalan dan jembatan masih bisa diakses menggunakan kendaraan walaupun di RT 010 masih terdapat di beberapa bagian jalan yang rusak. Dusun Karangan Sibau ini terletak di daerah lereng gunung sehingga terhindar dari banjir.

e. Dusun Nusa Indah

Dusun Nusa Indah dengan RT 011, RT 012, RT 013, di Dusun Nusa Indah di RT 011 dan RT 013 kondisi

jalan dan jembatannya sudah bagus walaupun masih ada di beberapa titik yang kondisi jalannya masih berlubang dan untuk RT 012 kondisi jalannya masih ada yang rusak dan jembatannya masih menggunakan kayu, Dusun Nusa Indah terletak di daerah aliran sungai dan bantaran sungai sehingga sering sekali terkena banjir. Pada bulan Juni tahun 2022 Desa Kenual memiliki jumlah penduduk sebanyak 4.502 jiwa, dengan jumlah Kepala Keluarga (KK) sebanyak 1.239 KK.

Tabel 1.2
Data Kepala Desa Kenual Menurut Periode

No.	Nama Kepala Desa	Periode
1.	Anuar	2007-2013
2.	Haji Atot Alamsyah	2013-2019
3.	Rama Tri Putra A. Md. Kep	2019-2024

Sumber: (Buku Profil Desa) 26 Agustus 2023

2. Profil Desa Kenual

a. Luas Wilayah

Secara geografis Desa Kenual merupakan salah satu wilayah yang terletak pada 0° 00'750"LS - 110° 28'748"BT dan memiliki luas wilayah ±680 Ha¹ dengan sebagian besar 80 % wilayah digunakan untuk permukiman dan pekarangan dan berbatasan langsung dengan wilayah:

- 1) Sebelah utara berbatasan langsung dengan Desa Tanjung Niaga yang menyeberangi Sungai Pinoh dan Sungai Melawi, sungai pinoh atau biasa disebut dengan nama Sungai Serundung yang terletak di Desa Kenual Dusun Nusa Indah biasanya Sungai Serundung dikala musim kemarau akan dijadikan tempat wisata bagi masyarakat setempat karena pemandangan bebatuan dan pasir membuat

masyarakat setempat dan sekitarnya ikut menikmati suasana sungai tersebut. Untuk Kecamatan Nanga Pinoh sendiri tidak ada pantai sehingga waktu musim kemarau perbatasan antara Desa Kenual dan Desa Tanjung Niaga yaitu sungai pinoh dan Sungai Melawi dijadikan tempat wisata pantai bahkan masyarakat sekitar membuka warung lapak di Sungai Pinoh dan Sungai Melawi.

- 2) Sebelah selatan berbatasan langsung dengan Desa Tanjung Lay, Desa Kenual dan Desa Tanjung Lay, berbatasan langsung antara rumah warga Desa Kenual dan rumah warga Desa Tanjung Lay.
- 3) Sebelah timur berbatasan langsung dengan Desa Tanjung Niaga, sebelah timur ini berbatasan antara Sungai Melawi dan sungai pinoh, yang biasanya kedua sungai ini jika di musim kemarau akan dijadikan tempat wisata dikarenakan pemandangannya bebatuan dan pasir sehingga menarik pengunjung yang datang ke sungai ini.
- 4) Sebelah barat berbatasan langsung dengan Desa Tanjung Tengah, perbatasan antara Desa Kenual dan Desa Tanjung Tengan ini masih hutan belum ada perumahan yang dibangun di perbatasan kedua Desa ini hanya tanaman buah-buahan, dan pokok karet saja.

b. Demografi

Jumlah Kepala Keluarga (KK) Pada tahun 2019: 1315 KK Jumlah Penduduk Desa Kenual ialah 4.543 penduduk dengan jumlah laki-laki 2.319 jiwa dan jumlah perempuan 2.224 jiwa. Adapun data jumlah penduduk menurut jenis kelamin dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel 1.3
Data Penduduk Menurut Jenis Kelamin

No.	Jenis kelamin	Jumlah jiwa
1.	Laki-laki	2.319
2.	Perempuan	2.224
Jumlah		4.543

Sumber: (Buku Profil Desa 2019) 26 Agustus 2023

Desa Kenual adalah Desa yang memiliki beragam Agama, adapun Agama yang dianut oleh masyarakat Desa Kenual adalah Islam, Katolik, Kristen Protestan, Hindu, Budha, dan Konghucu. Masyarakat Desa Kenual saling menghargai perbedaan yang mereka miliki salah satu contohnya adalah di saat umat beragama Islam merayakan Lebaran maka umat yang beragama lainnya akan membantu dalam pengamanan saat mereka salat dan begitu juga sebaliknya umat yang beragama Katolik dan Kristen Protestan saat merayakan Natal maka umat yang beragama lainnya ikut serta dalam pengamanan, begitu juga terhadap umat Hindu, Buda, dan Konghucu. Untuk itu data menurut kepercayaan yang ada di Desa Kenual dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel 1.4
Data Masyarakat Desa Kenual Menurut
Kepercayaan

No.	Agama/Kepercayaan	Jumlah jiwa
1.	Islam	2.694
2.	Katolik	780
3.	Kristen	874
4.	Hindu	1
5.	Budha	153
6.	Konghucu	41
Jumlah		4.543

Sumber: (Buku Profil Desa Kenual 2019) 26 Agustus 2023

Suku yang dianut oleh masyarakat Desa Kenual adalah Suku Batak, Suku Melayu, Suku Betawi, Suku Jawa, Suku Banjar, Suku Dayak, Suku Sasak, Suku Papua, dan Suku Cina. Walaupun berbeda Suku, masyarakat Desa Kenual sangat menghormati dan menghargai perbedaan yang masing-masing miliki.

Salah satu contohnya pada Suku Dayak, Suku Dayak selalu mengadakan adat dan budaya setiap tahunnya bisa dilihat pada musim berladang mulai dari menebas ladang, menebang pohon, *ngamas* (memberi jalan setapak agar nantinya api tidak keluar dari batas yang sudah ditentukan) membakar ladang, *mandok* (mengumpulkan kayu sisa api yang tidak habis dimakan), proses menaburkan padi (*nugal*) biasanya menggunakan adat istiadat yang dianut oleh Suku Dayak seperti berbicara menggunakan bahasa Dayak, setelah menabur benih padi maka nantinya setelah padinya tinggi khusus untuk yang berladang di tanah kering membuang rumput dalam bahasa Dayak (*mabau*), setelah itu menunggu padi untuk siap diambil (*nganyi*) dalam bahasa Dayak setelah

proses pengambilan padi biasanya Suku Dayak akan mengadakan syukuran tutup tahun, syukuran tutu tahun biasanya akan diadakan setiap tahunnya dan biasanya diadakan setiap bulan Juni atau bulan Juli.

Untuk Suku Cina biasanya Suku Cina mengadakan Festival keliling Kota Nanga Pinoh dengan beragam pakaian dan alat tradisional yang dimiliki, Suku Cina biasanya akan mengadakan pertunjukan seperti ular naga, kemudian ada proses pembakaran ular naga adat itu mereka percayai untuk meminta hujan kepada sang Pencipta biasanya hal ini mereka lakukan pada saat musim kemarau, Suku Melayu biasanya mengadakan penyembelihan kurban setiap tahunnya hal ini untuk memperingati Hari Raya Idul Fitri biasanya mereka akan berkumpul di Masjid yang ada di Desa Kenual. Sedangkan untuk Suku Batak, Suku Betawi, Suku Jawa, Suku Banjar, Suku Sasak, dan Suku Papua yang ada di Desa Kenual mereka tidak mengadakan perayaan seperti Suku Dayak, Suku Melayu, dan Suku Cina akan tetapi dari keenam Suku tersebut merayakan sesuai Agama yang mereka miliki.

Salah satu contohnya Suku Batak jika Suku Batak beragama Islam maka mereka akan mengikuti Suku Melayu dan begitu juga dengan yang menganut agama Kristen Protestan, Katolik, Hindu, Buda, dan Konghucu. Untuk itu data menurut Etnis yang ada di Desa Kenual dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel 1.5
Data masyarakat Desa Kenual Menurut Etnis

No.	Etnis	Jumlah jiwa
1.	Suku Batak	34
2.	Suku Melayu	2.694
3.	Suku Betawi	25
4.	Suku Jawa	39
5.	Suku Banjar	17
6.	Suku Dayak	1.654
7.	Suku Sasak	23
8.	Suku Papua	19
9.	Suku Cina	38
Jumlah		4.543

Sumber: Profil Desa, tahun 2019 (26 Agustus 2023)

3. Keadaan Ekonomi

Kehidupan perekonomian masyarakat Desa Kenual Sebagian kecil merupakan pertanian, perkebunan, peternakan, dan perikanan. Adapun dari masing-masing pekerjaan di atas dapat dilihat di bawah ini.

Mata pencarian masyarakat Desa Kenual terdiri dari:

a. **Pertanian**

Pertanian terdiri dari tanaman pangan seperti jagung, sawi, padi sawah, dan padi ladang yang dimiliki oleh 5 orang yang memiliki tanah pertanian kurang dari 10 ha.

b. **Perkebunan**

Perkebunan yang dimiliki oleh 65 orang ini berupa perkebunan karet dengan luas tanah kurang dari 5 ha.

c. **Peternakan**

Peternakan ini dimiliki oleh 45 orang dengan jenis peternakan ayam kampung.

d. **Perikanan**

Jenis ikan yang diproduksi yaitu; ikan nila, ikan patin dan ikan lele dengan jumlah produksi mencapai 1 ton/Tahun.

4. Pendidikan

Tingkat pendidikan di Desa Kenual terbilang cukup baik, dari jumlah penduduk sebanyak 4.543 orang dengan jumlah 208 orang yang belum masuk TK (3-6 tahun), yang sudah masuk TK 51 orang, sedang sekolah (7-18 tahun) 1.847 orang, tidak pernah sekolah (18-56 tahun) 8 orang, tidak tamat SD (18-56 tahun) 39 orang, SD 538 Orang, SMP 485 orang, SMA 824 orang, D-1 13 orang, D-2 59 orang, D-3 96 orang S-1 283 orang, S-2 50 orang, dan S-3 42 orang sehingga jumlah tingkat pendidikan masyarakat Desa Kenual sebanyak 4.543 orang. Adapun data tingkat Pendidikan masyarakat Desa Kenual dapat di lihat pada tabel di bawah ini:

Tabel 1.6
Data Pendidikan Masyarakat Yang Ada Di Desa Kenual.

No.	Tingkat Pendidikan	Jumlah Jiwa
1.	Belum masuk TK (3-6 tahun)	208
2.	TK (3-6 tahun)	51
3.	Sedang sekolah (7-18 tahun)	1.847
4.	Tidak pernah sekolah (18-56 tahun)	8
5.	Tidak tamat SD (18-56 tahun)	39
6.	SD	538
7.	SMP	485
8.	SMA	828
9.	D-1	13

10.	D-2	59
11.	D-3	96
12.	S-1	283
13.	S-2	50
14.	S-3	42
Total		4.543

Sumber: Profil Desa, Tahun 2019, Agustus 2023

5. Keadaan sosial

Keadaan sosial masyarakat Desa Kenual kebanyakan menempuh jenjang pendidikan, mulai dari tingkat TK sampai dengan S-3. Di Desa Kenual masyarakat Desa memiliki tingkat pendidikan yang cukup tinggi hal ini mempengaruhi keadaan sosial masyarakat, dengan kondisi pendidikan yang cukup tinggi maka tingkat pekerjaan masyarakat juga cukup baik dengan salah satunya ada yang menjadi wakil bupati, duta besar, TNI, POLRI, perangkat desa, dosen, PNS, dokter, guru, bidan, perawat, karyawan perusahaan, wiraswasta, kepala daerah, anggota legislatif, dan sebagian dari masyarakat Desa Kenual bekerja sebagai petani, buruh tani, pedagang barang kelontong, tukang kayu, pembantu rumah tangga, pelajar, buruh harian lepas, pemilik usaha, warung/restoran, jasa pengobatan alternatif, sopir, tukang anyaman, pemuka agama, apoteker, ibu rumah tangga, pembantu rumah tangga, tidak mempunyai pekerjaan, dan belum bekerja sedangkan mayoritas masyarakat Desa Kenual ialah pelajar dan wiraswasta.

D. Sudut Pandang Masyarakat Pedalaman Kalimantan Barat Terhadap Perbankan Syariah

Wawancara pertama yang dilakukan oleh penulis dengan informan yaitu bapak Erdiansyah (29 Tahun) pada

tanggal 28 Agustus 2023 di rumahnya yang beralamat di Dusun Sibau Permai Desa Kenual. Beliau merupakan salah satu guru Madrasah Tsanawiyah Negeri (MTSN) di Kecamatan Nanga Pinoh. Pada saat wawancara beliau mengetahui Bank Syariah dan pernah menabung dengan menggunakan akad wadiah dengan ketentuan menabung saja. Bapak Erdiansyah sendiri tahu bahwa riba itu diharamkan dalam Islam, tetapi pada kenyataan menurut beliau justru yang terjadi di lapangan berbeda dengan prinsip-prinsip dan syariat Islam. “Menurut beliau bahwa sistem yang digunakan dalam Bank syariah itu untuk memperoleh keuntungan sama dengan bank konvensional hanya istilah saja yang diganti.”

Selanjutnya yang menjadi informan kedua adalah bapak Amran (35 Tahun) yang dilakukan pada tanggal 28 Agustus 2023 di rumahnya. Bapak Amran dan istrinya mempunyai sebuah toko sembako yang menjual berbagai kebutuhan pokok sehari-hari. Beliau mengetahui tentang bank syariah dan pernah menabung, alasan beliau menggunakan jasa perbankan syariah adalah karena tidak adanya bunga seperti yang ada dalam bank konvensional, Namun beliau kurang mengetahui nisbah bagi hasil dalam bank syariah beliau. Tegasnya lagi bapak Amran “mengatakan bahwa nisbah itu sudah baik karena berdasarkan pada syariat Islam yang di ajarkan oleh Nabi Muhammad SWT”.

Selanjutnya adalah wawancara dengan seorang pemuda yang bernama Angga Prayoga (23 Tahun) pada tanggal 29 Agustus 2023 di rumahnya yang beralamat di Dusun Kerangan Sibau. Beliau mempunyai usaha peternakan ikan lele Bersama temannya yang dilakukan di dekat rumahnya. Beliau mengetahui bank syariah tetapi dia tidak menabung serta belum pernah menggunakan jasa perbankan syariah. Menurut beliau pada di wawancara mengenai sistem nisbah

atau bagi hasil dalam perbankan syariah itu kemungkinan sudah sesuai dengan prinsip-prinsip dalam Islam.”

Selanjutnya wawancara dengan bapak Herianto (38 Tahun) di rumahnya yang beralamat di Dusun Lingkar Bandar pada tanggal 30 Agustus 2023. Beliau merupakan Honorer yang bekerja sebagai satpam disalah satu bank konvensional di wilayah kecamatan Nanga Pinoh. Pada saat penulis melakukan wawancara kepada bapak Herianto. Beliau mengetahui bank syariah dan keberadaannya, namun beliau belum pernah menabung maupun menggunakan jasa bank syariah. Menurut beliau bahwa nisbah atau bagi hasil dalam bank syariah sama saja praktiknya dengan bank syariah. Pada saat wawancara penulis juga bertemu dengan istri beliau yang merupakan salah satu alumni STAIN atau Institut Agama Islam Negeri Pontianak (sekarang) angkatan 2011/2012 jurusan Ekonomi Syariah waktu itu. Istri beliau juga mengatakan bahwa memang dalam bank syariah itu menerapkan nisbah yang berlandaskan pada Al-Quran, namun itu berbanding terbalik dengan apa yang terjadi.

Wawancara selanjutnya dengan bapak Husni Tamrin (40 Tahun) yang dilakukan di rumahnya yang beralamat di dusun Lingkar Bandara pada tanggal 30 Agustus 2023. Bapak Husni Tamrin mengetahui bank syariah dan keberadaannya juga menggunakan bank syariah untuk menabung. Menurut beliau bahwa nisbah bagi hasil dalam bank syariah sudah sesuai dengan prinsip-prinsip syariah dan terhindar dari riba.

Wawancara selanjutnya adalah dengan seorang pemuda bernama Liuserius (22 Tahun) pada tanggal 31 Agustus 2023 beliau adalah seorang keturunan Tionghoa yang beragama Islam. Liuserius sendiri bekerja sebagai seorang karyawan toko (Alfamart). Penulis di sini melakukan wawancara di rumah temannya pada saat bertemu di jalan. Bapak Liuserius mengetahui bank syariah namun tidak

menabung dan menggunakan jasa perbankan syariah dalam hal apa pun. Beliau sendiri sebenarnya kurang paham terhadap nisbah bagi hasil dalam bank syariah, akan tetapi beliau mengatakan kemungkinan bahwa nisbah dalam bank syariah sudah sesuai dengan prinsip-prinsip yang ada serta pelaksanaannya lebih baik dengan bank konvensional.

Wawancara selanjutnya adalah dengan ibu Hartita (43 Tahun) di rumahnya yang beralamat di Dusun Kerangan Sibau pada tanggal 1 September 2023. Ibu Hartita mengetahui bank syariah serta menjadi salah satu nasabah di bank syariah. Beliau mengatakan “bahwa sistem nisbah bagi hasil dalam bank syariah dalam memperoleh keuntungan sudah sesuai dengan syariat-syariat ekonomi dalam Islam, hal tersebut karena beliau pernah merasakan manfaatnya.

Dari paparan di atas, dapat disimpulkan berdasarkan fokus tulisan sudut pandang masyarakat pedalaman bahwa masyarakat pedalaman memang sedikit kurang paham mengetahui transaksi nisbah dalam bank syariah, kemudian juga sehingga hal ini berpengaruh terhadap pola pikir masyarakat pedalaman Kecamatan Nanga Pinoh Desa Kenual.

E. Sikap Masyarakat Pedalaman Kalimantan Barat Terhadap Perbankan Syariah

Dalam paparan data selanjutnya penulis memfokuskan wawancara terkait tentang sikap masyarakat pedalaman terhadap nisbah bagi hasil dalam bank syariah. Untuk itu berikut ini hasil paparan data di lapangan yang telah di dokumentasikan.

Pertama Bapak Erdiansyah sendiri belum pernah melakukan kerja sama dengan bank syariah. Tetapi beliau pernah melakukan bagi hasil dalam sehari-hari yang di mana pembagian keuntungan dimaksud sudah ditentukan oleh pemilik usaha. Salah satunya bagi hasil dalam masyarakat

juga sama menurut beliau seperti, seseorang menitipkan kue ke warung 10 biji kemudian pihak warung mendapatkan keuntungan 20 persen apabila kue terjual semua dengan mekanisme pembagian 8:2. Delapan puluh persen untuk si penitip kue, dua puluh persen untuk pihak yang dititipkan.

Kedua Bapak Amran, beliau juga belum pernah melakukan kerja sama dengan bank syariah sehingga tidak ada hasil maupun keuntungan yang didapatkan. Ketiga seorang informan bernama Angga Prayoga, mas Angga juga sebelumnya tidak pernah menabung sehingga beliau juga tidak menjalin kerja sama dengan bank syariah. Keempat Bapak Herianto, pak Herianto merupakan salah satu satpam disalah satu bank konvensional diwilayah Kecamatan Nanga Pinoh, namun beliau juga tidak pernah menjalin kerja sama. Tetapi pada saat wawancara beliau mengatakan pernah melakukan bagi hasil seperti perihal jual beli motor. Dalam jual beli motor tersebut beliau bekerja sama dengan orang dan mengumpulkan modal Bersama untuk membeli motor. Kemudian motor tersebut nantinya akan dijual lagi dengan pembagian keuntungannya tergantung berapa banyak besaran modal dari masing-masing yang dikeluarkan.

Kelima dengan Bapak Husni Tamrin, beliau adalah satu nasabah di bank syariah, namun beliau tidak pernah menjalin kerja sama dengan bank syariah dalam bentuk apa pun. Pada saat wawancara pak Husni Tamrin sendiri sedikit kurang mengetahui pelaksanaan nisbah bagi hasil dalam bank syariah. Keenam informan bernama Liuserius, beliau juga tidak pernah melakukan kerja sama dengan bank syariah. Bapak Liuserius sedikit mengetahui tentang bank syariah dan nisbah bagi hasil. Salah satu bagi hasil yang pernah dilakukan beliau adalah penitipan kue ke warung sama seperti kasus bapak Erdiansyah sebelumnya.

Ketujuh yaitu dengan ibu Hartita, sebagai seorang ibu rumah tangga beliau juga pernah bekerja sebagai penjual pakaian bekas keliling. Ibu Hartita sebelumnya pernah melakukan kerja sama yaitu peminjaman dana untuk modal usaha kepada bank syariah, dalam transaksi syariah akad yang digunakan beliau adalah akad Qardh. Pinjaman ini di mana Nasabah melakukan peminjaman dana untuk modal usaha tanpa imbalan akan tetapi wajib mengembalikan dana tersebut dengan waktu yang telah ditentukan.

Berdasarkan data yang telah dipapar bahwa dapat disimpulkan masyarakat pedalaman di Kecamatan Nanga Pinoh Desa Kenual sedikit yang pernah menjalin kerja sama dengan bank syariah baik untuk bisnis usaha maupun peminjaman modal.

F. Sudut Pandang Masyarakat Pedalaman Terhadap Nisbah Bagi Hasil Dalam Perbankan Syariah

Sudut pandang merupakan cara seseorang untuk melihat suatu permasalahan atau fenomena yang sudah terjadi. Sudut pandang sendiri merupakan salah satu cara orang untuk menyampaikan sesuatu yang ingin pelaku paparkan (Aminudin 1995:90). Masyarakat pedalaman di Kecamatan Nanga Pinoh Desa Kenual sendiri memiliki cara pandang berbeda dalam melihat suatu permasalahan. Karena dasarnya masyarakat pedalaman sangat akrab dengan kearifan lokal terutama budaya serta kebiasaan atau pandangan hidup/landasan yang menjadi tolak ukur untuk dianggap sebagai sesuatu yang baik.

Berikut ini beberapa Indikator penulis dalam menentukan sudut pandang masyarakat pedalaman terhadap nisbah bagi hasil dalam perbankan syariah.

1. Nisbah Bagi Hasil

Nisbah merupakan salah satu jenis transaksi yang ada di dalam akad mudharabah, secara umum nisbah memiliki sistem bagi hasil yang berbeda dengan transaksi di bank konvensional. Nisbah adalah sistem kesepakatan bagi hasil antara pihak bank dan nasabah untuk mendapatkan keuntungan yang sah menurut Islam. Secara singkat, nisbah adalah metode pengganti bunga yang ada di Bank Konvensional. Menurut Antonio (2004:90), bagi hasil adalah suatu sistem pengolahan dana dalam perekonomian Islam yakni pembagian hasil usaha antara pemilik modal (*Shahibul Maal*) dan pengelola (*Mudharib*).

Dalam sistem bagi hasil terdapat prinsip-prinsip untuk menjalankan aktivitasnya yaitu:

a. Prinsip Keadilan dan Kehati-hatian.

Tercermin dari penerapan imbalan atas dasar bagi hasil dan pengambilan margin keuntungan yang disepakati bersama antara bank dengan nasabah kemudian bank sebagai pengelola akan mengembangkan dana yang terkumpul dari nasabah untuk usaha-usaha yang baik secara profesional.

b. Prinsip Kesederajatan.

Di mana menempatkan nasabah penyimpan dana, nasabah pengguna dana, maupun bank pada kedudukan yang sama dan sederajat. Hal ini tercermin dalam hak, kewajiban, risiko, dan keuntungan yang berimbang antara nasabah penyimpan dana, nasabah pengguna dana, maupun bank.

c. Prinsip Ketenteraman.

Produk-produk Bank Syariah telah sesuai dengan prinsip dan kaidah Muamalah Islam, antara lain tidak adanya unsur riba serta penerapan zakat harta. Dengan demikian, nasabah akan merasakan ketenteraman lahir

maupun batin (Mutasowifin dalam Raihanah Daulay, 2010:5).

Berdasarkan pengertian di atas bahwa hasil adalah suatu proses yang digunakan di dalam perbankan syariah dalam menentukan porsi atau keuntungan yang didapat masing-masing pihak atau dengan kata lain suatu sistem yang meliputi tata cara pembagian hasil usaha penyedia dana dan pengelola dana. Masyarakat pedalaman Kecamatan Nanga Pinoh Desa Kenual sendiri mereka mengetahui tentang bagi hasil, akan tetapi konsep dalam nisbah bagi hasil di bank sendiri mereka kurang paham, walaupun memang latar belakang Pendidikan penduduk di Desa Kenual cukup terbilang tinggi tetapi hal tersebut sulit untuk dipahami.

1) Bank Syariah

Pengertian bank syariah adalah bank yang beroperasi sesuai dengan prinsip-prinsip syariah Islam yaitu mengikuti ketentuan-ketentuan syariah Islam khususnya yang menyangkut tata cara bermuamalat secara Islam. Dalam tata cara bermuamalat itu menjauhi praktik-praktik yang dikhawatirkan mengandung unsur riba untuk diisi dengan kegiatan-kegiatan investasi atas dasar bagi hasil dan pembiayaan perdagangan (Perwataatmadja, 1992:2).

Secara umum bank adalah lembaga yang melaksanakan tiga fungsi utama yaitu, menerima simpanan uang, meminjamkan uang, dan memberikan jasa pengiriman uang. Dalam sejarah perekonomian umat Islam, pembiayaan yang dilakukan dengan akad yang sesuai dengan syariah telah menjadi bagian dari tradisi umat Islam sejak zaman Rasulullah SAW. Praktik-praktik seperti menerima titipan harta, meminjamkan uang untuk keperluan konsumsi dan untuk keperluan bisnis, serta

melakukan pengiriman uang, telah lazim dilakukan sejak zaman Rasulullah SAW. Dengan demikian fungsi-fungsi utama perbankan modern, yaitu menerima deposit, menyalurkan dana dan melakukan transfer dana telah menjadi bagian yang tidak terpisahkan dari kehidupan Islam bahkan sejak zaman Rasulullah SAW (Karim, 2004:18).

Ketidaktahuan masyarakat pedalaman terhadap bank syariah juga dipengaruhi oleh beberapa faktor di antaranya masyarakat tidak lagi mencari informasi tentang bank syariah karena mereka menganggap bahwa bank syariah sama saja dengan bank konvensional yang selama ini mereka gunakan. Sebagian masyarakat pedalaman menganggap bahwa menabung di mana saja sama, yang akhirnya membuat mereka nyaman menabung di bank tersebut sehingga mereka menentukan pilihan untuk tidak menabung di bank syariah. Beberapa Sebagian masyarakat pedalaman juga menganggap bahwa cara bank syariah dalam memperoleh keuntungan itu atau nisbah bagi hasil dalam bank syariah tidak jauh berbeda dengan bank konvensional.

2) Pengalaman

Pengalaman adalah pembelajaran yang mempengaruhi perubahan perilaku seseorang Menurut Kotler (2005:2017). Pengalaman sendiri bisa didapatkan dari kejadian sebelumnya yang nanti akan menjadi bahan obyek seseorang dalam menentukan ataupun membuat pilihan. Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan penulis, bahwa sedikit sekali dari masyarakat pedalaman yang pernah menggunakan jasa bank syariah seperti menabung dan lain-lain. Kemudian dengan berkembangnya isu-isu dimasyarakat yang mengatakan bahwa nisbah bagi hasil dalam bank syariah sama saja

dengan bank konvensional membuat masyarakat ini semakin tidak percaya akan visi dan misi dalam bank syariah yaitu menjadi bank yang terbebas dari riba.

3) Pengaruh

Menurut Surakhmad (2012:1), Pengaruh adalah kekuatan yang muncul dari sesuatu benda atau orang dan juga gejala dalam yang dapat memberikan perubahan yang dapat membentuk kepercayaan atau perubahan. Pengaruh juga didasari oleh apa yang pernah dilakukan seseorang maupun kelompok terhadap kejadian. Masyarakat pedalaman sendiri sering kali terdoktrin oleh fenomena atau perkataan orang lain. Sehingga hal ini membuat manipulasi pikiran dan menyebabkan mereka mudah percaya terhadap yang mereka terima.

4) Pengetahuan dan Teknologi

Pengetahuan dapat diperoleh melalui pengalaman diri sendiri dan juga melalui orang lain baik melalui media, dan apa yang diberitahukan dapat diterima sebagai sesuatu yang dianggap benar. Berdasarkan hasil wawancara dari semua informan, informasi yang didapatkan dari masyarakat pedalaman bahwa mereka kurang mengetahui tentang transaksi-transaksi, produk-produk dan bagi hasil yaitu bagaimana bank syariah dalam memperoleh keuntungan berdasarkan landasan-landasan Al-Qur'an. Kemudian Sebagian masyarakat pedalaman yang mengetahui lebih lanjut hal tersebut dipengaruhi oleh pengalaman yang didapatkan saat menabung dan juga informasi yang ada di internet dan sosial media lain yang beredar.

G. Sikap Masyarakat Pedalaman Terhadap Nisbah Bagi Hasil Dalam Perbankan Syariah

Sikap adalah suatu pola atau perilaku tendensi ataupun kesiapan untuk seseorang agar bisa menyesuaikan diri atau mungkin disebut sebagai adaptasi itu bisa dilakukan dengan cara rumit atau sederhana. Sikap juga bentuk respons dari stimulan sosial yang sudah terkondisikan (La Pierre dalam Azwar, 2003)

Lebih lanjut Soetarno (1994), yang mendapatkan dasar dari La Pierre menyatakan definisi sikap yaitu sebuah pandangan atau perasaan yang disertai kecenderungan untuk bertindak terhadap obyek tertentu yang mungkin bisa diduga atau tidak bisa terduga. Sikap sering kali ditujukan secara sengaja kepada sesuatu artinya tidak ada sikap tanpa obyek.

Berdasarkan hasil paparan data di atas bahwa masyarakat pedalaman sendiri memiliki sikap dan perilaku tersendiri terhadap nisbah dalam bank syariah. Dari 7 informan yang telah diwawancarai oleh penulis jawaban mereka memiliki kecenderungan yang sama dan tidak jauh berbeda. Masyarakat pedalaman di Kecamatan Nanga Pinoh Desa Kenual menggunakan jasa bank hanya untuk menabung, walaupun ada beberapa yang melakukan kerja sama tetapi itu sedikit sekali. Latar belakang Pendidikan pada masyarakat ini memang terbilang cukup tinggi, hal ini dibuktikan dengan data yang ada. Walaupun demikian, kerja sama yang dilakukan hanya sekedar seperti untuk peminjaman modal usaha dan transaksi lain deposito.

Keberadaan bank konvensional yang telah lama ada di wilayah Kecamatan Nanga Pinoh jauh sebelum bank-bank syariah muncul menjadi prioritas utama masyarakat pedalaman dalam pengelolaan keuangan. Sehingga terjadi diinisiasi dalam aktivitas sehari-hari yang terkait tentang keuangan. Kemudian sebuah pemikiran yang terbentuk dari

kebiasaan-kebiasaan yang sering dilakukan akan menjadi jalan mereka untuk menentukan pilihan. Begitu pun sudut pandang dan sikap kearifan lokal atau landasan pedoman hidup masyarakat pedalaman terhadap nisbah bagi hasil dalam bank syariah akan berpengaruh dalam kehidupan sehari-hari.

H. Penutup

Berdasarkan hasil tulisan dapat disimpulkan bahwa sudut pandang kearifan lokal masyarakat pedalaman Kalimantan barat di Kecamatan Nanga Pinoh Desa Kenual terhadap nisbah bagi hasil dalam perbankan syariah sangat kurang. Masyarakat pedalaman sering menganggap bahwa nisbah bagi hasil dalam bank syariah itu tidak jauh berbeda sehingga menurut mereka menabung, baik di bank konvensional maupun bank syariah sama saja. Padahal kedua jelas memiliki prinsip-prinsip yang berbeda. Bank syariah terutama sangat mengharamkan riba yang mana sudah sangat jelas dalam Al-Qur'an. Hal tersebut karena pengetahuan masyarakat pedalaman yang kurang kemudian keberadaan bank syariah sendiri yang tergolong baru berdiri di daerah tersebut.

Masyarakat pedalaman di Kecamatan Nanga Pinoh Desa Kenual Kabupaten Melawi cukup terikat dengan kearifan lokal atau pedoman hidup di mana ini merupakan suatu kebiasaan yang telah ada dan lazim dilakukan. Salah satunya adalah kajian ini membahas tentang perbankan syariah, termasuk nisbah bagi hasil. Pada dasarnya juga bagi hasil merupakan kesepakatan antara dua orang dalam melakukan perjanjian untuk tercapainya suatu keadilan. Namun berbeda dengan bagi hasil atau nisbah dalam bank syariah, mereka menyikapi tersebut dengan beranggapan bahwa bagi hasil tersebut sama dengan lainnya.

Adapun saran yang ingin penulis sampaikan bahwa bank syariah harus menyosialisasikan kepada masyarakat luas tentang adanya lembaga keuangan tersebut. Kemudian khusus untuk penulis selanjutnya adalah bisa memberikan edukasi-edukasi saat melakukan tulisan terkait sistem transaksi yang ada di bank syariah.

Daftar Pustaka

- Abd. Basir dan Andi Sri Rezky Wulandari. (2020) *“Penerapan Prinsip Bagi Hasil Pada Pembiayaan”*.
Bank Syariah Menurut Undang-Undang Perbankan Syariah”.vol.1 no.1 April 2020
- Basrowi dan Suwandi. (2008). *Memahami Tulisan Kualitatif*. Jakarta: Rineka Cipta
- Dosen.co.id|2018. Sudut Pandang Menurut Para Ahli. <https://pakdosen.co.id/sudutpandang/>,diakses pada 21 Februari 2023, pukul 04:25
- Prasetyo, E. (2017). *Pengaruh Tingkat Nisbah Bagi Hasil, Penerapan Akad, Citra Merek, Promosi, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Menabung Pada Lembaga Keuangan Perbankan Syariah (Studi Kasus Masyarakat Tangerang Selatan)* (Bachelor's thesis, Jakarta: Fakultas Ekonomi dan Bisnis UIN Syarif Hidayatullah Jakarta).
- Fahira Putri, Linda. *Pengertian Sudut Sandang Menurut Para Ahli*. <https://kumparan.com/berita-terkini/pengertian-sudut-pandangmenurut-para-ahli-1v9SsDxCBZx>, diakses pada 21 Februari 2023, pukul 04:14
- Fauzi, Yayan. (2010). *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Nasabah Menabung Di Perbankan Syariah (kasus pada Bank BNI Syariah kantor cabang Yogyakarta)*
- Hardi, M. Kearifan Lokal Ciri-Ciri Fungsi Hingga Jenisnya. <https://www.gramedia.com/literasi/kearifan-lokal/diakses-pada21Februari2023>, pukul 04:33

- Ilyas, R. (2018). *Manajemen Permodalan Bank Syariah*. *BISNIS: Jurnal Bisnis Dan Manajemen Islam*, 5(2), 323-338.
- Ismaulina, (2018). *Prinsip Bagi Hasil Dan Risiko Pembiayaan Perspektif Fatwa DSN: (survey pada BSM Kota Lhokseumawe 2017)*.
- Kholidah, N. (2019). *Peranan Kearifan Lokal Dalam Pengembangan Ekonomi Syariah Pada Era Revolusi Industri 4.0*. *Neraca*, 15(1), 14-21.
- P.Y, Atanasius Hardian. (2015). *Pengaruh Bagi Hasil, Promosi, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Penggunaan Jasa Perbankan Syariah Tabungan Mudharabah*.
- Risal, Taufiq dan Alexander, Austin. (2019). *Pengaruh Persepsi Bagi Hasil, Promosi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Penggunaan Jasa Perbankan Syariah Tabungan Mudharabah Pada Mahasiswa Universitas Potensi Utama*.
- Ropikoh, R. (2019). *PERSEPSI MASYARAKAT TENTANG BAGI HASIL PADA BANK SYARIAH (Studi Kasus Kelurahan Cimuning Kecamatan Mustika Jaya Kota Bekasi) (Doctoral dissertation, Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Jakarta)*.
- Susilo, Endri. (2020). *Faktor Yang Mempengaruhi Tingkat Pemahaman Masyarakat Desa Sumber Jaya Terhadap Perbankan Syariah*.
- Wuryandani, Wuri. (2010). *Integrasi Nilai-Nilai Kearifan Lokal Dalam Pembelajaran Untuk Menanamkan Nasionalisme Di Sekolah Dasar*.

BAB II

PERSEPSI MASYARAKAT ETNIS TIONGHOA TERHADAP PERBANKAN SYARIAH DI KOTA PONTIANAK

**Yulia & Rilla Aprillia
FEBI IAIN Pontianak**

A. Latar Belakang

Bank syariah adalah bank yang beroperasi dengan tidak mengandalkan pada bunga. Bank Islam atau biasa disebut dengan bank tanpa bunga adalah lembaga keuangan atau perbankan yang operasional dan produknya dikembangkan berlandaskan pada Al-Quran dan Hadits Nabi SAW, dengan kata lain bank syariah adalah lembaga keuangan yang memiliki usaha pokok memberikan pembiayaan dan jasa-jasa lainnya dalam lalu lintas pembayaran serta peredaran uang yang pengoperasiannya disesuaikan dengan prinsip syariat Islam. Bank syariah menghindari sistem bunga dalam mengoperasikan usahanya. Keberadaan bank syariah atau bank Islam dapat dijadikan sebagai solusi alternatif terhadap persoalan tentang adanya pertentangan antara bunga dengan riba (Muhammad, 2002:1).

Secara umum konsep perbankan syariah menawarkan sistem perekonomian yang sesuai dengan syariat Islam atau prinsip syariah. Ada beberapa perbedaan konsep dalam perbankan konvensional yang dianggap membawa kesengsaraan karena mengandung unsur riba, unsur riba dianggap sangat bertentangan dengan syariat menawarkan berbagai produk perbankan yang bebas bunga berupa pembiayaan bagi hasil (Novi, 2015 : 65).

Perkembangan perbankan syariah memberi pengaruh luas terhadap upaya perbaikan ekonomi umat dan kesadaran baru untuk mengadopsi dan ekspansi lembaga keuangan Islam. Krisis perbankan yang terjadi sejak tahun 1997 telah membuktikan bahwa bank yang beroperasi dengan prinsip syariah dapat bertahan di tengah gejolak nilai tukar dan tingkat suku bunga yang tinggi. Pada saat yang bersamaan,

perbankan konvensional tidak memiliki ketersediaan dana liquid yang cukup untuk operasionalnya. Sistem manajemen syariah diyakini dapat menjadi solusi dalam membangun kembali sistem perekonomian Indonesia. Para Ulama, Ahli Fiqh, dan Islamic Banker di kalangan dunia Islam menyatakan bahwa bunga yang diterapkan dalam perbankan konvensional adalah riba dan riba diharamkan.

Sejak 1960, pengharaman riba (*bunga atau rente*) telah menjadi isu yang paling banyak didiskusikan di kalangan Muslim. Perkembangan bank syariah saat ini sangat menggembirakan. Prospek perbankan syariah pada tahun ketahun kedepan diperkirakan cukup baik. Industri perbankan syariah diprediksi masih akan berkembang dengan tingkat pertumbuhan yang cukup tinggi. Kemunculan perbankan syariah sebagai suatu institusi bisnis keuangan yang berlandaskan prinsip-prinsip islam, menghadirkan nuansa baru dalam kehidupan sosial ekonomi masyarakat dunia. Sistem yang dipraktikkan perbankan syariah seakan menjadi salah satu harapan solusi berbagai kondisi keterpurukan ekonomi yang sedang dialami dunia saat ini (Zaenudin dan Yoshi, 2012 : 52).

Ada dua pandangan utama mengenai riba. Pertama, interpretasi riba seperti yang terdapat dalam Fiqh (hukum Islam) adalah interpretasi yang tepat dan harus diikuti, dalam hal ini mengandaikan bahwa setiap tambahan yang ditetapkan dalam suatu transaksi pinjaman melebihi dan di atas pokok pinjaman adalah riba. Kedua, pengharaman riba dipahami dalam kaitannya dengan eksploitasi atas orang-orang tak beruntung secara ekonomi di masyarakat oleh orang-orang yang relatif berlebihan. Dan telah jelas bahwa Allah mengharamkan riba, dan menghalalkan jual beli seperti dalam QS. al-Baqarah[2] : 275.

Perkembangan perbankan syariah sangat bergantung pada besarnya permintaan masyarakat terhadap sistem perbankan ini. Oleh karena itu, sangat penting untuk mengetahui informasi yang lengkap mengenai karakteristik dan bank syariah juga sangatlah penting mengetahui persepsi masyarakat non muslim khususnya dalam tulisan ini persepsi

masyarakat etnis Tionghoa terhadap perbankan syariah. Walaupun pangsa pasar masyarakat muslim sendiri dirasa masih begitu banyak namun dalam hal bank syariah sendiri bersifat universal untuk semua kalangan, maka dirasa perlu untuk ekspansi ke masyarakat non muslim demi kelangsungan dan tetap eksisnya bank syariah itu sendiri.

Perbankan syariah seharusnya memberikan perhatian khusus yakni sesuatu yang berhubungan dengan pangsa pasar atau masyarakat pengguna jasa (konsumen) bank syariah. Dalam konteks ini pangsa pasar (*market share*) bank syariah dibagi kedalam tiga segmen, Pertama masyarakat yang secara absolut menolak bunga bank sehingga tidak memanfaatkan jasa bank syariah dan konvensional. Kedua masyarakat yang memanfaatkan jasa bank syariah dan bank konvensional (*floating market*) ketiga masyarakat yang hanya menggunakan jasa bank konvensional.

Dari ketiga segmen pasar ini, yang memiliki potensi terbesar justru berasal dari pasar mengambang (*floating market*). Sesuai dengan namanya, segmen *floating market* ini menggambarkan segmen yang memiliki perilaku yang dapat bergerak keposisi memilih ke produk-produk bank konvensional atau produk-produk bank syariah. Mayoritas dari segmen ini berasal dari kalangan menengah keatas, mereka cenderung melihat dari segi pelayanan yang memuaskan dan keuntungan yang di dapatkan dalam memilih dan memanfaatkan jasa suatu bank. Dengan kata lain, *floating market* merupakan nasabah atau calon nasabah yang memiliki perilaku rasional. Etnis Tionghoa sendiri termaksud kedalam segmen ini karena etnis tionghoa mampu memandang keberadaan perbankan syariah dalam kaca mata yang lebih objektif dan rasional. Ada beberapa faktor yang mempengaruhi persepsi menurut Robbins adalah sebagai berikut:

Pertama, *Perceiver* (orang yang mempersepsi) interpretasi seseorang terhadap hal hal yang terjadi di lingkungannya dipengaruhi oleh karakteristik tersebut antara lain adalah sikap, motif, minat pengalaman serta harapannya. Kedua Target (objek persepsi) karakteristik objek persepsi

akan mempengaruhi persepsi. Objek yang dipersepsikan tidak dipersepsikan sendiri, namun di lihat dari ketertarikan yang ada antara objek persepsi dan lingkuan sekitarnya. Seperti hal baru, gerakan bunyi, latar belakang dan kedekatan. Ketiga *situation* (situasi pada saat persepsi dilakukan) situasi pada saat individu mempersepsi objek persepsi juga berpengaruh, seperti waktu, keadaan atau tempat kerja keadaan sosial. (Adul Gafur, hal 2-3).

Keberadaan etnis Tionghoa di Pontianak sebesar 31,8% dari hasil survei tahun 2012 yang dilakukan oleh Badan Pusat Statistika Kota Pontianak. Kebanyakan orang Tionghoa yang bermigrasi ke Kalimantan Barat berasal dari puak Teochiu, Hakka, Hokkian, dan Kanton. Etnis Tionghoa yang ada di kota Pontianak kebanyakan merupakan Puak Teochiu dan Hakka. Puak Teochiu merupakan puak terbesar di kota Pontianak. Di bank syariah Indonesia (BSI) Pontianak ada 3 bank syariah yang beroperasi yaitu BNI Syariah, BRI Syariah dan Mandiri Syariah. Menurut Baharudin selaku Satpam di bank syariah Indonesia (BSI) di BSI Ayani 1 Pontianak menyampaikan pesan dari Manager melalui dia total nasabah non muslim yang menabung di Bank BNI Syariah berkisar 42 persen dengan 20 persen nasabah cina dan 22 persennya lagi masyarakat pribumi. Sedangkan pada Bank BRI Syariah dari 20 persen nasabah non muslim 10 persennya masyarakat cina dan 10 persennya masyarakat pribumi. Dan pada Bank Mandiri Syariah kebanyakan dari mereka menggunakan produk deposito. Dari jumlah keseluruhan nasabah non muslim di Bank Mandiri Syariah adalah 20 persen, dan etnis Tionghoa 12 persen serta masyarakat pribumi 8 persen.

Hasil dari tulisan ini penulis ingin mengetahui persepsi masyarakat etnis Tionghoa terhadap bank syariah. Secara karakteristik budaya, non muslim kurang bisa bekerjasama, dan jiwa kapitalisme yang melekat pada kalangan non-muslim. Sewajarnya menjadikan bank konvensional yang memiliki sistem kapitalis sebagai sarana investasi yang menjanjikan. Namun kenyataannya sebagian besar nasabah non muslim juga tertarik untuk menyimpan dananya di perbankan syariah. Dimana setiap persepsi masyarakat non

muslim terhadap bank syariah tidaklah sama satu dengan yang lainnya.

Melihat sistem perbankan syariah yang benar-benar murni didirikan untuk membantu nasabah dalam melakukan semua transaksi perbankan tanpa membebankan bunga yang berlebihan seperti pada bank konvensional, masyarakat sudah mulai banyak yang tertarik untuk berpindah transaksi ke perbankan syariah. Hal ini didukung oleh Komisi Fatwa Majelis Ulama Indonesia pada tanggal 16 Desember 2003 yang memutuskan bahwa bunga bank adalah riba dan riba hukumnya adalah haram. Menurut Ma'Aruf Amin dan Sugiarto (2009) lahirnya Fatwa Majelis Ulama Indonesia (MUI) tentang pelarangan bunga bank merupakan tuntutan dari masyarakat yang masih ragu dengan bank Syariah sehingga diharapkan dapat memberikan motivasi terhadap perkembangan bank syariah di Indonesia.

Tentunya masih banyak tantangan dan permasalahan yang dihadapi dalam perkembangan bank Syariah. Permasalahan yang muncul antara lain rendahnya pengetahuan masyarakat tentang perbankan syariah terutama yang disebabkan adanya dominasi perbankan konvensional selama ini, sehingga perbankan syariah masih dianggap sebelah mata. Dalam pelaksanaannya sistem perbankan syariah sering mengalami beberapa kendala diantaranya belum optimalnya Sumber Daya Manusia (SDM) yang dimiliki oleh perbankan syariah tersebut, kesalahan-kesalahan persepsi tentang perbankan syariah dan masih ditemukannya praktik-praktik perbankan syariah yang menyimpang dari prinsip-prinsip syariah. Upaya pengembangan bank syariah tidak cukup hanya berlandaskan kepada aspek-aspek legal dan peraturan perundangan-undangan tetapi juga harus berorientasi kepada pasar atau masyarakat sebagai pengguna jasa perbankan.

Bank syariah di Indonesia pertama kali didirikan pada tahun 1992 adalah Bank Muamalat Indonesia (BMI). Walaupun perkembangannya agak terlambat bila dibandingkan dengan negara-negara muslim lainnya, perbankan syariah di Indonesia terus berkembang. Bank

Muamalat Indonesia yang diprakarsai oleh Majelis Ulama Indonesia (MUI) dan pemerintah serta dukungan dari Ikatan Cendekiawan Muslim Indonesia (ICMI) dan beberapa pengusaha muslim. 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 (Karim, 2003 : 25).

Indonesia adalah suatu negara yang mempunyai jumlah umat Islam terbesar di dunia yakni hampir 88% dari 228 juta jiwa penduduk Indonesia memeluk agama Islam. Oleh karena itu, peluang untuk mengembangkan perbankan syariah di Indonesia sangatlah besar. Hal ini terlihat dari sangat besarnya pasar potensial dari perbankan syariah di Indonesia. (Effendi, 2006:57).

Persepsi adalah pengalaman tentang objek, peristiwa, atau hubungan-hubungan yang diperoleh dengan menyimpulkan informasi dan menafsirkan pesan. Persepsi adalah suatu proses tentang petunjuk-petunjuk inderawi dan pengalaman masa lampau yang relevan diorganisasikan untuk memberikan kepada kita gambaran yang terstruktur dan bermakna pada suatu situasi tertentu. (Alex Sobur, 2013:445).

Istilah persepsi biasanya digunakan untuk mengungkapkan tentang pengalaman terhadap sesuatu benda ataupun suatu kejadian yang dialami. Persepsi ini di definisikan sebagai proses yang menggabungkan dan mengorganisir data-data indra kita (penglihatan) untuk dikembangkan sedemikian rupa sehingga kita dapat menyadari disekeliling kita, termasuk sadar akan diri kita sendiri (Abdul Rahman Saleh, 2004:110).

Etnis atau suku merupakan suatu kesatuan sosial yang dapat dibedakan dari kesatuan yang lain berdasarkan akar dan identitas kebudayaan, terutama bahasa. Dengan kata lain etnis adalah kelompok manusia yang terikat oleh kesadaran dan identitas tadi sering kali dikuatkan oleh kesatuan bahasa (Koentjaraningrat, 2007). Dari pendapat diatas dapat dilihat bahwa etnis ditentukan oleh adanya kesadaran kelompok,

pengakuan akan kesatuan kebudayaan dan juga persamaan asal-usul.

Etnis Tionghoa yang berada di Indonesia bukan berasal dari satu kelompok saja, tetapi terdiri dari berbagai suku bangsa dari dua provinsi di negara Tionghoa yaitu, Fukian dan Kwantung. Daerah ini merupakan daerah yang sangat penting di dalam perdagangan orang Tionghoa. Sebagian besar dari mereka adalah orang-orang yang sangat ulet, tahan uji dan rajin (Koentjaraningrat, 2007).

Menurut Haryono (2006) orang Tionghoa Totok dimaksudkan sebagai orang Tionghoa yang dilahirkan di negeri Tionghoa yang menetap di Indonesia dan generasi anaknya yang lahir di Indonesia. Anak dari Tionghoa Totok masih tetap dianggap Tionghoa Totok karena kultur dan orientasi hidup cenderung masih pada negeri Tionghoa. Orang Tionghoa keturunan dimaksudkan sebagai orang Tionghoa yang lahir dan telah lama menetap di Indonesia selama generasi ketiga atau lebih. Perbedaan lama menetap ini pada umumnya berpengaruh pada kuat lemahnya tradisi Tionghoa yang dianut.

B. Persepsi

1. Pengertian Persepsi

Secara etimologis, persepsi atau dalam bahasa Inggris perception berasal dari Bahasa Latin *percipere*, yang artinya menerima atau mengambil. Persepsi adalah pengalaman tentang objek, peristiwa, atau hubungan-hubungan yang diperoleh dengan menyimpulkan informasi dan menafsirkan pesan. Persepsi adalah suatu proses tentang petunjuk-petunjuk inderawi dan pengalaman masa lampau yang relevan diorganisasikan untuk memberikan kepada kita gambaran yang terstruktur dan bermakna pada suatu situasi tertentu. Istilah persepsi biasanya digunakan untuk mengungkapkan tentang pengalaman terhadap sesuatu benda ataupun suatu kejadian yang dialami. (Alex Sobur, 2013:445).

a. Ciri-ciri Persepsi

Agar dihasilkan suatu penginderaan yang bermakna, ada ciri-ciri umum tertentu dalam persepsi, antara lain:

- 1) Modalitas: rangsangan-rangsangan yang diterima harus sesuai dengan modalitas tiap-tiap indra, yaitu sifat *sensoris* dasar dan masing-masing indra (cahaya untuk penglihatan, bau untuk penciuman, suhu bagi perasa, bunyi bagi pendengaran, sifat permukaan bagi peraba dan sebagainya).
- 2) Dimensi ruang: persepsi mempunyai sifat ruang (dimensi ruang), kita dapat mengatakan atas bawah, tinggi rendah, luas sempit, latar depan latar belakang, dan lain-lain.
- 3) Dimensi waktu: persepsi mempunyai dimensi waktu, seperti cepat lambat, tua muda, dan lain-lain.
- 4) Struktur konteks, keseluruhan yang menyatu: objek-objek atau gejala-gejala dalam dunia pengamatan mempunyai struktur yang menyatu dengan konteksnya. Struktur dan konteks ini merupakan keseluruhan yang menyatu.
- 5) Dunia penuh arti: persepsi adalah dunia yang penuh arti. Kita cenderung melakukan pengamatan atau persepsi pada gejala-gejala yang mempunyai makna bagi kita, yang ada hubungannya dalam diri kita. (Abdul Rahman Saleh, hlm 111-112).

b. Aspek-Aspek Persepsi

Menurut Allport (Mar'at: 1991) terdapat 3 aspek persepsi, yaitu:

- 1) Komponen Kognitif (komponen perceptual)
Yaitu komponen yang tersusun atas dasar pengetahuan atau informasi yang dimiliki seseorang tentang objek sikapnya.
Dari pengetahuan ini kemudian akan terbentuk suatu keyakinan tertentu tentang objek sikap tersebut.
- 2) Komponen Efektif (komponen emosional)
Efektif berhubungan dengan rasa senang dan tidak

senang.

Jadi, sifatnya evaluatif yang berhubungan erat dengan nilai-nilai kebudayaan atau sistem nilai yang dimilikinya.

3) Komponen Konatif (komponen action)

Yaitu merupakan kesiapan seseorang untuk bertindak atau yang berhubungan dengan objek sikapnya.

2. Etnis Tionghoa

a. Pengertian Etnis

Etnis atau suku merupakan suatu kesatuan sosial yang dapat dibedakan dari kesatuan yang lain berdasarkan akar dan identitas kebudayaan, terutama bahasa. Dengan kata lain etnis adalah kelompok manusia yang terikat oleh kesadaran dan identitas tadi sering kali dikuatkan oleh kesatuan bahasa (Koentjaraningrat, 2007). Dari pendapat di atas dapat dilihat bahwa etnis ditentukan oleh adanya kesadaran kelompok, pengakuan akan kesatuan kebudayaan dan juga persamaan asal-usul.

Wilkinson (Koentjaraningrat, 2007) mengatakan bahwa pengertian etnis mungkin mencakup dari warna kulit sampai asal-usul acuan kepercayaan, status kelompok minoritas, kelas stratifikasi, keanggotaan politik bahkan program belajar. Selanjutnya Koentjaraningrat (2007) juga menjelaskan bahwa etnis dapat ditentukan berdasarkan persamaan asal-usul yang merupakan salah satu faktor yang dapat menimbulkan suatu ikatan.

Berdasarkan teori-teori di atas dapat disimpulkan bahwa etnis atau suku merupakan suatu kesatuan sosial yang dapat membedakan kesatuan berdasarkan persamaan asal-usul seseorang sehingga dapat dikategorikan dalam status kelompok mana ia dimasukkan. Istilah etnis ini digunakan untuk mengacu pada satu kelompok, atau kategori sosial yang perbedaannya terletak pada kriteria kebudayaan.

b. Etnis Tionghoa

Etnis Tionghoa yang berada di Indonesia bukan berasal dari satu kelompok saja, tetapi terdiri dari berbagai suku bangsa dari dua provinsi di Negara Tionghoa yaitu, Fukian dan Kwantung. Daerah ini merupakan daerah yang sangat penting di dalam perdagangan orang Tionghoa. Sebagian besar dari mereka adalah orang-orang yang sangat ulet, tahan uji dan rajin (Koentjaraningrat, 2007).

Koentjaraningrat (2007) lebih lanjut berpendapat bahwa Tionghoa dapat dikelompokkan menjadi dua bagian, yaitu Tionghoa Totok dan Tionghoa Keturunan. Tionghoa Totok adalah orang Tionghoa yang lahir di Tionghoa dan Indonesia, dan merupakan hasil dari perkawinan sesama Tionghoa. Tionghoa keturunan adalah orang Tionghoa yang lahir di Indonesia dan merupakan hasil perkawinan campur antara orang Tionghoa dengan orang Indonesia.

Menurut Haryono (2006) orang Tionghoa Totok dimaksudkan sebagai orang Tionghoa yang dilahirkan di negeri Tionghoa yang menetap di Indonesia dan generasi anaknya yang lahir di Indonesia. Anak dari Tionghoa Totok masih tetap dianggap Tionghoa Totok karena kultur dan orientasi hidup cenderung masih pada negeri Tionghoa. Orang Tionghoa keturunan dimaksudkan sebagai orang Tionghoa yang lahir dan telah lama menetap di Indonesia selama generasi ketiga atau lebih. Perbedaan lama menetap ini pada umunya berpengaruh pada kuat lemahnya tradisi Tionghoa yang dianut.

Orang Tionghoa Totok cenderung lebih kuat memegang tradisi Tionghoa yang berasal dari nenek moyangnya, sehingga segala perbuatannya memiliki kekhasan dibandingkan dengan Tionghoa Keturunan. Pada orang Tionghoa keturunan nilai tradisi Tionghoa yang berasal dari nenek moyang telah meluntur, sehingga dalam hal-hal tertentu segala sepak terjangnya kurang menonjol kekhasannya sebagai

orang Tionghoa. Namun demikian pada saat – saat tertentu kekhasannya sebagai orang Tionghoa masih tampak juga.

Meskipun di antara dua kelompok etnis Tionghoa ini ada bedanya, tetapi keduanya memiliki akar yang sama yang dapat dibedakan dengan kebudayaan setempat. Jadi, dapat disimpulkan bahwa Etnis Tionghoa adalah seseorang yang berasal dari negara Tionghoa yang tinggal di Indonesia baik dari kelompok Tionghoa Totok maupun Tionghoa Keturunan.

3. Perbankan Syariah

a. Pengertian Bank Syariah

Bank Syariah adalah bank yang aktivitasnya meninggalkan masalah riba merupakan salah satu tantangan yang dihadapi dunia islam dewasa ini. Belakanga ini para ekonomi mencurahkan perhatian besar guna menemukan cara untuk menggantikan sistem bunga dalam transaksi perbankan dan keuangan yang lebih sesuai dengan etika islam. Upaya ini dilakukan dalam membangun model teori yang bebas bunga dan pengujiannya terhadap pertumbuhan ekonomi, alokasi dan distribusi pendapatan.

Berdasarkan Undang-Undang Nomor 10 Tahun 1998 Tentang Perubahan atas Undang-Undang Nomor 7 Tahun 1992 Tentang Perbankan yang dimaksud dengan Bank Syariah adalah bank yang menjalankan kegiatan usahanya berdasarkan Prinsip Syariah dan menurut jenisnya terdiri atas BUS dan BPRS Pasal 1 ayat (7) Undang-Undang Perbankan Syariah. Perbankan Syariah didirikan didasarkan pada alasan filosofi maupun praktik. Alasan filosofinya adalah dilarangnya riba dalam transaksi keuangan maupun non keuangan dan alasan praktiknya adalah sistem perbankan berbasis bunga atau konvensional mengandung berapa kelemahan (Zainul Arifin, 2002:39-40) yaitu sebagai berikut:

- 1) Transaksi berbasis bunga melanggar keadilan atau bisnis.
 - 2) Tidak fleksibelnya sistem transaksi berbasis bunga menyebabkan kebangkrutan.
 - 3) Komitmen Bank untuk keamanan uang deposan berikut bunganya membuat Bank cemas untuk mengembalikan pokok dan bunganya.
 - 4) Sistem transaksi berbasis bunga menghalangi inovasi oleh usaha kecil.
 - 5) Dalam sistem bunga, Bank tidak tertarik dalam kementrian usaha kecil bila ada jaminan kepastian pengambilan modal dan pendapatan bunga mereka.
- Bank Syariah diharapkan mendapatkan kebebasan dalam mengembangkan produk sendiri sesuai dengan perbankan syariah. Jika kebebasan ini dapat diwujudkan, secara ideal akan memberikan manfaat yaitu.
- 1) Terpeliharanya aspek keadilan bagi para yang bertransaksi.
 - 2) Lebih menguntungkan dibandingkan Bank Konvensional.
 - 3) Dapat memelihara kestabilan nilai tukar mata uang karena selalu berkaitan dengan transaksi riil.
 - 4) Transaparansi menjadi sifat yang melekat.
 - 5) Memerlukan aplikasi syariah dalam kehidupan masyarakat muslim.

b. Prinsip-Prinsip Bank Syariah

Pada umumnya prinsip-prinsip Bank Syariah paling tidak ada dua yaitu (Zainul,2016:11) :

- 1) Prinsip *At Ta'awun*, yaitu saling membantu dan saling bekerja sama diantara anggota masyarakat untuk kebaikan.
- 2) Prinsip menghindari *Al Iktinaz*, yaitu menahan penggunaan uang (dana) dengan membiarkan menganggur (*idle*) dan tidak berputar dalam transaksi yang bermanfaat bagi masyarakat umum.

c. Fungsi dan Peran Bank Syariah

Selayaknya suatu usaha yang dibangun atas dasar kemaslahatan umat baik didunia dan akhirat, maka bank syariah hendaknya melakukan fungsi dan perannya sesuai dengan ajaran Islam dimana ajaran ini berlandaskan Al-Qur'an dan Hadist. Adapun fungsi dan peran bank Syariah yang diantaranya tercantum dalam pembukaan standar akuntansi yang dikeluarkan oleh AAOIFI (*Accounting and Auditing Organization for Islamic Financial Institution*) (Heri, 2008:43) sebagai berikut:

- 1) Manajer Investasi, Bank Syariah dapat mengelola dana Investasi nasabah.
- 2) Investor, Bank Syariah dapat menginvestasikan dana yang dimiliki maupun dana nasabah yang dipercayakan kepadanya.
- 3) Penyedia jasa keuangan dan lalu lintas pembayaran, Bank Syariah dapat melakukan kegiatan-kegiatan jasa-jasa layanan Perbankan sebagaimana lazimnya.
- 4) Pelaksanaan kegiatan sosial, sebagai ciri yang melekat pada entitas keuangan syariah, Bank Islam juga memiliki kewajiban untuk mengeluarkan dan mengelolah (menghimpun, mengadministrasikan, mendistribusikan) zakat serta dana-dana sosial lainnya.

d. Tujuan Bank Syariah

Dibandingkan dengan Bank konvensional, Bank Syariah memiliki tujuan lebih luas dari pada Bank konvensional, namun tetap mencari keuntungan dimana keuntungan tersebut didapatkan dengan cara-cara yang syariah sehingga tidak adanya unsur riba. Adapun tujuan bank syariah sebagai berikut :

- 1) Menyediakan lembaga keuangan Perbankan untuk meningkatkan taraf hidup masyarakat.
- 2) Memotivasi masyarakat untuk ikut serta dalam pembangunan.

- 3) Merubah cara berpikir masyarakat agar lebih baik dan lebih ekonomis agar masyarakat tersebut lebih baik dalam hidupnya.
- 4) Melalui produk perbankan syariah yang ada, akan menyadarkan masyarakat mengenai pentingnya berbagi dan bagi hasil. Artinya masyarakat tidak lagi melakukan riba.

e. Akad-Akad Perbankan Syariah

Bank syariah dengan sistem bagi hasil dirancang untuk terbinanya

kebersamaan menanggung risiko usaha dan berbagi hasil usaha antara pemilik dana (*shahibul mal*) yang menyimpan uangnya di lembaga, lembaga selaku pengelola dana (*mudharib*), dan masyarakat yang membutuhkan dana yang bisa berstatus peminjamdana atau pengelola usaha. Pengelolaan dana tersebut didasarkan pada akad-akad yang disesuaikan pada kaidah Muamalat (Amir, 2010 : 26-27), menurut Fiqh Muamalat membagi menjadi dua yaitu:

- 1) Akad Tabarru' yaitu segala macam perjanjian yang menyangkut non-profit transaction. Transaksi ini dilakukan dengan tujuan tolong menolong dalam rangka berbuat kebaikan yang hakikatnya bukan transaksi bisnis untuk mencari keuntungan komersil.
 - a) Wadiah adalah titipan dari satu pihak kepada pihak lain, baik individu maupun badan hukum, yang harus dijaga dan dikembalikan setiap saat bila pemilik menghendaki.
 - b) Kafalah adalah akad pemberian garansi/jaminan oleh pihak bank kepada nasabah untuk menjamin pelaksanaan proyek dan pemenuhan kewajiban tertentu oleh pihak yang dijamin.
 - c) Wakalah adalah akad pemberiankuasa (*muwakil*) kepada penerima kuasa (wakil) untuk melakukan tugas (tuakil) atas nama pemberi kuasa.
 - d) Hiwalah adalah Akad yang mengharuskan pemindahan utang dari yang bertanggung kepada

penanggung jawab yang lain.

- e) Ar-Rahn adalah menahan salah satu harta milik nasabah yang memiliki nilai ekonomis sebagai jaminan atas pinjaman yang diterimanya.
 - f) Al-Qardh adalah pemberian harta kepada nasabah yang dapat ditagih atau diminta kembali atau dengan kata lain meminjamkan tanpa mengharapkan imbalan.
 - g) Dhaman adalah menggabungkan dua beban (tanggungan) untuk membayar utang, menggadaikan barang, atau menghadirkan orang pada tempat yang telah ditentukan.
- 2) Akad tijaroh adalah segala macam perjanjian yang menyangkut profit transaction. Akad ini dilakukan dengan mencari keuntungan atau bersifat komersil, akad tijaroh antara lain sebagai berikut :
- a) Mudharabah berasal dari kata dharb yang artinya memukul. Atau lebih tepatnya adalah proses seseorang dalam menjalankan suatu usaha. Secara teknis, mudharabah adalah sebuah akad kerja sama antara pihak dimana pihak pertama (shahib al mal) menyediakan seluruh modal, sedangkan pihak lainnya menjadi pengelola.
 - b) Murabahah adalah akad jual beli barang dengan harga asal dengan tambahan keuntungan yang disepakati. Penjual harus memberitahu harga produk yang dia beli dan menentukan suatu tingkat keuntungan sebagai tambahannya.
 - c) Musyarakah adalah Akad kerja sama antara dua pihak atau lebih untuk usaha tertentu, dimana masing-masing pihak melakukan kontribusi dana dengan kesepakatan bahwa keuntungan atau resiko akan ditanggung bersama sesuai dengan kesepakatan.
 - d) Salam adalah pembiayaan jual beli dimana pembeli memberikan terlebih dahulu uang kepada barang yang dibeli yang telah disebutkan

- spesifikasinya dengan pengantaran kemudian.
- e) Istishna adalah pembiayaan jual beli yang dilakukan bank dan nasabah dimana penjual (pihak bank) membuat barang yang dipesan oleh nasabah.
 - f) Ijarah adalah perjanjian sewa yang memberikan kepada penyewa untuk memanfaatkan barang yang akan disewa dengan imbalan uang sewa sesuai dengan persetujuan dan setelah masa sewanya berakhir maka barang dikembalikan kepada pemilik, namun penyewa juga dapat memiliki barang yang disewa dengan pilihan memindahkan kepemilikan atas barang yang disewa dari pihak bank oleh pihak lain.
 - g) Muzara'ah adalah kontrak bagi hasil yang diterapkan pada tanaman pertanian setahun.
 - h) Musyqaqoh adalah bentuk kontak bagi hasil yang diterapkan pada tanaman pertanian tahunan.
 - i) Mukhabarah adalah muzara'ah yaitu tetapi bibitnya berasal dari pemilik tanah.

f. Produk-Produk Bank Syariah

Dalam sistem perbankan syariah terdapat produk yang telah dioprasikan atau aplikasikan dalam kehidupan sosial ekonomi masyarakat. Namun demikian, terdapat sejumlah produk perbankan syariah yang belum diterapkan karena beberapa alasan. Namun, telah diterapkan di beberapa Negara yang mayoritas berpenduduk muslim.

Produk-produk perbankan syariah yang telah mendapat rekomendasi dari Dewan Syariah Nasional untuk dijalankan antara lain sebagai berikut (Zainuddin, 2007:40):

- 1) Mudharabah berasal dari kata dharb yang artinya memukul atau lebih tepatnya adalah proses seseorang dalam menjalankan suatu usaha. Secara teknis, mudharabah adalah sebuah akad kerja sama antara pihak dimana pihak pertama (shahib al

mal) menyediakan seluruh modal, sedangkan pihak lainnya menjadi pengelola.

- 2) Murabahah merupakan salah satu produk perbankan syariah baik kegiatan usaha yang bersifat produktif maupun bersifat konsumtif. Murabahah adalah jual beli barang pada harga asal dengan tambahan keuntungan yang disepakati antara pihak penjual dengan pihak pembeli.
- 3) Musyarakah adalah akad kerjasama antara kedua belah pihak atau lebih untuk suatu usaha tertentu.
- 4) Wadiah juga diartikan sebagai titipan murni dari satu pihak ke pihak lain. Dapat dikatakan bahwa sifat dari wadiah menjadi produk perbankan syariah berbentuk giro yang merupakan titipan murni (yad damanah)
- 5) Ijarah adalah akad pemindahan hak guna atas barang atau jasa, melalui pembayaran upah sewa, tanpa diikuti dengan pemindahan kepemilikan atas barang itu sendiri
- 6) Qord Al-Hasan dalam operasional perbankan syariah merupakan salah satu produk yang ditawarkan dari segi pembiayaan. Qord al- hasan adalah suatu pinjaman lunak yang diberikan atas dasar kewajiban sosial semata mata.

C. Bagi Hasil

1. Pengertian bagi hasil (*Profit Loss Sharing*)

Bagi Hasil merupakan bentuk dari perjanjian kerja sama antara pemodal (investor) dan pengelola modal (Entrepreneur) dengan menjalankan kegiatan usaha ekonomi, dimana diantara keduanya akan terikat kontrak bahwa di dalam usaha tersebut jika mendapat keuntungan akan dibagi kedua belah pihak sesuai dengan nisbah kesepakatan di awal perjanjian dan begitu pula bila usaha mengalami kerugian akan ditanggung bersama sesuai porsi masing-masing.

Sistem bagi hasil merupakan sistem dilakukannya dimana perjanjian atau ikatan bersama didalam melakukan

kegiatan usaha. Didalam usaha tersebut diperjanjian adanya pembagian hasil atas keuntungan yang akan didapat antara kedua belah pihak atau lebih. Sistem bagi hasil dalam perbankan syariah merupakan ciri khusus yang ditawarkan kepada masyarakat, dan di dalam aturan syariah yang berkaitan dengan pembagian hasil usaha harus ditentukan terlebih dahulu pada awal terjadinya kontrak (akad). Sistem bagi hasil adalah suatu cara pembagian hasil usaha antara penyedia dana dan pengelola dana. Pembagian hasil ini dapat terjadi antara bank dan penyimpan dana maupun antara bank dengan nasabah penerima dana.

Sistem bagi hasil merupakan karakteristik umum dan landasan dasar bagi operasional bank Islam secara keseluruhan. Secara syariah, prinsip berdasarkan kaidah *Al-Mudharabah*. Berdasarkan prinsip ini, bank Islam akan berfungsi sebagai mitra baik dengan penabung, maupun dengan pengusaha yang meminjam dana. Bank akan bertindak sebagai *mudharib* (pengelola), sedangkan penabung bertindak sebagai *shahibul maal* (penyandang dana). Keduanya diadakan akad *Mudharabah* yang menyatakan keuntungan masing-masing pihak. Bank Islam akan bertindak sebagai *shahibul maal* (penyandang dana, baik yang berasal dari tabungan/deposito/giro maupun dana bank sendiri berupa modal pemegang saham). Sementara itu pengusaha atau peminjam akan berfungsi sebagai *mudharib* (pengelola) karena melakukan usaha dengan memutar dan mengelola dana bank.

Sistem bagi hasil adalah perjanjian pembagian keuntungan dan atau kerugian dengan besar pembagian tertentu dan sejumlah dana antara pihak pemilih dana dengan pihak yang menggunakan dana. Bagi hasil juga merupakan jumlah pendapatan yang diterima nasabah berdasarkan pemberian laba yang dihasilkan oleh bank, bagi hasil tergantung pada keuntungan proyek yang dijalankan. Jika tidak mendapatkan keuntungan maka kerugian ditanggung kepada kedua belah pihak, yaitu bank dan nasabah. Besarnya penentuan porsi bagi hasil antara kedua belah pihak yang selanjutnya disebut nisbah, di tentukan

sesuai dengan kesepakatan bersama, dan terus terjadi dengan adanya kerelaan di masing-masing pihak tanpa adanya unsur paksaan (Muhammad Syafii Antonio, Jakarta:2001).

Islam berusaha membangun sebuah masyarakat berdasarkan kejujuran dan keadilan melalui larangan riba. Model ekonomi konvensional dimana, seorang kreditur akan mendapatkan keuntungan dan debitur tanpa memperdulikan hasil usaha debitur. Akan lebih adil jika kedua belah pihak kredit maupun debitur sama-sama menanggung keuntungan maupun kerugian. Jadi, yang dilarang dalam Islam adalah keuntungan yang ditetapkan sebelumnya. Pembagian keuntungan yang sah dan dapat diterima menjadi fondasi pengembangan perbankan Islam. Pemilik modal dapat secara sah mendapatkan bagian dari keuntungan yang diperoleh pelaksana usaha. Sistem bagi hasil dibolehkan dalam Islam karena yang ditetapkan sebelumnya adalah rasio bagi hasil, bukan tingkat keuntungan seperti yang berlaku dengan sistem bunga. Penjelasan teori bagi hasil menurut para ahli, yaitu:

a) Rofiq

Bagi hasil ialah suatu sistem yang meliputi tata cara pembagian hasil usaha antara penyedia dana dan pengelola dana.

Karim Bagi Hasil merupakan bentuk return (perolehan kembaliannya) dari kontrak investasi, dari waktu ke waktu, tidak pasti dan tidak tetap.

b) Karim (2007)

Bagi hasil yaitu bentuk return (perolehan kembaliannya) dari kontrak investasi, dari waktu ke waktu, tidak pasti dan tidak tetap. Besar kecilnya perolehan itu tergantung pada hasil usaha yang benar-benar terjadi.

c) Abdurrahman

Bagi hasil yakni jumlah pendapatan yang diterima nasabah berdasarkan pemberian laba yang dihasilkan bank, bagi hasil tergantung pada keuntungan proyek yang dijalankan, jika tidak mendapatkan keuntungan

maka kerugian di tanggung oleh kedua belah pihak, yaitu bank dan nasabah.

d) Karim

Bagi Hasil merupakan bentuk return (perolehan kembaliannya) dari kontrak investasi, dari waktu ke waktu, tidak pasti dan tidak tetap.

2. Landasan bagi hasil

Pada bank syariah, *nisbah* bagi hasil merupakan kesepakatan porsi bagi hasil yang akan diperoleh pemilik dana (*shahibul mal*) dan pengelola dana (*mudharib*) yang tertuang dalam akad perjanjian yang telah ditandatangani pada awal sebelumnya dilakukan akad kerja sama.

- 1) Q.S. Al-Baqarah [2] ayat 282: *Hai orang-orang yang beriman, apabila kamu bermu'amalah tidak secara tunai untuk waktu yang ditentukan, hendaklah kamu menuliskannya. dan hendaklah seorang penulis di antara kamu menuliskannya dengan benar.*
- 2) Q.S. Al-Ma'idah [5] ayat 1: *Hai orang-orang yang beriman, penuhilah aqad-aqad itu.*

3. Ketentuan Bagi Hasil

Menurut Dewan Syariah Nasional, ketentuan bagi hasil yaitu:

- 1) Pada dasarnya, LKS boleh menggunakan prinsip bagi hasil (*Net Revenue Sharing*) maupun bagi untuk (*Profil Sharing*) dalam pembagian hasil usaha dengan kemitraan (nasabah)-nya.
- 2) Dilihat dari segi kemaslahatan (al-aslah), saat ini pembagian hasil usaha sebaiknya digunakan prinsip bagi hasil (*Net Revenue Sharing*).
- 3) Penetapan prinsip pembagian hasil usaha yang dipilih harus disepakati dalam akad.

Berdasarkan penjelasan di atas, dapat disimpulkan bahwa ketentuan bagi hasil dalam perbankan syariah boleh menggunakan prinsip bagi hasil yang bertujuan untuk menguntungkan kedua belah pihak yang melakukan

kerjasama dengan pembagian hasil usaha disepakati dalam bentuk akad.

4. Konsep bagi hasil

Konsep bagi hasil adalah sebagai berikut:

- 1) Pemilik dana akan menginvestasikan dananya melalui lembaga keuangan syariah yang bertindak sebagai pengelola.
- 2) Pengelola atau lembaga keuangan syariah akan mengelola dana tersebut dalam sistem *pool of fund* selanjutnya akan menginvestasikan dana tersebut ke dalam proyek atau usaha yang layak dan menguntungkan serta memenuhi aspek syariah.
- 3) Kedua belah pihak menandatangani akad yang berisi ruang lingkup kerja sama, nominal, nisbah dan jangka waktu berlakunya kesepakatan tersebut.

Berdasarkan penjelasan di atas, dapat disimpulkan bahwa konsep bagi hasil yaitu pemilik dana memberikan dananya untuk dikelola oleh pengelola (dalam hal ini perbankan syariah). Kerjasama antar kedua belah pihak ini merupakan kerjasama yang saling menguntungkan dan disepakati dalam bentuk perjanjian akad yang secara jelas dibahas semua hal terkait.

5. Metode Bagi Hasil

Metode bagi hasil terdiri dari 2 sistem, yaitu :

1) Bagi untung (*Profit Sharing*)

Metode bagi untung (*Profit Sharing*) adalah bagi hasil yang dihitung dari pendapatan setelah dikurangi biaya pengelolaan dana. Dalam sistem syariah pola ini dapat digunakan untuk keperluan distribusi pembiayaan hasil usaha lembaga keuangan syariah. Secara sederhana dapat dikatakan bahwa yang dibagi dihasilkan adalah laba dari sebuah usaha/proyek. Contoh : bila dari sebuah proyek atau usaha dihasilkan penjualan sebesar Rp 2.000.000,00 dan biaya-biaya usaha Rp 5.000.000,00, maka yang dibagi dihasilkan sebesar Rp 1.500.000,00. Ini disebut ***metode profit sharing***;

Profit sharing menurut etimologi Indonesia adalah bagi keuntungan. Dalam kamus ekonomi diartikan pembagian laba. Profit secara istilah adalah perbedaan yang timbul ketika total pendapatan (*total revenue*) suatu perusahaan lebih besar dari biaya total (*total cost*). Di dalam istilah lain profit sharing adalah perhitungan bagi hasil didasarkan kepada hasil bersih dari total pendapatan setelah dikurangi dengan biaya-biaya yang dikeluarkan untuk memperoleh pendapatan tersebut.

Sistem *profit and loss sharing* dalam pelaksanaannya merupakan bentuk perjanjian kerjasama antara pemodal (*investor*) dan pengelola modal (*enterprenuer*) dalam menjalankan kegiatan usaha ekonomi, dimana antara keduanya akan terikat kontrak bahwa didalam usaha tersebut jika mendapatkan keuntungan akan dibagi kedua pihak sesuai dengan kesepakatan diawal perjanjian, dan begitu pula bila usaha mengalami kerugian akan di tanggung bersama sesuai porsi masing-masing.

Kerugian bagi pemodal tidak mendapatkan kembali modal investasinya secara utuh ataupun keseluruhan, dan bagi pengelola modal tidak mendapatkan upah atau hasil dari jerih payahnya atas kerja yang di lakukannya.

Keuntungan yang didapat dari hasil usaha tersebut akan dilakukan pembagian setelah dilakukan perhitungan terlebih dahulu atas biaya yang dikeluarkan selama proses usaha dilakukan. . Keuntungan usaha dalam dunia bisnis dapat negatif artinya usaha merugi, positif berarti ada angka lebih sisa dari pendapatan di kurangi biaya-biaya, dan nol antara biaya pendapatan dan biaya menjadi *balance*. Keuntungan yang dibagikan adalah keuntungan bersih (*net profit*) yang merupakan lebihan dari selisih atas pengurangan total cost terhadap total revenue.

2) Bagi hasil (*Revenue Sharing*)

Bagi hasil (*Revenue Sharing*) adalah bagi hasil yang dihitung dari total pendapatan pengelolaan dana.

Dalam sistem syariah pola ini dapat digunakan untuk keperluan distribusi lembaga keuangan syariah. Bagi hasil bruto adalah bagi hasil yang di dasarkan pada pendapatan usaha atau proyek yang tidak di kurangi dengan biaya-biaya yang timbul.

Secara sederhana dapat dikatakan bahwa yang dibagihasilkan pendapatan dari sebuah usaha atau proyek. Contoh : bila dari sebuah proyek atau usaha dihasilkan penjualan sebesar Rp 2.000.000,00 dan biaya-biaya usaha sebesar Rp 500.000,00 maka yang dibagi hasilkan adalah sebesar penjualan Rp 2.000.000,00. Ini disebut metode revenue sharing.

Aplikasi perbankan syariah pada umumnya, bank dapat menggunakan sistem profit sharing maupun revenue sharing tergantung pada kebijakan masing-masing bank memilih salah satu dari sistem yang ada. Bank syariah yang ada di Indonesia saat ini semuanya menggunakan perhitungan bagi hasil atas dasar revenue sharing untuk mendistribusikan bagi hasil kepada pemilik dana (deposan). Suatu bank menggunakan sistem *profit sharing* di mana bagi hasil dihitung dari pendapatan netto setelah dikurangi biaya bank, maka kemungkinan yang akan terjadi adalah bagi hasil yang akan diterima oleh shahibul maal (pemilik dana) akan semakin kecil tentunya akan mempunyai dampak yang cukup signifikan apabila ternyata secara umum tingkat suku bunga pasar lebih tinggi.

Kondisi ini akan mempengaruhi keinginan masyarakat untuk menginvestasikan dananya pada bank syariah yang berdampak menurunnya jumlah dana pihak ketiga secara keseluruhan, tetapi apabila bank masih ingin mempertahankan sistem profit sharing tersebut dalam sistem perhitungan bagi hasil mereka maka jalan statusnya untuk menghindari resiko-resiko tersebut diatas dengan cara bank harus mengalokasikan sebagian dari porsi bagi hasil yang mereka terima untuk subsidi terhadap bagi hasil yang akan dibagikan kepada nasabah pemilik dana. Suatu bank yang menggunakan

sistem bagi hasil berdasarkan *revenue sharing* yaitu bagi hasil yang akan didistribusikan dihitung dari total pendapatan bank sebelum dikurangi dengan biaya bank, maka kemungkinan yang akan terjadi adalah tingkat bagi hasil yang diterima oleh pemilik dana akan lebih besar dibandingkan dengan tingkat suku bunga pasar yang berlaku.

Kondisi ini akan mempengaruhi para pemilik dana untuk mengarahkan investasinya kepada bank syariah yang nyatanya justru mampu memberikan hasil yang optimal, sehingga akan berdampak kepada peningkatan total dana pihak ketiga pada bank syariah. Pertumbuhan dana pihak ketiga dengan cepat harus mampu diimbangi dengan penyalurannya dalam berbagai bentuk produk aset yang menarik, layak dan mampu dan mampu memberikan tingkat profitabilitas yang maksimal bagi pemilik dana (Murasa Sarkaniputra, 18 februari 2013).

6. Sejarah Berdirinya Bank Syariah Indonesia (BSI)

Tahun 2016 Otoritas Jasa Keuangan (OJK) menyiapkan peta jalan atau roadmap pengembangan keuangan syariah. Tahun 2019 Otoritas Jasa Keuangan (OJK) mendorong bank syariah dan unit usaha syariah milik pemerintah berkonsolidasi atau merger perbankan. Di antaranya PT Bank Mandiri Syariah, PT Bank BNI Syariah, PT Bank BRI Syariah, Unit usaha Syariah, PT Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk, tanggal 2 Juli 2020, Menteri Badan Usaha Milik Negara Erick Thohir berencana menggabungkan bank syariah BUMN yaitu BRI Syariah, BNI Syariah, BTN Syariah, dan Mandiri Syariah. Oktober 2020, Pemerintah secara resmi mengumumkan rencana merger bank syariah dari tiga bank Himsbara yaitu Mandiri Syariah, BNI Syariah dan BRI Syariah. Tanggal 11 Desember 2020, konsolidasi bank syariah Himbara menetapkan nama perusahaan hasil merger menjadi PT Bank Syariah Indonesia Tbk, dan 27 Januari 2021, Otoritas Jasa Keuangan (OJK) secara resmi mengeluarkan izin

marger usaha tiga bank syariah. Surat itu terbit dengan Nomor SR-3/PB.1/2021. 1 Februari 2021, Presiden Jokowi meresmikan PT Bank Syariah Indonesia (BSI).

Pada tanggal 1 Februari 2021 menjadi penanda sejarah bergabungnya Bank Mandiri Syariah, BNI Syariah dan BRI syariah menjadi satu entitas yaitu bank syariah Indonesia (BSI). Penggabungan ini akan menyatukan kelebihan dari ketiga Bank Syariah sehingga menghadirkan layanan yang lebih lengkap, jangkauan lebih luas, serta memiliki kapasitas permodalan yang lebih baik. Di dukung sinerge dengan perusahaan induk (Mandiri, BNI, BRI) serta komitmen pemerintah melalui Kementrian BUMN, Bank Syariah Indonesia di dorong untuk dapat bersaing di tingkat global. Penggabungan ketiga Bank Syariah tersebut merupakan ikhtiar untuk melahirkan Bank Syariah kebanggaan umat, yang diharapkan menjadi energi baru pembangunan ekonomi nasional serta kontribusi terhadap kesejahteraan masyarakat luas. Keberadaan Bank Syariah Indonesia juga menjadi cerminan wajah perbankan syariah di Indonesia yang modern, universal dan memberikan kebaikan bagi segenap alam (Rahmatan Lil ‘Aalamiin). Sumber : BSI, 2021, Sejarah Perusahaan, (23 Agustus 2021) <https://www.bankbsi.co.id/company-nformation/> tentang-kami.

Sejarah Berdirinya Bank Syariah Indonesia sebagai negara dengan penduduk muslim terbesar di dunia, memiliki potensi untuk menjadi yang terdepan dalam industri keuangan Syariah. Meningkatnya kesadaran masyarakat terhadap halal matter serta dukungan stakeholder yang kuat, merupakan faktor penting dalam pengembangan ekosistem industri halal di Indonesia. Termasuk di dalamnya adalah Bank Syariah. Bank Syariah memainkan peranan penting sebagai fasilitator pada seluruh aktivitas ekonomi dalam ekosistem industri halal. Keberadaan industri perbankan Syariah di Indonesia sendiri telah mengalami peningkatan dan pengembangan yang signifikan dalam kurun tiga dekade ini. Inovasi produk, peningkatan layanan, serta pengembangan jaringan

menunjukkan trend yang positif dari tahun ke tahun. Bahkan, semangat untuk melakukan percepatan juga tercermin dari banyaknya Bank Syariah yang melakukan aksi korporasi. Tidak terkecuali dengan Bank Syariah yang dimiliki Bank BUMN, yaitu Bank Syariah Mandiri, BNI Syariah, dan BRI Syariah. Sumber : BSI, 2021 Sejarah berdirinya bank syariah Indonesia, (23 Agustus 2021) <https://www.myjourney.id/apa-itu-bank-syariah-indonesia/>

a. Pengertian Bank Syariah Indonesia

PT Bank syariah Indonesia, TBK merupakan penggabungan antara 3 Syariah terbesar di Indonesia, yakni bank BNI syariah (BNIS), Bank BRI Syariah (BRIS) dan bank Mandiri Syariah (BSM). Hasil ini merger ketiga 48 bank terbaik di Indonesia juga diamankan kementerian BUMN Republik Indonesia. Hasil dari penggabungan tiga Bank syariah tersebut tentunya akan mengubah beragam produk serta layanan yang sebelumnya dimiliki oleh Bank tersebut. Mulai dari produk, pinjaman, simpanan dan lain sebagainya.

Bank-bank di bawah naungan BUMN melakukan merger, hal ini diperkuat dengan alasan bahwa penggabungan bank dianggap sebagai strategi yang baik untuk mewujudkan terbentuknya bank Syariah yang besar merger bank-bank Syariah dianggap efektif dilakukan dengan prasyarat adanya pemegang saham pengendali yang independen, konsolidasi legalitas bank yang kuat dan manajemen benturan kepentingan antar sumber daya (SDM) yang berlatar belakang bank yang berbeda. Meski penggabungan bank membutuhkan dana yang besar dan memiliki resiko yang tinggi, bank-bank Syariah yang memiliki hubungan yang istimewa dengan pemerintah dan berbentuk entitas dapat dengan efektif dilakukan merger dan akuisisi. Sumber: BSI, 2021, *Sejarah Perusahaan*, (23 Agustus 2021) <https://www.bankbsi.co.id/company-information/tentangkan>

1. Visi dan Misi Bank Syariah Indonesia (BSI)

Tentunya suatu perusahaan memiliki suatu tujuan Bank Syariah Indonesia juga tentunya memiliki visi

dan misi. Adapun Visi dan Misi Bank Syariah Indonesia adalah sebagai berikut:

Visi:

Bank Syariah Indonesia memiliki Visi Untuk menjadi salah satu dari sepuluh Bank Syariah terbesar berdasarkan dengan kapitalisasi pasar secara dalam waktu lima tahun kedepan.

Misi:

- 1) Mewujudkan nilai tambah bagi investor
- 2) Menyediakan solusi keuangan syariah yang amanah dan modern.
- 3) Memberikan kontribusi yang positif.
- 4) Memberikan nilai pertumbuhan positif
- 5) Menyediakan produk dan layanan
- 6) Meningkatkan produk dan layanan
- 7) Mengutamakan penghimpunan dana murah .
- 8) Mengembangkan talenta dan wahana berkarya untuk berprestasi sebagai perwujudan ibadah.

Sumber: *Visi dan Misi Bank Syariah Indonesia* (25 Agustus 2021).

<http://www.syariahindonesia.co.id/tentang-kami/visi-misi>).

Nilai-nilai Perusahaan

Bank Syariah Indonesia mewujudkan visi dan misi BSI, Bank Syariah Indonesia perlu menerapkan nilai-nilai yang relative seragam, Insan-insan Bank Syariah Indonesia telah menggali dan menyepakati nilai-nilai yang dimaksud Akhlak sebagai berikut :

- 1) Amanah: memegang teguh kepercayaan yang diberikan
- 2) Kompeten: terus belajar dan mengembangkan kapabilitas
- 3) Harmonis: saling peduli dan menghargai perbedaan
- 4) Loyal: berdedikasi dan mengutamakan kepentingan bangsa dan negara.
- 5) Adaptasi: terus berinovasi dan antusias dalam menggerakkan atau menghadapi perubahan
- 6) Kolaboratif: membangun kerjasama yang sinergis.

Sumber: BSI,2021, Budaya Perusahaan Bank Syariah Indonesia(24Februari2021),<https://www.syariahindonesia.co.id/tentang-kami/budaya-perusahaan>

2. Struktur Organisasi Bank Syariah Indonesia (BSI)

Dalam suatu perusahaan tentunya terdapat struktur organisasi. Struktur organisasi tersebut berfungsi sebagai gambaran dan landasan untuk kinerja masing-masing bidang dalam perusahaan tersebut. Berikut struktur organisasi Bank Syariah Indonesia (BSI) KCP Ahmad Yani Kota Pontianak.

Adapun pembagian tugas dan tanggung jawab PT Bank Syariah Indonesia KCP Ahmad Yani Kota Pontianak sebagai berikut:

1) *Branch Manager*:

- a. Memastikan tercapainya target segmen bisnis pembiayaan (*micro, business banking, consumer*), pendanaan, *FBI, contribution* margin dan laba bersih yang ada lokasi yang berada dalam koordinasinya.
- b. Menggali potensi bisnis di lokasi yang berada dalam koordinasinya untuk meningkatkan portofolio pembiayaan, penghimpunan dana pihak ketiga, perbaikan kualitas aktiva produktif, peningkatan pendapatan non operasional.
- c. Memastikan segala aktifitas operasional memenuhi ketentuan dan prudensialitas.

2) *Branch Operasional*:

- a. Memastikan transaksi harian operasional telah sesuai dengan ketentuan dan SOP yang telah ditetapkan.
- b. Memastikan pelaksanaan seluruh kegiatan administrasi, dokumentasi dan kearsipan yang sesuai dengan ketentuan yang berlaku.
- c. Memastikan ketersediaan likuiditas yang memadai.

3) *Consumer Banking Relationship Manager*:

- a. Meningkatkan pertumbuhan portofolio pendanaan, pembiayaan, dan *fee based* pada segmen konsumen.

- b. Memastikan ketersediaan data dan membuat rencana kerja berdasarkan calon nasabah dan potensi pasar.
 - c. Melaksanakan kerjasama dengan pihak ketiga seperti *developer*, perusahaan, SKPD pemerintahan daerah serta instansi lainnya.
- 4) *Customer Service*:
- a. Memberikan informasi produk dan jasa BSI kepada nasabah.
 - b. Memproses permohonan pembukaan dan penutupan rekening tabungan, giro dan deposito, serta keluhan nasabah dan *stock optame* kartu ATM.
- 5) *Teller*
- a. Melakukan transaksi tunai dan non tunai sesuai dengan ketentuan.
 - b. Mengelola saldo kas *teller* sesuai limit yang ditentukan.
 - c. Mengelola uang yang layak dan tidak layak edar/uang palsu.
- 6) *General Support Staff*:
- a. Menyusun laporan atas realisasi biaya-biaya yang berhubungan dengan personalia maupun fasilitas kantor.
 - b. Mengelola dan membuat laporan pengguna kas kecil harian sesuai dengan wewenang yang berlaku.
 - c. Mengelola pengadaan, pengistribusian serta memelihara prasarana dan sarana kantor.
- 7) *Driver*:
- a. Mengantar/menjemput pegawai yang dinas luar dan terkait dengan hal tersebut.
 - b. Menjamin kendaraan dinas/kendaraan operasional selalu siap pakai dengan memeriksa perlengkapan kendaraan, oli radiator, ban, kunci-kunci dan hal yang terkait dengan hal tersebut.
- 8) *Office Boy*:
- a. Menjaga kebersihan dilingkungan/kawasan kerja terutama terkait dengan layanan nasabah.
 - b. Membantu *Frontline* dalam hal fotokopi dokumen dan yang terkait dengan operasional bank.

9) *Security*:

- a. Menjaga keamanan dan keteertiban dilingkungan/kawasan kerjanya.
- b. Melaksanakan pengamanan dan pelayanan terbaik kepada nasabah sesuai dengan standar layanan dan ketentuan yang telah ditetapkan.
- c. Melaksanakan tugas mengawalan uang/barang/dokumen penting.

10) *Pawning staff* :

- a. Memastikan kelengkapan dokumen aplikasi gadai.
- b. Menindak lanjuti permohonan pembiayaan gadai sesuai ketentuan yang berlaku.

11) *Consumer sales excutive*:

- a. Bertanggung jawab untuk mengejar target penjualan dan mempertahankan kepuasan pelanggan.
- b. Bertanggung jawab terhadap promosi produk untuk mendukung tercapainya target penjualan.

Sumber: Dokumen Bank Syariah Indonesia KCP
Ahmad Yani Kota Pontianak.

D. Persepsi Masyarakat Etnis Tionghoa Terhadap Produk Perbankan Syariah di Kota Pontianak

Berbicara tentang persepsi maka kita harus mengetahui terlebih dahulu apa itu persepsi, persepsi adalah suatu tanggapan, pandangan seseorang terhadap suatu hal tertentu, sehingga nantinya dapat ditarik kesimpulan atas suatu peristiwa yang terjadi. Dari hasil tulisan yang dilakukan dengan masyarakat etnis tionghoa persepsi mereka terhadap perbankan syariah adalah mereka memiliki tanggapan atau pandangan bahwa bank syariah merupakan bank Islam yang dimana prosedurnya dilakukan sesuai dengan ajaran agama mereka, tetapi tidak menutup etnis lain untuk menjadi nasabah di bank syariah tersebut. Kemudian mereka juga melihat dari segi objek, kebutuhan, pengetahuan, situasi, dan tentunya individu mereka sendiri yang dapat mendorong mereka

terhadap perbankan syariah. Dari hasil persepsi mereka inilah yang dapat menentukan bahwa pelayanan, harga, produk, bagi hasil dan promosi merupakan strategi pemasaran yang digunakan untuk mempengaruhi suatu persepsi.

Bank Syariah adalah bank yang aktivitasnya meninggalkan masalah riba merupakan salah satu tantangan yang dihadapi dunia islam dewasa ini. Belakanga ini para ekonomi mencurahkan perhatian besar guna menemukan cara untuk menggantikan sistem bunga dalam transaksi perbankan dan keuangan yang lebih sesuai dengan etika islam. Upaya ini dilakukan dalam membangun model teori yang bebas bunga dan pengujiannya terhadap pertumbuhan ekonomi, alokasi dan distribusi pendapatan.

Dalam perbankan syariah terdapat berbagai macam produk-produk perbankan syariah. Produk-produk perbankan syariah yang telah mendapat rekomendasi dari Dewan Syariah Nasional untuk dijalankan antara lain sebagai berikut (Zainuddin, 2007:40):

- 1) Mudharabah berasal dari kata *dharb* yang artinya memukul atau lebih tepatnya adalah proses seseorang dalam menjalankan suatu usaha. Secara teknis, mudharabah adalah sebuah akad kerja sama antara kedua belah pihak dimana pihak pertama (shahib al mal) menyediakan seluruh modal, sedangkan pihak lainnya menjadi pengelola.
- 2) Murabahah merupakan salah satu produk perbankan syariah baik kegiatan usaha yang bersifat produktif maupun bersifat konsumtif. Murabahah adalah jual beli barang pada harga asal dengan tambahan keuntungan yang disepakati antara pihak penjual dengan pihak pembeli.
- 3) Musyarokah adalah akad kerjasama antara kedua belah pihak atau lebih untuk suatu usaha tertentu.
- 4) Wadiah juga diartikan sebagai titipan murni dari satu pihak kepihak lain. Dapat dikatakan bahwa sifat dari wadiah menjadi produk perbankan syariah berbentuk giro yang merupakan titipan murni (yad damanah)
- 5) Ijarah adalah akad pemindahan hak guna atas barang

- atau jasa, melalui pembayaran upah sewa, tanpa diikuti dengan pemindahan kepemilikan atas barang itu sendiri
- 6) Qord Al-Hasan dalam operasional perbankan syariah merupakan salah satu produk yang ditawarkan dari segi pembiayaan. Qord al- hasan adalah suatu pinjaman lunak yang diberikan atas dasar kewajiban sosial semata mata.

Produk-produk bank syariah diatas terdapat berbagai macam bentuk dan kegunaanya masing-masing, jadi produk tersebut dapat digunakan oleh nasabah sesuai dengan kebutuhan mereka yang sesuai dengan jenis usaha yang akan mereka lakukan. Dan tentunya produk-produk tersebut dapat digunakan dengan semestinya yang telah di tentukan menurut syariat Islam dan juga dilakukan atas dasar kesepakatan dari awal antara nasabah dan pengelola produk tersebut. Hasil tulisan yang dilakukan terhadap masyarakat etnis tionghoa bahwa produk yang paling sering mereka gunakan adalah produk mudharabah.

Dengan adanya berbagai macam produk perbankan syariah tadi juga sangat menarik tentunya untuk masyarakat luar seperti masyarakat Etnis Tionghoa, karena dengan seperti itu akan menjadi daya tarik masyarakat luar untuk menjadi nasabah di Bank Syariah.

E. Persepsi Masyarakat Etnis Tionghoa Terhadap Bagi Hasil Perbankan Syariah di Kota Pontianak

Berbicara tentang bagi hasil tentunya sudah tidak begitu sulit dalam perbankan syariah ini, karena sebagian besar masyarakat mengetahui bahwa bagi hasil ini bagian terbesar dalam sistem bank syariah. Hanya saja masyarakat belum memahami dan mengetahui secara spesifik dan mengetahui secara luas apa itu bagi hasil dalam perbankan syariah. Bagi Hasil merupakan bentuk dari perjanjian kerja sama antara pemodal (investor) dan pengelola modal (Entrepreneur) dengan menjalankan kegiatan usaha ekonomi, dimana diantara keduanya akan terikat kontrak bahwa di dalam usaha tersebut jika mendapat keuntungan akan dibagi kedua belah pihak sesuai dengan nisbah

kesepakatan di awal perjanjian dan begitu pula bila usaha mengalami kerugian akan ditanggung bersama sesuai porsi masing-masing.

Sistem bagi hasil merupakan sistem dilakukannya dimana perjanjian atau ikatan bersama didalam melakukan kegiatan usaha. Didalam usaha tersebut diperjanjian adanya pembagian hasil atas keuntungan yang akan didapat antara kedua belah pihak atau lebih. Sistem bagi hasil dalam perbankan syariah merupakan ciri khusus yang ditawarkan kepada masyarakat, dan di dalam aturan syariah yang berkaitan dengan pembagian hasil usaha harus ditentukan terlebih dahulu pada awal terjadinya kontrak (akad). Sistem bagi hasil adalah suatu cara pembagian hasil usaha antara penyedia dana dan pengelola dana. Pembagian hasil ini dapat terjadi antara bank dan penyimpan dana maupun antara bank dengan nasabah penerima dana.

Secara Syariah, prinsip berdasarkan kaidah *Al-Mudharabah*. berdasarkan prinsip ini, bank Islam akan berfungsi sebagai mitra baik dengan penabung, maupun dengan pengusaha yang meminjam dana. Bank akan bertindak sebagai *mudharib* (pengelola), sedangkan penabung bertindak sebagai *shahibul maal* (penyandang dana). Keduanya diadakan akad *Mudharabah* yang menyatakan keuntungan masing-masing pihak. (Muhammad Syafii Antonio, Jakarta:2001).

1. Landasan bagi hasil

Pada bank syariah, *nisbah* bagi hasil merupakan kesepakatan porsi bagi hasil yang akan diperoleh pemilik dana (*shahibul maal*) dan pengelola dana (*mudharib*) yang tertuang dalam akad perjanjian yang telah ditandatangani pada awal sebelumnya dilakukan akad kerja sama.

- a. Q.S. Al-Baqarah [2] ayat 282 : *Hai orang-orang yang beriman, apabila kamu bermu'amalah tidak secara tunai untuk waktu yang ditentukan, hendaklah kamu menuliskannya. dan hendaklah seorang penulis di antara kamu menuliskannya dengan benar.*
- b. Q.S. Al-Ma'idah [5] ayat 1: *Hai orang-orang yang beriman, penuhilah aqad-aqad itu.*

2. Ketentuan Bagi Hasil

Menurut Dewan Syariah Nasional, ketentuan bagi hasil yaitu:

- a. Pada dasarnya, LKS boleh menggunakan prinsip bagi hasil (*Net Revenue Sharing*) maupun bagi untuk (*Profil Sharing*) dalam pembagian hasil usaha dengan kemitraan (nasabah)-nya.
- b. Dilihat dan segi kemaslahatan (al-aslah), saat ini pembagian hasil usaha sebaiknya digunakan prinsip bagi hasil (*Net Revenue Sharing*).
- c. Penetapan prinsip pembagian hasil usaha yang dipilih harus disepakati dalam akad.

3. Konsep bagi hasil

Konsep bagi hasil adalah sebagai berikut:

- a. Pemilik dana akan menginvestasikan dananya melalui lembaga keuangan syariah yang bertindak sebagai pengelola.
- b. Pengelola atau lembaga keuangan syariah akan mengelola dana tersebut dalam sistem *fool of fund* menginvestasikan dana tersebut ke dalam proyek atau usaha yang layak dan menguntungkan serta memenuhi aspek syariah.
- c. Kedua belah pihak menandatangani akad yang berisi ruang lingkup kerja sama, nominal, nisbah dan jangka waktu berlakunya kesepakatan tersebut.

Berdasarkan penjelasan diatas, dapat dapat disimpulkan bahwa konsep bagi hasil yang pemilik dana memberikan dananya untuk dikelola oleh pengelola (dalam hal ini diperbankan syariah). Kerjasama antar kedua belah pihak ini merupakan kerjasama yang saling menguntungkan dan disepkati dalam bentuk perjanjian akad yang secara jelas dibahas semua hal yang terkait. Sumber: Dewan Syariah Nasional No. : 15/DSN-MUI/ix/2000, *Prinsip Distribusi Hasil Usaha Dalam Lembaga Keuangan Syari"ah*, h. 83.

4. Metode bagi hasil

Metode bagi hasil terdiri dari 2 sistem, yaitu:

a. Bagi untung (*Profit Sharing*)

Metode bagi untung (*Profit Sharing*) adalah bagi hasil yang dihitung dari pendapatan setelah dikurangi biaya pengelolaan dana. Dalam sistem syariah pola ini dapat digunakan untuk keperluan distribusi pembiayaan hasil usaha lembaga keuangan syariah. Secara sederhana dapat dikatakan bahwa yang dibagi hasilkan adalah laba dari sebuah usaha/proyek. Contoh: bila dari sebuah proyek atau usaha dihasilkan penjualan sebesar Rp 2.000.000,00 dan biaya-biaya usaha Rp 5.000.000,00, maka yang dibagi hasilkan sebesar Rp 1.500.000,00. Ini disebut **metode profit sharing**;

Profit sharing menurut etimologi Indonesia adalah bagi keuntungan. Dalam kamus ekonomi diartikan pembagian laba. Profit secara istilah adalah perbedaan yang timbul ketika total pendapatan (*total revenue*) suatu perusahaan lebih besar dari biaya total (*total cost*). Di dalam istilah lain profit sharing adalah perhitungan bagi hasil didasarkan kepada hasil bersih dari total pendapatan setelah dikurangi dengan biaya-biaya yang dikeluarkan untuk memperoleh pendapatan tersebut.

Sistem *profit and loss sharing* dalam pelaksanaannya merupakan bentuk perjanjian kerjasama antara pemodal (*investor*) dan pengelola modal (*enterprenuer*) dalam menjalankan kegiatan usaha ekonomi, dimana antara keduanya akan terikat kontrak bahwa didalam usaha tersebut jika mendapatkan keuntungan akan dibagi kedua pihak sesuai dengan kesepakatan diawal perjanjian, dan begitu pula bila usaha mengalami kerugian akan di tanggung bersama sesuai porsi masing-masing.

Kerugian bagi pemodal tidak mendapatkan kembali modal investasinya secara utuh ataupun keseluruhan, dan bagi pengelola modal tidak

mendapatkan upah atau hasil dari jerih payahnya atas kerja yang di lakukannya. Keuntungan yang didapat dari hasil usaha tersebut akan dilakukan pembagian setelah dilakukan perhitungan terlebih dahulu atas biaya yang dikeluarkan selama proses usaha dilakukan. . Keuntungan usaha dalam dunia bisnis dapat negatif artinya usaha merugi, positif berarti ada angka lebih sisa dari pendapatan di kurangi biaya-biaya, dan nol antara biaya pendapatan dan biaya menjadi *balance*. Keuntungan yang dibagikan adalah keuntungan bersih (*net profit*) yang merupakan lebihan dari selisih atas pengurangan total *cost* terhadap total *revenue*.

b. Bagi hasil (*Revenue Sharing*)

Bagi hasil (*Revenue Sharing*) adalah bagi hasil yang dihitung dari total pendapatan pengelolaan dana. Dalam sistem syariah pola ini dapat digunakan untuk keperluan distribusi lembaga keuangan syariah. Bagi hasil bruto adalah bagi hasil yang di dasarkan pada pendapatan usaha atau proyek yang tidak di kurangi dengan biaya-biaya yang timbul. Secara sederhana dapat dikatakan bahwa yang dibagihasilkan pendapatan dari sebuah usaha atau proyek. Contoh : bila dari sebuah proyek atau usaha dihasilkan penjualan sebesar Rp 2.000.000,00 dan biaya-biaya usaha sebesar Rp 500.000,00 maka yang dibagi hasilkan adalah sebesar penjualan Rp 2.000.000,00. Ini disebut metode *revenue sharing*.

Aplikasi perbankan syariah pada umumnya, bank dapat menggunakan sistem profit sharing maupun *revenue sharing* tergantung pada kebijakan masing-masing bank memilih salah satu dari sistem yang ada. Bank syariah yang ada di Indonesia saat ini semuanya menggunakan perhitungan bagi hasil atas dasar *revenue sharing* untuk mendistribusikan bagi hasil kepada pemilik dana (deposan). Suatu bank menggunakan sistem *profit sharing* di mana bagi hasil dihitung dari pendapatan netto setelah dikurangi biaya

bank, maka kemungkinan yang akan terjadi adalah bagi hasil yang akan diterima oleh shahibul maal (pemilik dana) akan semakin kecil tentunya akan mempunyai dampak yang cukup signifikan apabila ternyata secara umum tingkat suku bunga pasar lebih tinggi. Sumber : www.brisyariah.co.id

Kondisi ini akan mempengaruhi keinginan masyarakat untuk menginvestasikan dananya pada bank syariah yang berdampak menurunnya jumlah dana pihak ketiga secara keseluruhan, tetapi apabila bank masih ingin mempertahankan sistem profit sharing tersebut dalam sistem perhitungan bagi hasil mereka maka jalan statusnya untuk menghindari resiko-resiko tersebut diatas dengan cara bank harus mengalokasikan sebagian dari porsi bagi hasil yang mereka terima untuk subsidi terhadap bagi hasil yang akan dibagikan kepada nasabah pemilik dana. Suatu bank yang menggunakan sistem bagi hasil berdasarkan *revenue sharing* yaitu bagi hasil yang akan didistribusikan dihitung dari total pendapatan bank sebelum dikurangi dengan biaya bank, maka kemungkinan yang akan terjadi adalah tingkat bagi hasil yang diterima oleh pemilik dana akan lebih besar dibandingkan dengan tingkat suku bunga pasar yang berlaku.

Kondisi ini akan mempengaruhi para pemilik dana untuk mengarahkan investasinya kepada bank syariah yang nyatanya justru mampu memberikan hasil yang optimal, sehingga akan berdampak kepada peningkatan total dana pihak ketiga pada bank syariah. Pertumbuhan dana pihak ketiga dengan cepat harus mampu diimbangi dengan penyalurannya dalam berbagai bentuk produk aset yang menarik, layak dan mampu dan mampu memberikan tingkat profitabilitas yang maksimal bagi pemilik dana (Murasa Sarkaniputra, 18 februari 2013).

Setiap manusia tentunya memiliki sebuah persepsi terhadap seseorang atau terhadap suatu objek

tertentu. Adanya persepsi ini bukan timbul tanpa suatu alasan tertentu, dan itupun sifatnya sah-sah saja. Timbulnya persepsi ini dari pengamatan yang melalui proses hubungan melihat, mendengar, menyentuh, merasakan dan menerima suatu hal yang kemudian seseorang melakukan seleksi, mengorganisasi dan menginterpretasikan informasi yang di terima sehingga akan menjadi suatu gambaran yang berarti nantinya. Terjadinya pengamatan ini di pengaruhi oleh pengalaman masa lalu dan sikap seorang individu. Dan persepsi ini biasanya hanya berlaku bagi dirinya sendiri, karena persepsi ini berlaku untuk individual selain itu persepsi ini tidak berlaku secara mutlak atau secara permanen karena bisa saja persepsi yang telah diberikan kepada seseorang sewaktu-waktu mengalami perubahan sesuai dengan perkembangan pengalaman akan orang tersebut, perubahan kebutuhan, dan perubahan sikap atau perilaku dari individu tersebut.

F. Konsep Teori Persepsi

1. Konsep Yang Pertama

Konsep yang pertama ini adalah dimana pemrosesan masukan atau rangsangan yang diterima oleh indra, dimana terjadi transformasi dari informasi tingkat rendah ini menjadi informasi dengan tingkat yang lebih tinggi, misalnya adalah mengenai objek melalui bentuknya.

2. Konsep Yang Kedua

Konsep yang kedua ini adalah pemrosesan informasi yang terkait dengan konsep dan ekspektasi suatu individu yang berdasarkan pada pengetahuan yang di miliki sebelumnya dan mekanisme selektif atau perhatian yang memenuhi persepsi.

Penerapan Teori Persepsi

Adapun penerapan teori persepsi ini adalah diawali dari suatu objek di dunia nyata. Objek ini kemudian merangsang organ-organ penginderaan tubuh manusia melalui cahaya, suara maupun proses fisik lainnya. Adapun penerapannya bisa mencakup beberapa aspek dalam kehidupan manusia, yaitu :

1. Penerapan melalui penglihatan

Visus atau penglihatan merupakan indra manusia yang paling utama. Dengan melihat suatu objek maka dapat disimpulkan si penglihat objek tersebut akan menerapkan teori persepsi ini dari apa yang telah di lihatnya. Karena pada umumnya hal yang pertama yang membuat atau menimbulkan adanya persepsi ini karena adanya dari penglihatan dari individu yang mengamati suatu objek tertentu.

2. Penerapan melalui pendengaran

Syaraf pendengaran merupakan kemampuan untuk memberikan suatu pengamatan terhadap suara yang diterima melalui getaran udara. Begitupun saat seorang atau individu mendengarkan suatu hal dari suatu objek tertentu, maka timbulah penerapann persepsi tersebut dari apa yang telah di dengar. Mengenai pendengaran ini sedikit banyak sangat memberikan pengaruh terhadap penerapan teori persepsi, karena sesuatu tidak hanya mesti di lihat, tetapi hanya mendengar saja seseorang sudah bisa membuat suatu persepsi tertentu dan juga terhadap suatu objek.

3. Penerapan melalui pembicaraan

Penerapan persepsi dalam berbicara merupakan suatu proses dalam bahasa yang di dengar, diinterpretasikan dan tentunya dimengarti. Riset dalam

konsep persepsi mencoba untuk memahami bagaimana manusia mendengar kan memahami suara yang berisi kata kata dan menggunakan informasi yang di peroleh untuk bahasa yang di ucapkan. Jika bahasa yang sudah di ucapkan sudah dipahami dan sudah dimengerti oleh sipenulis objek tersebut, maka dalam hal ini penulis objek tersebut sudah bisa menerapkan apa itu yang disebut dengan teori persepsi.

Adapun hubungan penerapan teori perspsi dengan wajah ini tentunya bukan suatu hal yang baru lagi, karena pada umunya hanya dengan melihat wajah atau mimik wajah seseorangpun kita bisa mendeskripsikan dan membuat kesimpulan dengan apa yang sedang dirasakan atau diinginkan oleh objek yang sedang kita teliti atau perhatikan. Apakah dalam kondisi kesal, marah, kecewa, senang dan lain sebagainya bisa kita simpulkan dengan menggunakan teori persepsi ini.

Sumber: Dosenpsikologi.com/teori-persepsi.

Cara pandang masyarakat etnis tionghoa terhadap bank syariah adalah dengan cara melihat sistem yang di terapkan dalam bank syariah, melihat sistem yang berbeda dari bank konvensional, bank syariah yang menggunakan sistem bagi hasil, jadi ini menjadi salah satu ketertarikan masyarakat etnis tionghoa terhadap bank syariah. Dalam pemahaman masyarakat etnis tionghoa terhadap bank syariah dapat di simpulkan kedalam tiga golongan yaitu pemahaman rendah, sedang dan tinggi karna setiap orang pastinya memiliki pemahaman dan pengetahuan yan berbeda-beda.

Berikut tingkat pemahaman masyarakat Etnis Tionghoa terhadap perbankan syariah:

1. Rendah

Dari pemahaman yang rendah ini artinya masyarakat etnis tionghoa sangat minim pengetahuan tentang perbankan syariah artinya mereka hanya sebatas tau saja. Hal ini terbukti pada saat melakukan tulisan dengan mengajukan pertanyaan-pertannyan yang telah di buat, dari seluruh responden hampir rata-rata

mereka mengetahui bank syariah itu sangat rendah yang artinya mereka hanya sekedar mengetahui awalnya bahwa bank syariah merupakan bank Islam. Padahal sebenarnya bank syariah sekarang cukup berkembang di kalangan masyarakat luar. Jadi ini termaksud ke dalam pemahaman yang rendah.

2. Sedang

Dari pemahaman yang sedang ini dapat dilihat bahwa masyarakat etnis tionghoa sudah mengetahui seperti apa bank syariah dan apa saja yang terdapat di dalam bank syariah.

3. Sangat paham

Pemahaman yang sangat tinggi dari masyarakat etnis tionghoa terhadap bank syariah ini dapat dilihat dari mereka yang sudah menggunakan jasa bank syariah sudah menjadi nasabah bank syariah. Dari sini dapat kita lihat pengetahuan mereka terhadap bank syariah sudah tergolong sangat tinggi.

G. Penutup

Ada beberapa masyarakat Etnis Tionghoa yang masih belum mengetahui tentang sistem bagi hasil ataupun konsep bank syariah. Penulis menemukan pada saat mewawancarai beberapa informan, dan beberapa informan tersebut masih belum mengetahui apa itu bagi hasil.

Ada beberapa masyarakat Etnis Tionghoa yang masih menganggap bahwa sistem bagi hasil sama saja dengan bunga. Penulis menemukan disaat penulis mewawancarai salah satu informan yang dimana dia menganggap bahwa sistem bagi hasil sama saja dengan bunga karena sama-sama menginginkan keuntungan.

Daftar Pustaka

- Abdul Gafur, “Karakteristik Pedagang Etnik Tionghoa Dalam Mengakses Bank Syariah” Hal 2-3
- Abdul Gafur, “Karakteristik Pedagang Etnik Tionghoa Dalam Mengakses Bank Syariah”
- Abdul Rahman Saleh, *Psikologi Suatu Pengantar Dalam Prespektif Islam*, (Jakarta: Kencana, 2004), H. 110.
- Akbar, H., & Ritonga, H. H. (2013). Persepsi Etnis Cina Terhadap Perbankan Syariah Di Kota Medan. *Jurnal Ekonomi Dan Keuangan*, Vol. 1, No.2,.
- Alex Sobur, *Psikologi Umum Dalam Lintas Sejarah*, (Bandung: Pustaka Setia, 2013), H. 445.
- Amir Machmud, *Bank Syariah (Teori, Kebijakan, Dan Studi Empiris Di Indonesia)*, Jakarta: Erlangga, 2010, Hlm.26-27
- Antonio, Syafi’i., *Bank Syariah : Teori Ke Praktek*, (Jakarta, Gema Insani).
- Antonio, Syafi’i., *Bank Syariah : Teori Ke Praktek*, (Jakarta:Gema Insani, 2001), H. 20
- Basyir, A. A. (2008). *Hukum Islam Tentang Riba Utang Piutang Gadaai*. Bandung: Pt. Alma'atif
- Budi Gunawan, 2014. Pengaruh Perbankan Syariah Di Masyarakat. Heri Sudarsono, *Bank Dan Lembaga Keuangan Syari”Ah Deskripsi Dan Ilustrasi*. Yogyakarta: Ekonisia, 2008, Hlm.43
- Hidayah, Nurul. (2017). Pengaruh Pembiayaan Murabahah, Musyarakah Dan Mudharabah Terhadap Tingkat Profitabilitas Bank Umum Syariah Tahun 2012-2016, Universitas Muhammadiyah Surakarta Hlm, 2
- Humrah, *Persepsi Masyarakat Telok Payo Terhadap Acara Warga Sumsel Di Tvri,Skripsi*, (Jurusan Jurnalistik Fakultas Dakwah Dan Komunikasi, Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang, 2017).
- Imran, & Hendrawan, B. (2017). Pengaruh Persepsi Masyarakat Batam Tentang Bank Syariah Tehadap Minat

- Menggunakan Produk Bank Syariah. *Journal Of Business Administration Volume 1. Nomor 2*.
- Ismiyanti, N. (2016). Persepsi Masyarakat Non Muslim Terhadap Perbankan Syariah Di Kota Palangkaraya Kalimantan Tengah.
- Latifa M Algaond Dan Mervyn K Lewis, *Perbaikan Syariah Prinsip, Praktik Dan Prospek* (Jakarta: Pt. Serambi Ilmu Semesta, 2007), H. 58.
- Maryati N. T, 2018. Persepsi Masyarakat Etnis Thiong Hoa Terhadap Perbankan Syariah Di Kota Jambi.
- Muhammad Syafii Antonio, *Bank Syariah Dari Teori Ke Praktik*, Jakarta: Gema Insani Press, 2001.
- Muhammmad, 2005, *Konstruksi Mudharabah Dalam Bisnis Syariah*, Yogyakarta: Bpfe-Yogyakarta, Hlm, 13
- Murasa Sarkaniputra Direktur Pusat Pengkajian Dan Pengembangan Ekonomi Islam), Surat Kepada Ketua Umum Mui, Tentang Fatwa Mui No.15/Dsnmui/Ix/2000, Tgl 18 Februari 2003.
- Nofinawati *Perkembangan Perbankan Syariah Di Indonesia Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Iain Padangsidimpuan*, Hlm 169
- Rifai, N. (2017). Persepsi Masyarakat Non Muslim Terhadap Minat Menjadi Nasabah Bank Syariah Di Surakarta.
- Sari, M. P. (2019). Persepsi Masyarakat Terhadap Perbankan Syariah Di Kota Curup.
- Sirat, A. H. (2010). Persepsi Masyarakat Terhadap Perbankan Syariah Di Kota Makasar. *Jurnal Al-Qalam Volume 16 No. 28*.
- Wawancara, Baharudin Satpam Bank Bsi Ayani 1 Pontianak Tanggal 30 Agustus 2021
- Siti Heidi Karmela Dan Satriyo Pamungkas, "*Kehidupan Sosial Orang-Orang Tionghoa Di Kota Jambi*," *Jurnal Ilmiah Dikdaya*, 2016, Hal 61
- Undang-Undang Nomor 10 Tahun 1998 Tentang Perubahan Atas Undang-Undang Nomor 07 Tahun 1992 Tentang Perbankan
- Value Added, Vol. 2, No. 1, September 2004 ± Maret 2005
[Http://Jurnal.Unimus.Ac.Id](http://Jurnal.Unimus.Ac.Id) 3, Pengertian, Peranan, Dan

- Perkembangan Bank Syariah Di Indonesia Setia Budhi Wilardjo Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Semarang.
- Wn. Effendi (Ed), Peluang Dan Tantangan Bank Syariah Di Indonesia, Cet. Ke-1, Jakarta: Al-Kautsar-Prima, 2006, Hlm. 57
- Zaenudin & Yoshi Erlina: Pengaruh Pembiayaan Mudhârabah Dan Musyârah Vol. V, No. 1, Januari 2013, Hlm 52.
- <https://Www.Psychologymania.Com/2012/12/Pengertian-Etnis.Html>. Jam 19.20, Tgl 21, Senin 2021.
- <https://Www.Kompasiana.Com/Khoifatulumami/5c866c0e43322f2e73726782/Jawaban-Alasan-Kenapa-Negara-Lain-Ingin-Mengembangkan-Bank-Syariah-Menjadi-Lebih-Baik-Lagi>. Hari Senin Tgl 21 Jam 20.05 2021.
- <https://Www.Cermati.Com/Artikel/Bank-Syariah-Prinsip-Yang-Diamalkan-Dan-Manfaat-Yang-Didapat>. Hari Senin Tgl 21 Jam 20.15 2021.
- Www. Bapepam.Go.Id/Syari'ah/Fatwa/Index.Html, Mudharabah, Di Unduh Pada Tanggal 22/06/2021, Pukul 15.58 Wib.
- Www.Bapepam.Go.Id/Syari'ah/Fatwa/Index.Html, Murabahah, Di Unduh Pada Tanggal 22/06/2021, Pukul 16.05 Wib.
- Www.Bapepam. Go.Id/Syari'ah/Fatwa/Index. Html, Musyarakah, Di Unduh Pada Tanggal 22/06/2021, Pukul 16.14 Wib.
- Www.Bapepam, Go.Id/Syari'ah/Fatwa/Index. Html, Wadi'Ah, Di Unduh Pada Tanggal 22/06/2021, Pukul 16.38 Wib.
- Www.Bapepam. Go.Id/Syari'ah/Fatwa/Index. Html, Ijarah, Di Unduh Pada Tanggal 22/06/2021, Pukul 16.55 Wib.
- Q.S. Al-Baqarah [2] Ayat 282
- Q.S. Al-Ma'idah [5] Ayat 1
- Dewan Syariah Nasional No. : 15/Dsn-Mui/Ix/2000, *Prinsip Distribusi Hasil Usaha Dalam Lembaga Keuangan Syari'Ah*, H. 83.
- <https://Jambikota.Bps.Go.Id> Data Dari Tahun 2011-2015.
- Sumber : Bsi, 2021, Sejarah Perusahaan, (23 Agustus 2021)
- <https://Www.Bankbsi.Co.Id/Company-Information/Tentangkami>

Sumber : Bsi, 2021 Sejarah Berdirinya Bank Syariah Indonesia, (23 Agustus 2021) <https://www.myjourney.id/apaitu-bank-syariah-indonesia/>

Sumber : Bsi, 2021, *Sejarah Perusahaan*, (23 Agustus 2021) <https://www.bankbsi.co.id/company-information/tentangkan>

Sumber: *Visi Dan Misi Bank Syariah Indonesia* (25 Agustus 2021).
<http://www.syariahindonesia.co.id/tentang-kami/visi-misi>).

BAB III
MARKET SHARE PERBANKAN SYARIAH PADA BANK
UMUM SYARIAH DI INDONESIA
PERIODE 2018-2021”.

Eko Bahtiar & Rana Aprilla Gumilar
FEBI IAIN Pontianak

A. Pendahuluan

Bank syariah adalah lembaga keuangan syariah, bukan hanya sekedar bank pada umumnya tetapi berdasarkan Al-Qur'an dan hadits. Seiring berjalannya waktu bank syariah terus berkembang dan sampailah berpengaruh ke Indonesia. Perkembangan perbankan syariah pada era reformasi ditandai dengan disetujuinya undang-undang No. 10 Tahun 1998. Dalam undang-undang tersebut diatur dengan rinci landasan hukum serta jenis-jenis usaha yang dapat dioperasikan dan diimplementasikan oleh bank syariah. Undang-undang tersebut juga memberikan arahan bagi bank-bank konvensional untuk membuka cabang syariah atau bahkan mengonversi diri secara total menjadi bank syariah (Syafii Antonio 2001:26).

Mengingat fungsi bank sebagai lembaga *intermediary*, yaitu penghubung antara pihak yang memiliki kelebihan dana, dengan pihak yang membutuhkan dana, maka bank memegang peranan yang sangat penting dalam pembangunan perekonomian masyarakat. Di Indonesia, bank syariah pada awalnya merupakan respons dari sekelompok ekonom, akademisi dan praktisi perbankan muslim yang berusaha meredakan tekanan pada semua pihak yang ingin mendapatkan transaksi keuangan yang selaras dengan nilai-nilai etika pelayanan hukum islam (Probo Asmoro 2018:1).

Setelah mengalami pertumbuhan yang lambat dari tahun 1992-1998, perbankan syariah di Indonesia mengalami

pertumbuhan yang pesat setelah dikeluarkannya UU Perbankan No. 10/1998 dan UU Bank Sentral No. 23/1998. Dalam rentang waktu 1992-1998 Indonesia hanya memiliki satu bank umum syariah, yaitu Bank Muamalat Indonesia (Bankir Indonesia 2016:3).

Pada Desember 2021 *market share* bank syariah tercatat berada di angka 6,59% (www.idxchannel.com). Sehubungan dengan hal tersebut, pemerintah saat ini mendorong bank umum yang memiliki Unit Usaha Syariah (UUS) untuk segera menjadi Bank Umum Syariah (BUS) atau memisahkan diri. Menurut John Davis (2007) dalam Probo Asmoro (2018:21) pangsa pasar (*market share*) menggambarkan penjualan suatu perusahaan (dalam satuan atau rupiah) sebagai persentase dari total penjualan dalam industri pasar atau era produk tertentu. Pangsa pasar perbankan syariah merupakan persentase dari total area pasar yang dapat dikuasai oleh industri perbankan syariah, dan persentase dari total area pasar dari pasar perbankan nasional yang dapat dikuasai oleh industri perbankan syariah. Berdasarkan fenomena yang telah dipaparkan di atas yang mempengaruhi tingkat pertumbuhan *market share* perbankan syariah adalah mulai dari peningkatan dan penurunan jumlah bank atau kantor yang pastinya akan berdampak bagi masyarakat untuk dapat menjangkau jaringan perbankan syariah. Berdasarkan indikator utama perbankan syariah yang sering digunakan sebagai acuan dalam melihat tingkat persentase *market share* perbankan syariah, yaitu jumlah institusi, jumlah kantor, Aset, Pembiayaan Yang Disalurkan (PYD), dan Dana Pihak Ketiga (DPK). Bank Umum Syariah (BUS) merupakan sektor industri perbankan syariah yang memiliki indikator utama dengan jumlah tertinggi. Pernyataan tersebut berasal dari data tabel di bawah berikut

Tabel 3.1
Indikator Utama Perbankan Syariah
Snapshoot Perbankan Syariah Desember 2021

Industri Perbankan	Jumlah Institusi	Jumlah Kantor	Aset (dalam triliun rupiah)	PYD (dalam triliun rupiah)	DPK (dalam triliun rupiah)
<i>Bank Umum Syariah</i>	12	2.028	418,77	256,87	341,33
<i>Unit Usaha Syariah</i>	21	409	211,57	145,10	151,79
<i>Bank Pembiayaan Rakyat Syariah</i>	165	670	15,87	11,34	10,71
TOTAL	198	3.107	646,21	413,31	503,83

Sumber : diolah dari data primer hasil tulisan lapangan, 2021

Berdasarkan data tabel 1.2 Bank Umum Syariah memiliki tingkat jumlah kantor, Aset, PYD, dan DPK paling tinggi dari industri perbankan syariah lainnya namun dengan jumlah institusi lebih sedikit dari industri perbankan lainnya. Kemudian Unit Usaha Syariah (UUS) menduduki peringkat kedua dalam tingkat aset, PYD, dan DPK namun dengan jumlah kantor dan institusi yang lebih sedikit dari industri perbankan syariah lainnya. Industri perbankan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPR) dengan tingkat aset, PYD, dan DPK paling kecil, namun dengan jumlah institusi dan jumlah kantor di peringkat kedua. Data di atas menunjukkan bahwa Bank Umum Syariah (BUS) merupakan industri perbankan yang paling mendominasi dalam tingkat persentase *market share* perbankan syariah.

Rasio likuiditas merupakan ukuran kemampuan bank dalam melunasi hutang jangka pendeknya (Suwiknyo 2016:63). Tingkat likuiditas suatu bank dapat menunjukkan kemampuan bank dalam melaksanakan kewajibannya kepada semua pihak yang menarik atau mencairkan simpanannya setiap saat. Rasio likuiditas yang diproksikan dengan FDR (Financing to Deposit Ratio) digunakan sebagai variabel yang mempengaruhi pangsa pasar. Jika rasio naik dalam batas tertentu maka akan semakin banyak dana yang disalurkan dalam bentuk pembiayaan, masyarakat akan semakin percaya untuk menyimpan dananya di bank syariah karna mereka sangat mengetahui dengan jelas bahwa dana yang mereka simpan dikelola dengan baik oleh bank syariah untuk disalurkan ke nasabah pembiayaan (Saputra 2016:124–125).

Ukuran perusahaan adalah salah satu jenis skala yang dapat diklasifikasikan menurut berbagai metode, antara lain : total aset, ukuran log, nilai pasar saham, dan lain-lain. Pada dasarnya menurut total aset perusahaan, ukuran perusahaan hanya terbagi menjadi tiga kategori, yaitu perusahaan besar (large company), perusahaan menengah (medium company), dan perusahaan kecil (small company) (Giyarti 2016:43–44). Menurut Weston & Copeland (2008) dalam Ramdhonah dkk, (2019:71) besar kecilnya perusahaan dapat dilihat dari aset yang dimilikinya. Perusahaan besar dinilai lebih cenderung memiliki kondisi yang lebih baik. Dibandingkan dengan perusahaan kecil dan baru berdiri, besar kecilnya perusahaan dengan perusahaan besar dan lama akan menentukan profitabilitas dan stabilitas, kemudahan akses ke pasar modal, dan biaya transaksi yang lebih rendah. Semakin besar ukuran suatu perusahaan bank, semakin mudah bank tersebut memperoleh sumber pendanaan internal dan eksternal. Ukuran perusahaan atau size diproksikan dengan total aset

yang dimiliki dijadikan variabel yang mempengaruhi *market share*.

Menurut Muhammad (2002) dalam Reswari dan Abdurahim (2010: 30-31) tingkat suku bunga adalah persentase pendapatan yang diterima pelanggan dari simpanan mereka. Kebijakan suku bunga sangat mempengaruhi skala bagi hasil yang menjadi pertimbangan calon nasabah untuk menyimpan uangnya di bank syariah, dan akan mempengaruhi total tabungan dan *market share* bank syariah. Faktor penting dalam mencapai bagian ini adalah jumlah dana pihak ketiga yang dikumpulkan oleh bank syariah. Banyak bank syariah yang menyatakan bahwa dana pihak ketiga (DPK) bank tersebut tertekan oleh suku bunga bank konvensional akibat pergerakan *BI-Rate* yang menjadi suku bunga acuan bagi dunia perbankan (Widaningsih 2009:193).

Berdasarkan permasalahan yang telah dipaparkan di atas dapat dilihat bagaimana tingkat persentase pangsa bank syariah terhadap perbankan nasional yang masih minim di mana faktor internal yang memiliki pengaruh salah satunya ialah likuiditas yang di proksikan oleh *FDR (Financing to Deposit Ratio)*. Penulis tertarik untuk mengetahui seberapa besar pengaruh dari faktor internal bank dan faktor eksternal bank terhadap *market share* perbankan syariah. Oleh karena itu penulis bermaksud untuk melakukan tulisan mengenai “Pengaruh Likuiditas, Ukuran Perusahaan, Dan *BI-Rate* Terhadap *Market Share* Perbankan Syariah Pada Bank Umum Syariah Di Indonesia Periode 2018-2021”.

B. Market Share

Menurut Kotler (2008) dalam Probo Asmoro (2018:14-15) *market share* (pangsa pasar) adalah persentase dari total area pasar yang dapat dikuasai perusahaan. Market share dalam praktik bisnis menjadi acuan, karena perusahaan dengan nilai pangsa pasar yang lebih baik akan menikmati keuntungan dan penjualan produk yang lebih baik dari pada pesaing.

Adapun Variabel *market share* (pangsa pasar) menggunakan cara perhitungan sebagai berikut (Purboastuti, dkk 2015:15):

$$Pangsa\ Pasar = \frac{\text{Total Aset Perbankan Syariah}}{\text{Total Aset Perbankan Nasional}} \times 100\%$$

C. Bank Syariah

Bank syariah merupakan bank yang kegiatannya mengacu pada hukum islam, dan dalam kegiatannya tidak membebankan bunga maupun tidak membayar bunga kepada nasabah. Imbalan yang diterima oleh bank syariah maupun yang dibayarkan kepada nasabah tergantung dari akad dan perjanjian antara nasabah dan bank. Perjanjian (akad) yang terdapat di perbankan syariah harus tunduk pada syarat dan rukun akad sebagaimana diatur dalam syariah islam.

Undang-Undang perbankan syariah No.21 Tahun 2008 menyatakan bahwa perbankan syariah adalah segala sesuatu yang menyangkut tentang bank syariah dan unit usaha syariah, mencakup kelembagaan, kegiatan usaha, serta cara dan proses dalam melaksanakan kegiatan usahanya. Bank syariah adalah bank yang menjalankan kegiatan usahanya berdasarkan prinsip syariah dan menurut jenisnya terdiri atas bank umum syariah (BUS), unit usaha syariah (UUS), dan bank pembiayaan rakyat syariah (BPRS) (Ismail 2011:25–26).

D. Likuiditas

Menurut Kasmir (2007) Rasio likuiditas adalah analisis yang dilakukan terhadap kemampuan bank dalam memenuhi kewajiban-kewajiban jangka pendeknya atau kewajiban yang sudah jatuh tempo. Suatu bank dapat dikatakan likuid apabila bank bersangkutan dapat memenuhi kewajiban hutang-hutangnya, dapat membayar kembali semua depositonya, serta dapat memenuhi permintaan kredit yang diajukan tanpa terjadi penangguhan. Rasio likuiditas terdiri dari dua rasio, yaitu: Pertama *Quick Ratio*, digunakan untuk mengetahui kemampuan bank dalam membiayai kembali kewajibannya kepada para nasabah yang menyimpan dananya dengan cash assets yang dimilikinya. Kedua *Cash Ratio*, digunakan untuk mengetahui kemampuan bank dalam membiayai kembali kewajiban kepada para nasabah yang sudah jatuh tempo dengan cash assets yang dimilikinya. Semakin tinggi rasio maka semakin rendah kemampuan bank yang bersangkutan. Hal ini disebabkan karena jumlah dana yang diperlukan untuk pembiayaan menjadi semakin besar. Data yang digunakan biasanya dalam bentuk persentase (Purboastuti dkk. 2015:16). Variabel FDR menggunakan cara perhitungan sebagai berikut:

$$FDR = \frac{\text{Jumlah Pembiayaan yang disalurkan}}{\text{Total Deposit}} \times 100\%$$

E. Ukuran Perusahaan

Ukuran Perusahaan merupakan suatu skala besar atau kecilnya suatu perusahaan pada akhir tahun. Menurut Longenecker dalam Khoiriyah (2018:30) mengemukakan bahwa terdapat banyak cara untuk mendefinisikan skala perusahaan, yaitu dengan menggunakan kriteria jumlah karyawan, volume penjualan, dan nilai aset. Dalam tulisan ini, ukuran perusahaan yang digunakan adalah *size* atau *total asset*. Menurut Dewi dan Wirajaya dalam Baiquni (2018:34) *total asset* yang dimiliki oleh perusahaan dapat dipergunakan

untuk kegiatan operasional perusahaan. Jika perusahaan memiliki total asset yang besar, maka pihak manajemen akan lebih leluasa dalam mempergunakan aset yang ada di perusahaan tersebut.

F. BI-Rate

BI-Rate adalah suku bunga kebijakan yang mencerminkan sikap atau stance kebijakan moneter yang ditetapkan oleh Bank Indonesia dan diumumkan kepada publik. BI-Rate diumumkan oleh Dewan Gubernur Bank Indonesia setiap Rapat Dewan Gubernur bulanan (www.bi.go.id-metadata suku bunga). Dari pengertian tersebut dapat disimpulkan bahwa BI-Rate berfungsi sebagai sikap dari kebijakan moneter Bank Indonesia. Dengan begitu respons kebijakan moneter dinyatakan dalam kenaikan, penurunan, atau tidak berubahnya BI-Rate tersebut. BI-Rate adalah suku bunga dengan tenor satu bulan yang diumumkan oleh Bank Indonesia secara periodik untuk jangka waktu tertentu yang berfungsi sebagai sikap atau stance kebijakan moneter.

G. Pengaruh Likuiditas terhadap *Market Share* Perbankan Syariah Bank Umum Syariah di Indonesia Periode 2018-2021

Hasil uji t-statistik menunjukkan tingkat probabilitas t-statistik pada likuiditas yang lebih kecil dari tingkat signifikansi, oleh karena itu bisa ditarik kesimpulan, H_1 diterima yang berarti likuiditas mempunyai dampak positif serta signifikan atas *Market Share* Perbankan Syariah. Koefisien dari likuiditas adalah 0.064461 yang menunjukkan bahwa setiap bertambahnya 1 likuiditas dapat menambah *Market share* sebesar 0.064461%. Berpengaruh positif menunjukkan apabila likuiditas meningkat maka *Market share* juga akan ikut meningkat.

Kajian ini menunjukkan bahwa likuiditas secara individu berpengaruh signifikan terhadap *market share* bank syariah. Hal ini berarti jika tingkat likuiditas mengalami kenaikan, maka akan berdampak pada meningkatnya tingkat *market share* bank syariah. Jika bank syariah memiliki rasio likuiditas yang cukup tinggi maka dana tersebut harus bisa dialokasikan dengan seefisien mungkin. Jika tidak, maka justru akan berdampak negatif terhadap kinerja penyaluran dana bank. Dengan buruknya pembiayaan yang dilakukan bank, maka masyarakat akan enggan untuk menempatkan dananya pada bank syariah, sehingga berdampak pada melemahnya *market share* bank syariah (Sari, 2021).

Ketika likuiditas mengalami kenaikan, maka *market share* juga akan mengalami kenaikan. Hasil tersebut sesuai dengan rumusan hipotesis yang menyebutkan likuiditas memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *market share*. Ketika nilai likuiditas meningkat, maka bank sedang dalam kondisi yang baik. Bank dapat melakukan penghimpunan dana secara optimal, yang pada akhirnya akan meningkatkan total asset suatu bank syariah. Tingkat likuiditas suatu bank yang baik akan meningkatkan kepercayaan masyarakat dalam menghimpun dana. Dengan demikian, angka total asset yang didapatkan oleh bank akan meningkat (Saputra, 2014). Meningkatnya total asset akan meningkatkan angka *market share* pada bank syariah. Semakin tinggi nilai likuiditas menandakan pembiayaan meningkatkan angka *market share*, dengan syarat nilai likuiditas masih dalam kondisi normal.

Likuiditas yang baik artinya menunjukkan perbankan syariah tersebut mampu menutupi kewajiban jangka pendek ketika jatuh tempo. Semakin meningkatnya likuiditas bank syariah dalam batas tertentu, maka semakin meningkat pula laba bank yang pada akhirnya menimbulkan peningkatan pembiayaan dan mengakibatkan tingginya *market share* bank

syariah, dengan asumsi bank menyalurkan dananya untuk pembiayaan yang efektif. Hal ini menunjukkan bahwa tingkat rasio pembiayaan bank dalam menjalankan operasinya, berpengaruh terhadap tingkat pendapatan yang dihasilkan oleh bank syariah sehingga dapat meningkatkan pangsa pasar perbankan syariah. Secara ekonomi, perbankan syariah memiliki tingkat likuiditas yang tinggi. Pendapatan yang diperoleh dari pembiayaan relatif besar sehingga memiliki berpengaruh pada peningkatan aset perbankan syariah.

Hasil dari tulisan tersebut, sesuai dengan tulisan Saputra, B (2014) dan Lestyaningsih, N (2017), namun bertentangan dengan kajian Ramadhan, dkk (2022) dan Maula, A.K (2018) yang mengatakan likuiditas berdampak negatif dan tidak signifikan pada *Market share* Perbankan Syariah yang ada di Indonesia.

H. Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap *Market Share* Perbankan Syariah Bank Umum Syari'ah di Indonesia Periode 2018-2021

Dari asil uji t-statistik dapat disimpulkan bahwa karena tingkat probabilitas t-statistik pada ukuran perusahaan lebih besar dari tingkat signifikansi, karena itu ditarik kesimpulan bahwa H_2 ditolak artinya ukuran perusahaan berdampak tidak signifikan pada *Market Share*. Koefisien dari biaya ukuran perusahaan adalah 0.000274, yang berarti setiap kenaikan 1% biaya promosi akan menambah dana pihak ketiga (DPK) sebesar 0.000274%. Berpengaruh positif dan tidak signifikan menunjukkan bahwa ketika ukuran perusahaan meningkat akan menurunkan nilai *Market Share* perbankan syariah.

Berdasarkan hasil pengujian positif dan tidak signifikan dalam tulisan ini menunjukkan bahwa besar atau kecilnya suatu perusahaan tidak akan mempengaruhi besar atau kecilnya suatu nilai perusahaan. Hal itu dikarenakan perusahaan yang dapat memperoleh laba yang tinggi tidak

hanya perusahaan besar saja, tetapi perusahaan kecil juga dapat memperoleh laba yang tinggi (Nurminda et al., 2017).

Hasil tulisan ini selaras dengan tulisan yang dilakukan oleh Languju, dkk (2016), Manoppo dan Arie (2016), dan Haryadi (2016) yang menyatakan bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Hasil tulisan tersebut bertentangan Dwiastuti, D.S dan Dillak, V.J (2019) yang menjelaskan ukuran perusahaan berdampak terhadap *Market Share* bank syariah yang ada di Indonesia.

I. Pengaruh Suku Bunga (Bi-Rate) terhadap *Market Share* Perbankan Syariah Bank Umum Syari'ah di Indonesia Periode 2018-2021

Dari hasil uji t-statistik dapat disimpulkan bahwa karena tingkat probabilitas t-statistik pada suku bunga lebih kecil dari tingkat signifikansi, oleh sebab itu bisa ditarik kesimpulan, H_3 diterima artinya suku bunga berdampak positif serta signifikan pada *market share*. Koefisien dari suku bunga adalah 1.010136, menjelaskan bahwa setiap kenaikan 1% total aset dapat menambah dana *Market share* sebesar 1.010136%. Pengaruh yang positif artinya apabila suku bunga bertambah, dana *market share* juga akan ikut meningkat.

Hal tersebut menunjukkan bahwa nilai dari suku bunga patut atau layak untuk diperhitungkan untuk memprediksi return saham yang akan diterima investor nantinya. Suku bunga yang meningkat, maka return saham yang diterima investor akan mengalami penurunan karena suku bunga yang semakin tinggi membuat pengaruh pada nilai sekarang dari aliran kas perusahaan yang membuat investor melihat investasi saham menjadi kurang tertarik dan lebih memilih untuk tidak berinvestasi dahulu atau mengalihkan ke investasi lain seperti deposito dan lainnya (Purwanto & Astuti, 2021). Jika hal tersebut terjadi membuat return saham

mengalami penurunan, sehingga dapat disimpulkan tingkat suku bunga berpengaruh pada return saham.

Dampak positif suku bunga mengartikan perbankan syariah masih mampu meningkatkan *market share*nya sehingga suku bunga yang tinggi adalah hal yang tidak menguntungkan perbankan syariah tetapi masih dapat memberikan keuntungan. Di samping itu, walaupun perbankan syariah akan mengalami kesulitan likuiditas karena pihak ketiga banyak yang memindahkan modalnya ke perbankan konvensional. Hal yang unik muncul bahwa bank syariah menawarkan bagi hasil yang tinggi, sehingga memberikan dampak yang signifikan terhadap peningkatan pendanaan perbankan syaria'ah ketika terjadi kenaikan suku bunga yang tinggi (Chong dan Liu, 2009).

Kejadian ini disebabkan karena perbankan syaria'ah menerapkan prosedur yang lebih mudah dan biaya administrasi yang lebih rendah dari perbankan konvensional. Hasil ini sejalan dengan hasil tulisan yang telah dilakukan oleh Purwanto & Astuti (2021), Mahanavami & Gunawan (2019), Sadikin (2020) dan Nugroho & Hermuningsih (2020). Terdapat beberapa kontroversi terhadap tulisan ini yang dilakukan Witjaksono (2012), Hismendi (2013), Kurniawan (2013), Riatani (2013), Tobing (2009) yang menyatakan suku bunga berpengaruh negatif dan signifikan terhadap *market share* bank syariah yang ada di Indonesia.

J. Penutup

Adapun hasil dari tulisan ini menunjukkan bahwa: Likuiditas berpengaruh positif dan signifikan terhadap *market share* pada Bank Umum Syariah di Indonesia tahun 2018-2021. Hal ini dikarenakan semakin tinggi likuiditas maka akan semakin tinggi *market share*. Semakin meningkatnya FDR bank syariah dalam batas tertentu, maka semakin meningkat pula laba bank yang pada akhirnya menimbulkan peningkatan

pembiayaan dan mengakibatkan tingginya *market share* bank syariah, dengan asumsi bank menyalurkan dananya dengan sangat efektif.

Ukuran perusahaan berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap *market share* pada Bank Umum Syariah di Indonesia tahun 2018-2021. Hal tersebut dapat dijelaskan karena ukuran perbankan juga belum bisa dijadikan tolak ukur tingginya nilai perbankan, karena apabila total aset meningkat belum tentu meningkatkan nilai perbankan. Besarnya total aset yang dimiliki perbankan juga diikuti dengan besarnya kebutuhan dana dalam kegiatan operasional perbankan, sehingga akan mengurangi laba perbankan itu sendiri.

Suku bunga berpengaruh positif dan signifikan terhadap *market share* pada Bank Umum Syariah di Indonesia tahun 2018-2021. Hal ini karena nilai dari suku bunga patut atau layak untuk diperhitungkan guna memprediksi *return* yang akan diterima nasabah nantinya. Jika suku bunga menurun, maka nasabah akan tertarik untuk melakukan transaksi pada perbankan tersebut karena *return* yang nasabah terima memiliki nilai yang besar, begitu juga sebaliknya. Oleh karena itu suku bunga sangat berpengaruh terhadap *market share* perbankan syariah.

Daftar Pustaka

- Anshori, Abdul Ghofur. 2009. *Perbankan Syariah di Indonesia*. Yogyakarta: UGM Press.
- Asmoro, W. P. 2018. *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Market Share Bank Syariah Di Indonesia*. Uin Syarif Hidayatullah Jakarta.
- Astasia, Adina. 2012. *Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Market Share Perbankan Syariah di Indonesia*. Jakarta: STIS.
- Baiquni, Muhammad Danis. 2018. *Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, dan Leverage Terhadap Islamic Social*

- Reporting Pada Bank Umum Syariah di Indonesia (Periode 2011-2015).
- Hismendi, Hamzah, Abubakar, Munadi, Said. 2013. Analisis Pengaruh Nilai Tukar, SBI, Inflasi dan Pertumbuhan GDP terhadap Pergerakan Indeks Harga Saham Gabungan di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Ilmu Ekonomi Pascasarjana Universitas Syah Kuala*, I(2), Pp: 16-28.
- Hutapea Erwin G. and Rahmatina A. Kasri. 2010. Bank Margin Determination: a Comparison Between Islamic and Conventional Banks in Indonesia. *International Journal of Islamic and Middle Eastern Finance and Management*. Vol. 3 No. 1.
- Kurniawan, Yohanes, Jhony. 2013. Analisis Pengaruh Tingkat Suku Bunga SBI, Inflasi, Harga Emas Dunia, Kurs Rupiah Terhadap Dollar Amerika, Indeks Nikkei 225 dan Indeks Dow Jones Terhadap Indeks Harga Saham Gabungan. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, Pp: 1-20.
- Khoiriyah, Nurul. 2018. Pengaruh Ukuran Perusahaan, dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan dengan Kebijakan Dividen Sebagai Variabel Pemoderasi (Study Empiris Pada Indeks LQ45 di Bursa Efek Indonesia Tahun 2014-2016). *UIN Maulana Malik Ibrahim Malang*. 133.
- Lestyaningsih, N. 2012. Pengaruh DPK Dan Kinerja Keuangan Terhadap *Market Share* Perbankan Syariah Di Indonesia. Studi Kasus Pada Bank Umum Syariah Periode 2016. Salatiga: IAIN Salatiga.
- Mahanavami, G. A., & Gunawan, U. 2019. Tingkat Suku Bunga, Debt To Equity Ratio, Dan Earning Per Share Pengaruhnya Terhadap Return Saham Perusahaan Yang Terdaftar Pada Indeks Lq-45 Di Bursa Efek Indonesia. *Juima*, 9(2), 1–9.
- Nolanda, dkk. 2023. Pengaruh Struktur kepemilikan, Market Share, dan Ukuran Perusahaan Terhadap Profitabilitas Pada Perusahaan Farmasi yang Terdaftar di Bursa Efek

- Indonesia Periode 2015-2019. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*. Vol. 11(2).
- Nugroho, G. A., & Hermuningsih, S. 2020. Pengaruh Kurs Rupiah, Inflasi Dan Suku Bunga Terhadap Return Saham Perusahaan Sektor Jasa Sub Konstruksi Dan Bangunan Pada Bursa Efek Indonesia. *Derivatif: Jurnal Manajemen*, 14(1), 38–43. <https://doi.org/10.24127/jm.v14i1.438>
- Nurminda, A., Isyнуwardhana, D., & Nurbaiti, A. (2017). (Studi pada Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Barang dan Konsumsi yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia), 4(1), 542–549.
- Purboastusi, Nurani, Nurul Anwar, dan Irma Suryahani. 2015. Pengaruh Indikator Utama Perbankan Terhadap Pangsa Pasar Perbankan Syariah. *JEJAK* 8(1). doi: 10.15294/jejak.v8i1.3850.
- Purwanto, & Astuti, A. W. 2021. Analisis indikator ekonomi makro terhadap return saham sektor manufaktur tahun 2018-2020. *Pelita Ilmu*, 15(02), 124–137.
- Reswari, Yustitia Agil, dan Ahim Abdurahim. 2010. Pengaruh Tingkat Suku Bunga, Jumlah Bagi Hasil, dan LQ 45 Terhadap Simpanan Mudharabah Pada Bank Syariah di Indonesia. *Jurnal Akuntansi dan Investasi* 12.
- Rofiatun, Nurul Fatimah. 2016. Pengaruh Pangsa Pasar dan Indikator Perbankan Terhadap Profitabilitas Bank Umum Syariah Indonesia. *Journal of Islamic Economics Lariba* 2(1):12.
- Rompas, Wensy F. I. 2018. Analisis Pengaruh Tingkat Suku Bunga dan Nilai Tukar Terhadap Permintaan Kredit Pada Perbankan di Kota Manado. *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi* 18(2).
- Ramadhan, dkk. 2022. Market Share Bank Syariah Di Indonesia Dan Faktor Yang Mempengaruhinya. *Jurnal Manajemen Ekonomi Dan Bisnis*. E-ISSN: 2745-6080

- Riatani, F. (2013). Analisis Pengaruh Roe, Ukuran Perusahaan, Tingkat Inflasi Dan Tingkat Kurs Terhadap Return Saham. *Journal Business Economic, Communication, and Social Sciences (BECOSS)* 1(1), 99–107. <https://doi.org/10.21512/becossjournal.v1i1.5981>
- Saputra, Bambang. 2016. Faktor-Faktor Keuangan yang Memengaruhi Market Share Perbankan Syariah di Indonesia . *Akuntabilitas* 7.doi: 10.15408/akt.v7i2.2675.
- Sugiyono, 2014. *Metode Tulisan Kuantitatif Kualitatif dan R & D*. Bandung: Alfabeta.
- Suwiknyo, Dwi. 2016. *Analisis Laporan Keuangan Perbankan Syariah*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Syafii Antonio, Muhammad. 2001. *Bank Syariah dari Teori ke Praktik*. Jakarta: Gema Insani Press.
- Saputra, B. 2014. Faktor-Faktor Keuangan Yang Mempengaruhi Market Share Perbankan Syariah di Indonesia. *Jurnal STIE Madani Balikpapan*, 7(2), 123-131
- Sugiyono. 2019. *Metode Tulisan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Tobing, K. 2019. Analisis Pengaruh Price To Book Value, Current Ratio, Tingkat Suku Bunga dan Ukuran Perusahaan Terhadap Return Saham Pada Perusahaan yang Terdaftar di Indeks Kompas 100 Periode 2012-2016. *JIM UPB (Jurnal Ilmiah Manajemen Universitas Putera Batam)*, 7(2), 131–140. <https://doi.org/10.33884/jimupb.v7i2.1228>.
- Widaningsih, Mimin. 2009. Pengaruh Pergerakan BI-Rate Terhadap Pertumbuhan dan Pihak Ketiga Bank Syariah. *Jurnal ASET (Akuntansi Riset)* 1:193.doi:10.17509/jaset.v1i2.9929.

BAB IV
PEMBAYARAN INFAK NASABAH MELALUI FITUR
"BERBAGI - ZISWAF" PADA BSI MOBILE DI BSI
KOTA PONTIANAK

Ain Rahmi & Vianisya Nurfiqa
FEBI IAIN Pontianak

A. Pendahuluan

Ekonomi Islam mengutamakan kesejahteraan umat dalam prinsipnya dan ziswaf menjadi satu di antara hal yang krusial untuk membangun kesejahteraan umat tersebut. Pernyataan ini didukung oleh Q.S. Al-Baqarah: 261 yang berbunyi:

مَثَلُ الَّذِينَ يُنْفِقُونَ أَمْوَالَهُمْ فِي سَبِيلِ اللَّهِ كَمَثَلِ حَبَّةٍ أَنْبَتَتْ
سَبْعَ سَنَابِلٍ فِي كُلِّ سُنْبُلَةٍ مِائَةُ حَبَّةٍ وَاللَّهُ يُضَاعِفُ لِمَنْ يَشَاءُ وَاللَّهُ
وَاسِعٌ عَلِيمٌ

“Perumpamaan (nafkah yang dikeluarkan oleh) orang-orang yang menafkahkan hartanya di jalan Allah adalah serupa dengan sebutir benih yang menumbuhkan tujuh butir, pada tiap-tiap butir seratus biji, Allah melipatgandakan (ganjaran) bagi siapa yang Dia kehendaki dan Allah Maha Luas (karunia-Nya) lagi Maha Mengetahui”.

Ayat ini menerangkan bahwa setiap perbuatan baik yang dilakukan akan diberi balasan yang berlipat ganda. Jika seseorang selalu menyisihkan harta yang dimiliki untuk kebajikan atau dengan kata lain membayar ziswaf, maka berarti ia telah berkontribusi besar pula dalam meningkatkan kesejahteraan umat secara menyeluruh.

Ziswaf terdiri dari beberapa filantropi, antara lain zakat, infak/sedekah, dan wakaf. Infak menjadi yang paling

mudah dilakukan karena jika dibandingkan dengan zakat dan wakaf, tentu infak lebih mampu dilakukan oleh berbagai kalangan masyarakat tanpa pengaruh jumlah materi yang dimiliki. Hal ini juga dikarenakan tidak adanya batasan maupun syarat-syarat yang wajib dipenuhi, bahkan setiap pengorbanan (pembelanjaan) harta dan semacamnya pada kebaikan juga telah bisa dikategorikan sebagai infak. Infak tidak ditetapkan bentuk dan waktunya, demikian pula dengan besar atau kecil jumlahnya (Mukri, 2020). Infak menjadi potensi besar dalam meningkatkan kesejahteraan umat. Meski begitu, nyatanya Badan Amil Nasional (BAZNAZ) mengatakan bahwa potensi yang begitu besar tersebut tidak sebanding dengan realisasi penerimaan yang masih tergolong sangat kecil di Indonesia (Akmila, dkk., 2022), padahal di era dengan serba-serbi digital, seharusnya penerimaan infak bisa lebih besar dari kenyataannya yang terjadi saat ini. Berbagai kemudahan yang ada diharapkan dapat menjadi jalan keluar dari permasalahan yang ada.

Bukan suatu rahasia lagi bahwa seluruh lini kehidupan kini telah melibatkan teknologi sebagai suatu penunjang bagi majunya kualitas hidup masyarakat. Kemudahan yang diberikan tersebut membuat segala hal menjadi lebih efektif dan efisien, baik itu dalam segi waktu, maupun dalam segi lainnya seperti penghematan tenaga dan juga penempatan lokasi yang menjadi lebih fleksibel. Banyak upaya yang dilakukan di era ini untuk membuat kemudahan juga dirasakan dalam proses peningkatan perekonomian masyarakat Indonesia. Sejumlah lembaga keuangan berkompetisi untuk membuat inovasi baru dengan memanfaatkan teknologi yang ada. Contoh nyata yang terjadi belakangan ini yakni dengan adanya *mobile banking* yang kini telah dimiliki oleh hampir seluruh bank-bank di Indonesia sebagai aplikasi pendukung yang akan mempermudah segala proses administrasi serta transaksi

bank. Satu di antara bank yang menerapkannya adalah Bank Syariah Indonesia. BSI merilis aplikasi bernama BSI Mobile pada tahun 2021 (Wijayanto, 2021). BSI sendiri merupakan hasil merger dari beberapa bank yaitu BRI Syariah, BSM, BNI Syariah (Apsari, dkk., 2022).

BSI Mobile diketahui menyediakan banyak fitur untuk berbagai kegiatan perbankan yang memberi kemudahan bagi penggunaanya. Hal ini diungkapkan oleh Direktur Utama BSI, Hery Gunardi dalam acara *Islamic Finance Summit* pada September 2021 di Yogyakarta. Beliau juga mengungkapkan bahwa sampai saat itu, sekitar 95% kegiatan perbankan telah dilakukan melalui BSI Mobile (Pratama, 2021). Satu di antara fitur yang ada adalah fitur “Berbagi – ZISWAF”. Fitur ini digunakan untuk melakukan pembayaran ziswaf, khususnya infak secara *online* sehingga dapat memungkinkan nasabah untuk membayar infak kapan dan di mana saja. Berikut data sebagai pembandingan kuantitas pembayaran saat sebelum maupun sesudah adanya BSI Mobile:

Tabel 4.1
Data Realisasi Ziswaf Bank Syariah Indonesia

No	Jenis Data	2020 (Dalam Jutaan Rupiah)	2021 (Dalam Jutaan Rupiah)
1	Zakat	177.873	231.813
2	Infak/ Sedekah	53.968	72.606
3	Wakaf	3.074	4.303
Total		234.915	308.722

Sumber: Arwanita, 2022: 8

Berdasarkan tabel 4.1, bahwa jumlah pembayaran infak di tahun 2020 (sebelum ada BSI Mobile) adalah sebesar Rp. 53.968.000.000,00. Sedangkan jumlah pembayaran infak

di tahun 2021 ialah sebesar Rp. 72.606.000.000,00. Terjadi peningkatan yang cukup signifikan pada saat BSI Mobile telah diluncurkan yaitu sekitar 34% dari sebelum adanya BSI Mobile. Diketahui pula bahwa jumlah keseluruhan infak yang diterima oleh BAZNAZ pada tahun 2020 yaitu sebesar Rp 76.346.790.474,00 (Arwanita, 2022) yang berarti bahwa sekitar 70% dana infak diperoleh melalui BSI. Data tersebut membuktikan bahwa BSI memiliki peran penting dalam penghimpunan dana ziswaf di Indonesia bahkan saat tanpa adanya BSI Mobile. Pembayaran infak nasabah yang diterima dengan BSI Mobile diharapkan dapat lebih besar dan berdampak baik bagi perekonomian di Kota Pontianak, apalagi berdasarkan data dari Bank Syariah Indonesia, pengguna BSI Mobile per Agustus 2021 mencapai 2.700.000 pengguna (Arwanita, 2022). Hal ini dapat menjadi kabar baik bagi perekonomian Islam di Indonesia. Kemudahan yang diperoleh dari fasilitas yang telah tersedia diharapkan dapat mengefektifkan pembayaran dana infak oleh masyarakat muslim khususnya Nasabah BSI.

Kota Pontianak menjadi satu di antara kota dengan jumlah penduduk muslim yang berlimpah di Indonesia. Berikut ini ialah data jumlah penduduk beserta agama yang dianut di Kota Pontianak:

Tabel 4.2
Jumlah Penduduk Menurut Kecamatan dan Agama yang
Dianut di Kota Pontianak (Jiwa)

Kecamatan	Agama											
	Islam		Protestan		Katolik		Hindu		Budha		Lainnya	
	2019	2020	2019	2020	2019	2020	2019	2020	2019	2020	2019	2020
Pontianak Selatan	49.609	49.857	7.546	7.527	11.234	11.221	24	25	24.427	24.246	5	426
Pontianak Tenggara	36.401	36.538	3.497	3.493	3.463	3.493	70	74	5.439	5.380	1	77
Pontianak Timur	93.424	98.841	3.219	3.228	3.401	3.447	69	67	5.342	5.353	2	97
Pontianak Barat	130.852	131.066	5.331	5.282	5.944	5.962	62	62	8.248	8.182	0	85
Pontianak Kota	99.275	99.614	5.932	5.963	8.352	8.311	56	53	12.458	12.352	0	138
Pontianak Utara	99.876	100.515	7.045	7.133	7.400	7.441	74	76	29.366	29.186	0	1.048
Kota Pontianak	509.437	511.431	32.570	32.626	39.794	39.875	355	357	85.280	84.699	8	1.871

Sumber: Badan Pusat Statistika (BPS) Kota Pontianak

Data tersebut menunjukkan bahwa total penduduk Kota Pontianak di tahun 2019 adalah sebesar 667.444 jiwa, sedangkan total penduduk Kota Pontianak di tahun 2020 ialah sebesar 670.859 jiwa. Data yang tertera juga menunjukkan bahwa penduduk muslim di Pontianak pada 2 (dua) tahun tersebut merupakan mayoritas dengan jumlah 509.437 jiwa atau sebesar 76,33% (2019) dan 511.431 jiwa atau sebesar 76,24% (2020), sedangkan penduduk yang menganut agama lain hanyalah sekitar 23% dari total penduduk yang ada. Hal ini menunjukkan bahwa populasi masyarakat muslim di Kota Pontianak begitu besar. Adapun data pendukung di tahun 2021, yakni Kalimantan Barat tercatat memiliki penduduk muslim sebesar 3,29 juta atau sebesar 60,2% dari total penduduk yang ada (Kusnandar, 2021). Data-data tersebut merupakan bukti bahwa agama Islam adalah agama yang mendominasi di Kota Pontianak. Jika dilihat dari sektor ekonominya, maka Kota Pontianak memiliki potensi yang begitu besar untuk berkembang dalam perekonomian Islam dan layak untuk menjadi tempat untuk mengulik lebih jauh tentang hal tersebut.

Bank syariah memiliki satu di antara fungsi yakni fungsi sosialnya yang berguna untuk menghimpun dana

ziswaf (Kusuma, 2023), dengan kata lain semakin banyaknya pembayaran infak yang dilakukan oleh nasabah, maka telah memaksimalkan fungsi dari adanya bank syariah. Nasabah juga mendapatkan manfaat jika rutin membayar infak yakni akan dilipatgandakan kebaikan yang telah dilakukannya dengan berlipat ganda sesuai dengan QS. Al-Baqarah: 261 (tertera pada halaman 1). Adapun dalam *perceived ease of use* (persepsi kemudahan) menyatakan bahwa kemudahan dapat memengaruhi keputusan seseorang dalam berperilaku (Zahra, 2021). Pernyataan di atas dapat menjadi alasan yang kuat bagi nasabah untuk menggunakan fitur “Berbagi – ZISWAF” di BSI Mobile sebagai media pembayaran infak dengan mempertimbangkan variabel kemudahan sebelum memutuskan untuk mengambil tindakan. Hadirnya fitur ini, tentu menjadi harapan besar bagi Kota Pontianak agar pembayaran infak demi kemaslahatan umat dapat meningkat pesat atau dalam kata lain efektif.

B. Kemudahan Penggunaan Mobile Banking

Menurut Widjaja (2010), kemudahan penggunaan ialah suatu kepercayaan individu bahwa menggunakan sistem teknologi informasi tidak akan merepotkan atau membutuhkan usaha yang besar saat digunakan. Kemudahan penggunaan pada sebuah teknologi juga didefinisikan sebagai suatu keyakinan bahwa sistem komputer dapat dengan mudah dipahami dan digunakan (Mukhtisar, dkk., 2021: 64). Menurut Farizi, dkk. (2013), kemudahan ialah perasaan yakin tentang proses pengambilan keputusan. Jika seseorang merasa bahwa sistem informasi mudah digunakan, maka seseorang itu akan cenderung menggunakannya. Menurut Davis (1989), kemudahan merupakan suatu teknologi yang diartikan sebagai suatu ukuran saat seseorang percaya bahwa komputer/*internet banking* bisa dengan mudah dipahami dan digunakan sehingga

nasabah tidak memerlukan usaha yang keras untuk menggunakannya.

Persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*) juga kerap dimaknai sebagai seberapa besar keyakinan seseorang bahwa dengan menggunakan teknologi, maka pekerjaan yang dilakukan akan terbebas dari usaha yang besar (Afifah, 2017: 34). Persepsi kemudahan mengindikasikan bahwa suatu sistem dirancang tidak untuk menyulitkan pemakainya, tetapi justru mempermudah pengguna dalam menyelesaikan pekerjaannya. Dapat disimpulkan bahwa seseorang yang menggunakan sistem akan bekerja lebih mudah dibandingkan orang yang tidak menggunakan sistem atau bekerja secara manual (Hadi dan Novi, 2015).

Davis (1989) menyatakan bahwa ada beberapa indikator kemudahan penggunaan:

a. Mudah Dipelajari (*Easy to Learn*)

Satu di antara ciri dari sistem yang baik yakni ditentukan dari kemudahan dalam mempelajarinya. Apabila suatu sistem terlalu sulit untuk dipelajari oleh pengguna, maka pengguna akan enggan untuk menggunakannya.

b. Dapat Dikontrol (*Controllable*)

Suatu sistem bisa dianggap mudah apabila dapat dikendalikan dan dikuasai oleh penggunanya, serta dapat memudahkan pengguna untuk menemukan hal yang ingin dilakukan.

c. Jelas dan Dapat Dipahami (*Clear & Understandable*)

Kemudahan suatu sistem juga dipengaruhi oleh kejelasan dari fitur-fitur yang terdapat di dalamnya, sehingga memudahkan interaksi pengguna dengan sistem. Jika fitur-fitur tersebut jelas, maka sistem akan lebih mudah dipahami, serta akan memudahkan pengguna untuk menggunakan sistem tersebut.

d. Fleksibel (*Fexible*)

Fleksibilitas suatu sistem akan sangat memudahkan penggunaannya. Pengguna akan lebih menyukai penggunaan sistem yang dapat disesuaikan dengan kebutuhan dirinya sendiri maupun kebutuhan dari tempatnya bekerja.

e. Mudah Mahir (*Easy to Become Skillful*)

Ketika pengguna menjadi mahir menggunakan suatu sistem dalam waktu singkat, maka pengguna tersebut akan beranggapan bahwa sistem tersebut adalah sistem yang mudah digunakan. Hal ini dapat diukur dari panjangnya waktu yang dibutuhkan untuk menjadi mahir pada program yang berkaitan dengan bidang pekerjaan pengguna teknologi.

f. Mudah Digunakan (*Easy to Use*)

Secara umum, sistem dinilai mudah saat pengguna tidak memerlukan usaha yang besar dalam menggunakan sistem tersebut dan berlaku sebaliknya. Apabila pengguna harus mengeluarkan usaha yang besar dalam mengoperasikannya, maka sistem tersebut dianggap tidak mudah.

Mobile banking atau singkatnya dikenal dengan nama m-banking merupakan sebuah fasilitas perbankan melalui alat komunikasi bergerak seperti *handphone*. Fasilitas yang tersedia bisa dibilang hampir sama dengan ATM (Nurastuti, 2011). Menurut Hadi dan Novi (2015), *mobile banking* merupakan satu di antara layanan perbankan yang mengimplementasikan teknologi informasi. Layanan ini menjadi peluang bagi bank untuk menawarkan nilai tambah kepada nasabah. *Mobile banking* juga merupakan sebuah layanan perbankan yang disediakan oleh pihak bank untuk melancarkan dan memudahkan kegiatan-kegiatan perbankan, misalnya untuk mengakses laporan rekening, melihat saldo rekening, mentransfer dana, serta pembayaran tagihan melalui perangkat *mobile*, seperti ponsel pintar dan

gadget lainnya. *Mobile banking* juga dapat diartikan sebagai saluran perbankan bagi konsumen/nasabah atau pemegang rekening sehingga dapat menggunakan telepon genggamnya untuk melakukan transaksi perbankan atau jasa keuangan lainnya yang berkaitan, serta dapat berinteraksi dengan baik (Afifah, 2017: 27).

Menurut Jogiyanto (2008) dalam Afifah (2017: 44) perilaku (*behavior*) ialah tindakan yang dilakukan oleh seseorang. Adapun dalam konteks penggunaan sistem teknologi, perilaku ialah penggunaan sesungguhnya dari teknologi. Perbankan Syariah menjadi satu sektor ekonomi yang telah mengembangkan sistem yang berbasis teknologi. Satu di antara penggunaan teknologi ini dikenal dengan *mobile banking*. Contoh dari *mobile banking*, yakni BSI Mobile (fasilitas aplikasi dari Bank Syariah Indonesia).

C. Fitur-Fitur pada Mobile Banking

BSI *Mobile* adalah suatu aplikasi yang dikeluarkan oleh BSI yang berfungsi untuk mempermudah layanan transaksi nasabah dengan hanya menggunakan *smartphone*. Produk BSI *Mobile* sangat berguna bagi nasabah BSI dengan penawaran fitur-fiturnya yang memudahkan dalam bertransaksi, sehingga nasabah tidak perlu menghabiskan banyak usaha untuk melakukan transaksi langsung di bank (Jannah, 2021).

Fitur-fitur yang terdapat pada aplikasi BSI *Mobile* (Panggabean, 2021):

a. Pengecekan Saldo Rekening

Fitur ini memudahkan nasabah untuk mengecek saldo rekening BSI miliknya tanpa perlu ke bank atau ATM.

b. Transfer Dana

Layanan transfer dana ini dapat memungkinkan nasabah BSI untuk melakukan transfer dana tanpa harus ke bank atau ATM dan dapat dilakukan secara *online* dalam 24 jam nonstop.

c. Pembelian

Fitur pembelian pada BSI Mobile ini dapat digunakan untuk membeli keperluan sehari-hari seperti pulsa, paket data, dan lain sebagainya.

d. Pembayaran

Layanan pembayaran pada BSI Mobile, meliputi: biaya pendidikan, iuran BPJS, tagihan listrik, tiket transportasi, transaksi *e-commerce*, dan berbagai pembayaran lainnya.

e. QRIS

QRIS atau *Quick Response Indonesian Standard* merupakan kode QR yang diluncurkan Bank Indonesia dan Asosiasi Sistem Pembayaran Indonesia untuk layanan pembayaran di Indonesia. Fitur QRIS pada BSI Mobile membantu memperlancar proses pembayaran hanya dengan melakukan *scan* kode QR yang tertera.

f. E-mas

Fitur E-mas memfasilitasi pembelian emas untuk nasabah secara online.

g. Tarik Tunai

Nasabah yang ingin melakukan tarik tunai di ATM namun lupa membawa kartu ATM, maka dapat menggunakan aplikasi BSI Mobile untuk melakukan tarik tunai tanpa kartu.

h. Layanan Islami

Pada fitur ini, nasabah dapat menikmati layanan bacaan Asmaul Husna, Juz Amma, belajar tentang keuangan berbasis syariah, serta layanan pengingat waktu salat dan juga arah kiblat.

D. Fitur Berbagi ZISWAF

Fitur berbagi-ZISWAF ini memudahkan nasabah untuk menyalurkan ziswaf, yaitu, zakat, infak/sedekah, dan wakaf kapan dan di mana saja melalui aplikasi BSI Mobile. Fitur Berbagi – ZISWAF juga dapat digunakan untuk menghitung jumlah zakat yang wajib dikeluarkan dari pendapatan nasabah.

Adapun ziswaf atau zakat, infak/sedekah, dan wakaf merupakan salah satu bentuk ibadah yang sangat dianjurkan dalam agama Islam. Satu cara baru untuk membayar ziswaf di era industri 4.0 ini adalah melalui platform digital atau *online* yang dapat disebut juga dengan ziswaf *online*. Dalam syariah, praktik pembayaran ziswaf dengan cara ini diperbolehkan sebab mengikuti kemajuan zaman dan perkembangan teknologi yang semakin memudahkan (Kurniaputri, dkk. 2020).

Infak sendiri yang merupakan bagian dari ziswaf berasal dari kata *anfaqa* yang berarti mengeluarkan sesuatu untuk kepentingan sesuatu (Mukri, 2020). Jika ditinjau dari segi bahasa, pengertian infak yang juga berasal dari kata *nafaqoh* (nafkah) ialah sesuatu yang digunakan untuk keperluan kehidupan manusia (Ikit, 2018). Infak juga berarti pengeluaran harta oleh seseorang secara suka rela dan Allah memberi kebebasan kepada pemilik harta tersebut untuk menentukan jenis harta, serta berapa jumlah yang perlu diserahkan (Mukri, 2020). Menurut Abdul Azis Dahlan dalam Ikit (2018) di ensiklopedi hukum Islamnya, infak berarti sesuatu yang diberikan seseorang guna memenuhi kebutuhan orang lain dengan rasa ikhlas karena Allah SWT semata.

Definisi-definisi di atas menunjukkan bahwa setiap pengorbanan (pembelanjaan) harta oleh seseorang untuk kebajikan disebut infak. Infak berhukum sunah yang berarti saat seseorang berinjak, maka kebaikan itu akan kembali pula padanya, namun jika ia tidak berinjak, maka tidak akan ada dosa untuknya (Mukri, 2020).

E. Efektivitas Pembayaran

Efektivitas berasal dari kata efektif yang mempunyai beberapa arti, yakni ada efeknya, membawa hasil, berhasil guna (usaha tindakan), dan mulai berlaku. Dari kata-kata tersebut muncul pula keefektifan yang dimaknai pula dengan keadaan, berpengaruh, hal berkesan, kemanjuran, serta keberhasilan. Efektivitas merupakan kemampuan untuk mencapai tujuan tertentu dengan cara atau peralatan yang tepat (Mokoginta, 2020).

Efektivitas yang berasal dari kata efek juga berarti pengaruh yang ditimbulkan oleh sebab, akibat/dampak. Adapun kata efektif berarti berhasil. Sedangkan efektivitas menurut bahasa adalah ketepatangunaan, hasil guna dan menunjang tujuan (Purbasari, dkk., 2020: 224). Dalam buku “Transformasi Pelayanan Publik”, Kurniawan (2005) mendefinisikan efektivitas sebagai kemampuan melakukan tugas, fungsi (operasi kegiatan program atau misi) dari suatu organisasi atau sejenisnya dengan tidak adanya tekanan atau ketegangan saat pelaksanaannya. Ali Muhidin (2009) juga menyebutkan bahwa efektivitas berhubungan dengan capaian tujuan atau hasil yang diperoleh, kegunaan/manfaat dari hasil tersebut, tingkat daya fungsi unsur/komponen, serta tingkat kepuasan pengguna.

Menurut Darma (2003) dalam Sapitri (2018), efektivitas memiliki 3 cara pengukuran/indikator:

- a. Kuantitas, yaitu jumlah yang diselesaikan dan dicapai;
- b. Kualitas, yaitu mutu yang diselesaikan (baik atau tidaknya);
- c. Ketepatan waktu, yaitu sesuai atau tidaknya dengan waktu yang telah ditetapkan.

Dapat disimpulkan bahwa indikator dari efektivitas pembayaran adalah kuantitas pembayaran, kualitas pembayaran, dan ketepatan waktu pembayaran.

F. Bank Syariah

Bank syariah merupakan lembaga keuangan (bank) yang menjalankan kegiatan usahanya dengan prinsip islam dan berdasarkan jenisnya, bank syariah terbagi menjadi 2 (dua), yaitu Bank Umum Syariah (BUS) dan Bank Pembiayaan Syariah (BPS) (Ma'ruf, 2023). Menurut UU No. 21 Tahun 2008, bank ialah suatu badan/lembaga berkegiatan menghimpun dana dari pihak ketiga (masyarakat) dalam bentuk simpanan yang kemudian disalurkan kembali kepada masyarakat dalam bentuk kredit dan jasa lainnya (Ikit, 2018). Bank syariah ialah bank yang memiliki aktivitas keuangan mengikuti ketentuan-ketentuan syariat islam, khususnya dalam tata cara bermuamalah. Berdirinya bank syariah diprakarsai oleh Majelis Ulama Indonesia (MUI) pada tanggal 18-20 Agustus 1990 (Ma'ruf, 2023).

Asas perbankan syariah menurut UU No. 21 Tahun 2008 menyatakan bahwa perbankan syariah dalam melakukan kegiatan usahanya berasaskan prinsip syariah, demokrasi ekonomi, dan prinsip kehati-hatian (Ikit, 2018). Prinsip syariah yang diimplementasikan pada bank syariah menjadi pembeda utamanya dengan bank konvensional. Prinsip tersebut mengacu pada syariat Islam yang berpegang pada Al-Quran dan Hadist (Nugroho, 2022). Ikit (2018) dalam bukunya yang berjudul "Manajemen Dana Bank Syariah" menyebutkan ciri-ciri bank syariah:

- 1) Terdapat Dewan Syariah Nasional (DSN) dan Dewan Pengawas Syariah (DPS) pada setiap bank syariah yang bertujuan untuk mengawasi sistem operasional bank;
- 2) Operasional bank harus diterapkan dengan prinsip syariah;
- 3) Bank harus menghindari transaksi-transaksi yang dilarang atau bertentang dengan muamalah;
- 4) Keuntungan bank harus diperoleh dengan cara yang sesuai dengan syariah;

- 5) Akad yang ditetapkan dalam praktik bank tidak mengandung unsur paksaan;
- 6) Dana ziswaf yang dihimpun harus dikelola dengan amanah.

Menurut Otoritas Jasa Keuangan (OJK) dalam Nugroho (2022), terdapat 4 (empat) prinsip yang harus diterapkan oleh bank syariah dalam menjalankan aktivitasnya:

- 1) Keadilan: pembagian keuntungan harus sesuai dengan kontribusi dan masing-masing risiko dari pihak yang bersangkutan.
- 2) Kemitraan: posisi setiap komponen dalam bank adalah sejajar sebagai mitra usaha. Setiap komponen juga saling bersinergi dalam memperoleh keuntungan.
- 3) Transparansi: bank syariah harus memberikan laporan keuangan secara terbuka dan bersifat kontinu agar nasabah dapat mengetahui kondisi dana yang dititipkan.
- 4) Universal: tidak hanya untuk muslim/dibuka untuk umum.

G. Sejarah Singkat PT. Bank Syariah Indonesia Tbk

Dilansir dari laman resmi milik Bank Syariah Indonesia, 1 Februari 2021 merupakan tanggal berdirinya BSI yang diresmikan secara langsung oleh Presiden RI Joko Widodo di Istana Negara. Bank Syariah Indonesia merupakan hasil merger dari 3 (tiga) bank milik negara, antara lain BRI Syariah, Bank Syariah Mandiri, dan BNI Syariah. Pada tanggal 27 Januari 2021, Otoritas Jasa Keuangan atau OJK memberikan izin kepada tiga bank untuk dimerger secara resmi dengan dikeluarkannya surat Nomor SR-3/PB.1/2021 yang kemudian dilanjutkan dengan peresmian bank hasil merger di tanggal 1 Februari 2021. Adapun komposisi dari pemegang BSI, terdiri dari PT. Bank Syariah Mandiri Tbk sebesar 50,83%, PT. Bank Negara Indonesia Tbk sebesar

24,85%, PT. Bank Rakyat Indonesia Tbk sebesar 177,25%, serta pihak lain yang masing-masing memiliki saham di bawah 5%.

Dengan adanya penggabungan tiga bank tersebut dan lahirnya Bank Syariah Indonesia, diharapkan dapat berdaya saing lebih baik sebab bank hasil merger dinilai dapat menyatukan keunggulan dari ketiga bank sehingga menawarkan layanan yang lebih lengkap, jangkauan yang lebih luas, dan kapasitas permodalan yang lebih baik.

Bank Syariah Indonesia mempunyai visi dan misi dalam operasionalnya. Visi Bank Syariah Indonesia adalah (irbankbsi.com) “*Top 10 global Islamic Bank*”. Adapun misi Bank Syariah Indonesia, yaitu (irbankbsi.com):

- 1) Memberikan akses solusi keuangan syariah di Indonesia yang berbentuk pelayanan kepada lebih dari 20 juta nasabah dan menjadi *top 5 bank* berdasarkan aset yang dimiliki (500+ Triliun) serta nilai buku 50 T di tahun 2025.
- 2) Menjadi bank besar yang memiliki nilai terbaik bagi para pemegang saham dengan menjadi *top 5 bank* yang paling profitabel di Indonesia (ROE 18%) dan valuasi kuat (PB>2).
- 3) Menjadi perusahaan pilihan dan kebanggaan para talenta terbaik Indonesia dengan menjadi perusahaan yang memiliki kekuatan nilai dan pemberdayaan masyarakat, serta komitmen pada pengembangan karyawan dengan budaya berbasis kinerja.

H. Penggunaan Fitur “Berbagi – ZISWAF” pada BSI Mobile

Kemudahan penggunaan fitur “Berbagi – ZISWAF” berdampak terhadap efektivitas pembayaran infak Nasabah Bank Syariah Indonesia di Kota Pontianak. Semakin mudah penggunaan fitur “Berbagi – ZISWAF” pada BSI Mobile, maka semakin meningkat efektivitas pembayaran infak Nasabah Bank Syariah Indonesia di Kota Pontianak.

Kemudahan penggunaan fitur “Berbagi ZISWAF” pada BSI Mobile berpengaruh secara signifikan. Berbagai tulisan menjelaskan bahwa dengan hadirnya kemudahan dalam fitur berbagi ZISWAF pada mobile banking seperti yang dilakukan oleh Bank Syariah Indonesia di Kota Pontianak akan menambah minat masyarakat dalam melakukan ZISWAF.

Hasil kajian Afifah (2017) dengan judul “Pengaruh Manfaat, Kemudahan, Kepercayaan, dan Ketersediaan Fitur terhadap Penggunaan Mobile Banking Bank Syariah Mandiri” yang berkesimpulan bahwa variabel kemudahan berpengaruh terhadap *penggunaan mobile banking*. Hal ini berarti semakin mudah penggunaan suatu fitur pada *mobile banking*, maka akan semakin tinggi frekuensi penggunaan fitur tersebut. Tulisan ini bahkan menemukan fakta baru bahwa tingginya frekuensi penggunaan tersebut dinyatakan berpengaruh pula terhadap efektivitas pembayaran infak yang dapat dilakukan pada satu di antara fitur dalam *mobile banking*.

Arwanita (2022) juga mengkaji hal ini dengan judul “Pengaruh Manfaat, Kepercayaan, dan Kemudahan Penggunaan terhadap Keputusan Membayar Zakat, Infaq, Sedekah, dan Wakaf melalui BSI Mobile” menunjukkan kesimpulan yang sama bahwa kemudahan fitur berbagi ZISWAF pada mobile banking. Tulisan Arwanita (2022) berkesimpulan bahwa kemudahan berpengaruh terhadap keputusan membayar ziswaf melalui BSI Mobile. Hal ini berarti semakin mudah penggunaan fitur BSI Mobile, maka semakin tinggi keputusan membayar ziswaf nasabah melalui BSI Mobile. Pernyataan tersebut sejalan dengan hasil kajian ini yang juga menyimpulkan bahwa semakin mudah penggunaan fitur BSI Mobile, maka semakin tinggi keputusan membayar atau bahkan efektivitas pembayaran infak oleh nasabah.

I. Penutup

Hasil analisis keseluruhan menunjukkan bahwa nasabah merasa mudah dalam menggunakan fitur pada BSI Mobile sehingga berdampak pada tingginya frekuensi penggunaan fitur serta meningkatkan efektivitas pembayaran infak yang dapat dilakukan melalui fitur “Berbagai – ZISWAF” pada BSI Mobile. Hasil dari tulisan tentang pengaruh kemudahan penggunaan fitur “Berbagi – ZISWAF” pada BSI Mobile terhadap efektivitas pembayaran infak Nasabah Bank Syariah Indonesia di Kota Pontianak berkesimpulan bahwa ada pengaruh dari kemudahan penggunaan terhadap variabel efektivitas pembayaran. Semakin mudah penggunaan fitur “Berbagi – ZISWAF” pada BSI Mobile, maka semakin efektif pembayaran infak oleh Nasabah Bank Syariah Indonesia di Kota Pontianak.

Daftar Pustaka

- Abdhul, Yusuf. (2022). *Kuesioner Tulisan Adalah: Jenis, Isi dan Cara Membuat yang Benar*. Diakses dari <https://deepublishstore.com/blog/kuesioner-tulisan/#:~:text=Apa%20itu%20Kuesioner%3F,untuk%20mengumpulkan%20informasi%20dari%20responden/>
- Abdhul, Yusuf. (2022). *Metode Accidental Sampling: Cara dan Contoh*. Diakses dari <https://deepublishstore.com/blog/metode-accidental-sampling/>
- Afifah, R. (2017). *Pengaruh manfaat, kemudahan, kepercayaan dan ketersediaan fitur terhadap penggunaan mobile banking bank syariah mandiri* (Bachelor's thesis, UIN Syarif Hidayatullah Jakarta: Fakultas Ekonomi dan Bisnis, 2017).
- Akhamd, S. B. (2020). *Pengaruh Electronic Word of Mouth dan Influencer Endorsement terhadap Keputusan Pembayaran Zakat, Infak dan Sedekah* (Bachelor's thesis, Fakultas Ekonomi dan Bisnis UIN Jakarta).

- Akmila, F., Sandy, R., & Indriyani, F. (2022). *Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Motivasi Filantropi Mahasiswa melalui Pembayaran Zakat, Infaq dan Shadaqah*. Islamic Economics and Finance Journal, 1(1), 54-72.
- Alamatpenting.com. *Alamat BSI di Pontianak*. Diakses dari <https://alamatpenting.com/alamat-bsi-di-pontianak/>
- Apsari, P. I., Setiyowati, A., & Huda, F. (2022). *Implementation of Synergy of Zis Fund Management in Sharia Banking and Zakat Management Organizations (Opz) For Strengthening the Zakat Ecosystem*. Perisai: Islamic Banking and Finance Journal, 6(1), 1-16.
- Arwanita, D. (2022). *Pengaruh Manfaat, Kepercayaan, dan Kemudahan Penggunaan terhadap Keputusan Membayar Zakat, Infaq, Sedekah dan Wakaf Melalui BSI Mobile (Studi Pada Nasabah BSI KCP Bandar Lampung Kedaton)* (Doctoral dissertation, UIN Raden Intan Lampung).
- Asti, Eva Aulia. (2023). *Pengaruh Efektivitas Layanan Mobile Banking terhadap Kepuasan Nasabah Studi Kasus (Mahasiswa FEBI IAIN Pontianak)*. IAIN Pontianak: Fakultas Bisnis dan Ekonomi Islam.
- Davis, F. D. 1989. *Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology*. MIS Quarterly.
- Farizi, Hadyan, & Syaefullah. (2013). *Pengaruh Persepsi Kegunaan Persepsi Kemudahan, Persepsi Resiko dan Kepercayaan terhadap Minat Menggunakan Internet Banking*. Jurnal Akuntansi Universitas Brawijaya Malang.
- Hadi, S. dan Novi. 2015. *Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Penggunaan Layanan Mobile Banking*. Jurnal Ekonomi dan Bisnis OPTIMUM.
- Ikit. (2018). *Manajemen Dana Bank Syariah*. Yogyakarta: Gava Media.

- Indonesia. Bank Syariah Indonesia. *Visi & Misi*. Diakses dari https://ir.bankbsi.co.id/vision_mission.html
- Indonesia. Bank Syariah Indonesia. *Sejarah Perseroan*. Diakses dari https://ir.bankbsi.co.id/corporate_history.html
- Jannah, D. U. L., Ferawati, R., & Anggraeni, L. (2021). *Implementasi Strategi New Wave Marketing 4.0 pada Bank Syariah Indonesia Tbk Kcp Sipin Sumantri* (Doctoral dissertation, UIN Sulthan Thaha Saifuddin Jambi).
- Kurniaputri, M. R., Dwihapsari, R., Huda, N., & Rini, N. (2020). *Intensi Perilaku Dan Religiusitas Generasi Millenials Terhadap Keputusan Pembayaran ZIS Melalui Platform Digital*. *Eqien-Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 7(2), 15-22.
- Kurniawan, Agung. (2005). *Transformasi Pelayanan Publik*. Yogyakarta: Pembaharuan.
- Kusnandar, Viva Budy. (2022). *Mayoritas Penduduk Kalimantan Barat Beragama Islam pada 2021*. Diakses dari <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/03/10/mayoritas-penduduk-kalimantan-barat-beragama-islam-pada-2021>
- Kusuma, P. T. H. (2023). *Contoh Bank Syariah beserta Pengertian, Tujuan, Fungsi, dan Jenisnya*. Detik Pedia. Diakses dari <https://www.detik.com/edu/detikpedia/d-6548589/contoh-bank-syariah-beserta-pengertian-tujuan-fungsi-dan-jenisnya>
- Laily, Iftitah Nurul. (2022). *Pengertian Tulisan Kuantitatif, Karakteristik dan Jenisnya*. Diakses dari <https://katadata.co.id/iftitah/ekonopedia/6295749c7fdd7/pengertian-tulisan-kuantitatif-karakteristik-dan-jenisnya>
- Ma'ruf, Sandi. (2023). *Bank Syariah: Prinsip dan Landasan Hukum Sesuai UU 10/98*. Diakses dari <https://www.akuntansilengkap.com/akuntansi/pengertian-prinsip-dan-landasan-hukum-bank-syariah-sesuai-uu-1098/>

- Masrurah, S. (2019). *Efektifitas Penyaluran Zakat, Infak Sedekah melalui Aplikasi Online*. Jurnal Andi Djemma| Jurnal Pendidikan, 2(1), 90-96.
- Mokoginta, S. (2020). *Efektivitas Pengelolaan Zakat, Infaq, Dan Sedekah Melalui Penerapan Aplikasi Sistem Informasi Manajemen Baznas (Simba) Pada Baznas Kota Kotamobagu* (Doctoral dissertation, IAIN Manado).
- Muhidin, Sambas Ali. (2009). *Konsep Efektivitas Pembelajaran*. Diakses dari <http://sambaslim.com/pendidikan/konsep-efektivitaspembelajaran.html>
- Mukhtisar, M., Tarigan, I. R. R., & Evriyenni, E. (2021). *Pengaruh Efisiensi, Keamanan dan Kemudahan terhadap Minat Nasabah Bertransaksi Menggunakan Mobile Banking (Studi pada Nasabah Bank Syariah Mandiri Ulee Kareng Banda Aceh)*. Jihbiz: Global Journal of Islamic Banking and Finance., 3(1), 56-72.
- Mukri, M. *Infaq dan Shadaqah (Pengertian, Rukun, Perbedaan Dan Hikmah)*.
- Novianingsih, D. & Kunardi. (2020). *Pengaruh Pengalaman Kerja, Pelatihan dan Keahlian Auditor terhadap Pendeteksian Kecurangan Laporan Keuangan*. Jakarta: Departemen Akuntansi, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia.
- Nugroho, Rizki Setyo. (2022). *Empat Prinsip yang Diterapkan di Bank Syariah Menurut OJK, Apa Saja?*. Diakses dari <https://www.idxchannel.com/banking/empat-prinsip-yang-diterapkan-di-bank-syariah-menurut-ojk-apa-saja>
- Nurastuti, W. (2011). *Teknologi Perbankan*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Panggabean, Gemal. (2021). *BSI Mobile, Fasilitas Mobile Banking dari Bank Syariah Indonesia*. Diakses dari <https://duniafintech.com/bsi-mobile-fasilitas-mobil-banking-dari-bank-syariah/>

- Pontianak. Badan Pusat Statistika. *Jumlah Penduduk Menurut Kecamatan dan Agama yang Dianut di Kota Pontianak (Jiwa)*, 2019-2020. Diakses dari <https://pontianak.kota.bps.go.id/indicator/27/364/1/jumlah-penduduk-menurut-kecamatan-dan-agama-yang-dianut-di-kota-pontianak.html>
- Pratama, Aditya. (2021). *BSI Jadikan Mobile Banking sebagai Lokomotif Pengembangan Ekonomi Syariah*. Diakses dari <https://www.inews.id/finance/keuangan/bsi-jadikan-mobile-banking-sebagai-lokomotif-pengembangan-ekonomi-syariah>
- Purbasari, L. T., Sukmana, R., & Ratnasari, R. T. (2020). *Efektivitas Zakat, Infaq Dan Shodaqoh Dalam Mengentaskan Kemiskinan Di Indonesia: Menggunakan Teknik Basic Needs Deficiency Index*. Jurnal Ekonomi Syariah Teori dan Terapan, 7(2), 222-233.
- Sapitri, Febby Lutfia. (2018). *Efektivitas Pemungutan Pajak Kendaraan Alat-Alat Berat dan Alat-Alat Besar pada UPT Pendapatan Duri Badan Pendapatan Daerah Provinsi Riau*. Skripsi thesis, Universitas Islam Negeri Sultan syarif Kasim Riau.
- Widjaja. 2010. *Komunikasi: Komunikasi Dan Hubungan Masyarakat*. Jakarta: Bumi Aksara.\
- Wijayanto, N. (2021, February 09). *Canggih! Begini Penampakan Aplikasi Mobile Bank Syariah Indonesia*. Sindo News. Diakses dari https://ekbis-sindonews-com.cdn.ampproject.org/v/s/ekbis.sindonews.com/newsread/329592/178/canggih-begini-penampakan-aplikasi-mobile-bank-syariah-indonesia-1612854164?amp_gsa=1&js_v=a9&usqp=mq331AQKKAFAQrABIIACA%3D%3D#amp_tf=From%20%251%24s&aoh=16548571011655&referrer=https%3A%2F%2Fwww.google.com&share=https%3A%2F%2Fekbis.sindonews.com%2Fread%2F329592%2F178%2F

canggih-begini-penampakan-aplikasi-mobile-bank-syariah-indonesia-1612854164

- Zahra, N. A. *Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Kemanfaatan, dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Nasabah Pengguna Mobile Banking (M-Banking) Bank Syariah Mandiri (Studi Analisis Pada Nasabah Bank Syariah Mandiri di Bekasi Barat*. Bachelor's thesis: Fakultas Ekonomi dan Bisnis UIN Jakarta.
- Zakky. (2020). *Pengertian Variabel Menurut Para Ahli dan Secara Umum*. Diakses dari <https://www.zonareferensi.com/pengertian-variabel/>

BAB V
PERSEPSI MASYARAKAT KAMPUNG KAMBOJA
KOTA PONTIANAK TENTANG PERBANKAN
SYARIAH

Ema Elisa dan Nur Indah Safitri
FEBI IAIN Pontianak

A. Pendahuluan

Masyarakat di Negara maju dan berkembang sangat membutuhkan bank sebagai tempat untuk melakukan transaksi keuangannya, Masyarakat menyimpan dananya di bank dengan berbagai alasan, yaitu untuk berjaga-jaga, mempermudah dalam bertransaksi, serta untuk mendapatkan keuntungan. Iwayan dalam Tri Suparmi (2018: 3). mereka menganggap bank merupakan lembaga keuangan yang aman dalam melakukan berbagai macam aktivitas keuangan yang sering dilakukan masyarakat di Negara maju dan Negara berkembang antara lain aktivitas penyimpanan dan penyaluran dana. Bank dapat menghimpun dana masyarakat secara langsung dari nasabah. Bank merupakan lembaga yang dipercaya oleh masyarakat dari berbagai macam kalangan dalam menepatkan dananya secara aman. Seiring berjalannya waktu kini telah muncul lembaga keuangan syariah atau sering dikenal dengan bank syariah.

Bank syariah merupakan bentuk dari salah satu perbankan secara nasional yang operasionalnya menurut syariat Islam. Kemudian dikembangkan menjadi lembaga bisnis keuangan yang kegiatan usahanya menurut prinsip dasar ekonomi Islam. Tujuan ekonomi Islam pada bank syariah bukan hanya untuk mendapat keuntungan, akan tetapi

bertujuan untuk menyejahterakan masyarakat (Khaerul Umam dalam Munawwaroh 2017: 1)

Menurut Ary Permatadeny Nevita (2015: 149) menyatakan bahwa perkembangan perbankan syariah di Indonesia tidak terlepas dari sistem perbankan di Indonesia pada umumnya. Sistem perbankan syariah diatur dalam UU No. 7 Tahun 1992 tentang perbankan, sebagaimana telah diubah menjadi UU No. 10 Tahun 1998 di mana Bank Umum adalah bank yang melaksanakan kegiatan usaha secara konvensional atau berdasarkan prinsip syariah yang kegiatannya memberikan jasa lalu lintas pembayaran.

Kemunculan perbankan konvensional yang lebih awal daripada bank syariah menjadi faktor utama masih jauhnya perkembangan perbankan syariah. Masih banyak umat muslim yang menggunakan jasa bank konvensional. Mereka menganggap bahwa bank syariah sama dengan bank konvensional.

Hal ini merupakan tantangan bagi lembaga keuangan syariah, serta bagi partai politik Islam, akademisi, tokoh agama dan seluruh umat Islam yang mempunyai hubungan dengan perbankan syariah guna dapat memberikan sosialisasi secara menyeluruh dan semaksimal mungkin supaya masyarakat sadar dan memahami benar terhadap perbankan syariah dan lembaga keuangan syariah lainnya (Karim Adiwarman 2011: 38).

Beberapa umat Islam menganggap bank syariah dan konvensional hanya pada kata bunga digantikan dengan kata bagi hasil. Secara umum masyarakat hanya mengetahui bank syariah merupakan bank tanpa bunga akan tetapi tidak tahu sama sekali tentang sistem bagi hasil. Dengan hadirnya bank syariah berdasarkan prinsip bagi hasil harusnya menjadi pilihan pengganti bunga, serta sebagai peluang umat Islam supaya tenang tanpa ada keraguan untuk melakukan pembiayaan di bank (Warkum Sumitro 2004: 55).

Kesalahpahaman yang terjadi pada masyarakat tentang perbankan syariah menunjukkan belum luasnya sosialisasi informasi perbankan syariah. Masih banyak masyarakat yang belum paham benar tentang keunggulan lembaga keuangan syariah daripada konvensional, hal ini juga terjadi di Kampung Kamboja yang terletak di Kelurahan Benua Melayu Laut kota Pontianak. Kampung Kamboja yang berada di daerah perkotaan, tempatnya yang strategis menjadi tempat wisata waterfront dan para pembatik Kamboja, akan tetapi di daerah tersebut belum ada bank syariah, serta persoalan yang timbul yaitu pengetahuan masyarakat terhadap perbankan syariah masih rendah, Masih Banyak masyarakat muslim yang belum paham mengenai bank syariah, termasuk para akademisi, tokoh masyarakat dan tokoh agama.

B. Keadaan Geografis

Kelurahan Benua Melayu Laut merupakan kelurahan yang berada di tengah pusat perdagangan, yang memiliki luas 84,431 Ha Kelurahan Benua Melayu Laut merupakan Kelurahan yang terletak di Kecamatan Pontianak Selatan Kalimantan Barat. Periode pertama kepemimpinan dipimpin oleh bapak Machmud Rachmad tepatnya pada tahun 1965-1985. Periode kedua dipimpin oleh bapak M. Hanif Machmud, periode ini berlangsung selama 9 tahun yaitu pada tahun 1985-1995. Periode selanjutnya yaitu pada tahun 1995 sampai 2001 dipimpin oleh Bapak Sulaiman. Kemudian periode selanjutnya dipimpin oleh Bapak H. A Muthalib Azis, Agus Sani, M. Fauzi, Rajimin S.E. Periode terakhir yaitu dimulai pada tahun 2015 sampai sekarang dipimpin oleh ibu Lestari. Lurah perempuan pertama yang memimpin setelah sekian lama dipimpin oleh seorang laki-laki.

Kelurahan Benua Melayu Laut merupakan salah satu dari lima kelurahan yang ada di Kecamatan Pontianak Selatan. Kelurahan Benua Melayu Laut memiliki tinggi tempat

permukaan dari laut 0,1 – 1,9 Mdl dengan curah hujan 130,6 Mm per tahun, kelembaban 85% dan suhu udara rata-rata 25,1-29 °C. Kelurahan Benua Melayu Laut berada di tengah pusat perdagangan dan saat ini memiliki potensi kawasan wisata tepian sungai Kapuas.

Batas wilayah Kelurahan Benua Melayu Laut meliputi sebelah utara kelurahan Darat Sekip Kecamatan Pontianak Kota, sebelah selatan Kelurahan Bansir Laut Kecamatan Pontianak Tenggara, kemudian sebelah timur Kelurahan Tambelan Sampit Kecamatan Pontianak Timur, dan sebelah barat berbatasan dengan Kelurahan Benua Melayu Darat Kecamatan Pontianak Selatan. (*sumber: Kelurahan Benua Melayu Laut 2019*)

Jumlah penduduk kelurahan Benua Melayu Laut secara keseluruhan pada tahun 2018 berjumlah 10.045 jiwa terdiri laki-laki 4.991 orang dan penduduk perempuan berjumlah 5.054 jiwa, jumlah Kepala Keluarga 2.801 orang dengan KK Laki-laki berjumlah 2.149 dan KK Perempuan 652. Berdasarkan kondisi demografi, penduduk Kelurahan Benua Melayu Laut yang beragama Islam 53%, Budha 37%, Protestan 7%, Katolik 3%, Hindu 0,1%. (*sumber: Kelurahan Benua Melayu Laut 2019*)

Mata pencaharian penduduk Kelurahan Benua Melayu Laut sebagian besar bekerja sebagai buruh, pedagang, karyawan swasta, wiraswasta, sebagian besar pemilik toko adalah etnis Cina. Sebagian besar pemilik toko tidak tinggal di daerah tersebut, pengusaha yang tinggal di wilayah kelurahan merupakan pengusaha yang menengah. Bagi pemilik toko yang besar akan bertempat tinggal di kompleks perumahan elite Kota Pontianak.

Kampung Kamboja Kelurahan Benua Melayu Laut Kecamatan Pontianak Selatan terletak di Jl. Tanjung Pura meliputi Gg. Kamboja dan Gg. Kamboja Baru. Asal mulanya dikatakan Kampung Kamboja ialah zaman dahulu lokasi

tersebut merupakan sebuah kampung yang di tinggali warga asli suku melayu, namun ada beberapa warga merupakan pendatang dari Negara Kamboja, asli orang Kamboja. Sehingga kampung tersebut dinamai dengan Kampung Kamboja.

Kampung Kamboja berada di Kelurahan Benua Melayu Laut Kecamatan Pontianak Selatan yang berada di tepian Sungai Kapuas. Secara geografi Kampung Kamboja berbatasan dengan beberapa wilayah, meliputi sebelah utara berbatasan dengan Sungai Kapuas, sebelah selatan berbatasan dengan Jalan Tanjung Pura, sebelah barat berbatasan dengan Gang Baru, sebelah timur berbatasan dengan Jalan Perintis Kemerdekaan.

Pada awalnya di Kampung Kamboja terdapat pasar tradisional, akan tetapi lama kelamaan pasar tradisional tersebut berpindah tempat yang sekarang ini disebut dengan pasar flamboyan dan terletak di Jl. Gajah Mada. Kampung Kamboja berseberangan dengan Kampung Beting, Kampung Tambelan Sampit dan Keraton.

Kemudian pada saat ini, Kampung Kamboja dikenal dengan Kampung Batik Kamboja karena program wali kota yang membangun Waterfront di tepian sungai Kapuas dan menjadikan lokasi tersebut tempat wisata. Kampung Batik Kamboja merupakan kawasan cagar budaya, karena masih terdapat rumah-rumah tradisional atau rumah lama dan kawasan tersebut menjadi tempat para pembatik Kampung Kamboja. Walaupun Kampung Kamboja berada di daerah perkotaan, akan tetapi istilah Kampung masih melekat, dikarenakan asal mulanya memang sebuah Kampung.

Warga asli Kampung Kamboja merupakan suku melayu yang bertempat tinggal di pinggir sungai sedangkan masyarakat yang berada di darat merupakan warga pendatang di Kampung Kamboja dengan suku cina. Kampung Kamboja

memiliki beberapa RT yang terdiri dari RT 01 RW 08, RT 02 RW 07, dan RT 03 RW 06.

Visi, Misi, dan Moto Kelurahan Benua Melayu Laut Kecamatan Pontianak Selatan Kota Pontianak

1. Visi Kelurahan

Menjadi lembaga yang mampu berperan memberikan pelayanan pemerintahan dalam partisipasi masyarakat di semua sektor.

2. Misi Kelurahan

- a. Meningkatkan sumber daya aparatur pemerintah kelurahan guna terwujudnya kemampuan staf untuk menciptakan tertib pelayanan kepada masyarakat.
- b. Menumbuh kembangkan motivasi pada masyarakat secara aktif dalam menjaga ketenteraman dan ketertiban serta intensitas pembangunan melalui nilai budaya yang ada.
- c. Melakukan tindakan persuasif aktif dengan memanfaatkan potensi yang ada dimiliki guna mengimplementasikan program pembangunan baik fisik maupun non fisik.

3. Moto Kelurahan Beriman (Bersih, Inovatif, Manfaat dan Adil).

Visi, Misi, Dan Moto Pelayanan Kelurahan Benua Melayu Laut Kecamatan Pontianak Selatan Kota Pontianak

1. Visi Pelayanan Kelurahan

Terlaksananya pelayanan yang prima, transparan dan memenuhi harapan masyarakat.

2. Misi Pelayanan Kelurahan

- a. Meningkatkan pelayanan aparatur pelayanan yang profesional dan disiplin.
- b. Melaksanakan pelayanan secara terbuka, jujur, sopan, amanah dan bertanggung jawab serta menaati ketentuan yang berlaku.

3. Moto Pelayanan Kelurahan

“Senyum dan kepuasan Anda kebanggaan kami”

Janji Layanan Kelurahan

“Kami seluruh pegawai kelurahan akan setia melayani dengan sopan, adil, jujur, tanpa pamrih, tanggung jawab, taat aturan dan tanpa biaya”.

C. Persepsi

Persepsi berasal dari kata *perception* yang artinya kesadaran, yaitu proses internal seseorang untuk mengorganisasikan, memilih, dan menafsirkan rangsangan dari lingkungan yang mempengaruhi perilaku seseorang. Selain itu persepsi juga merupakan proses seseorang dalam menafsirkan dan mengatur anggapan sensorisnya untuk memberi makna pada lingkungannya. Akan tetapi yang diterima bisa berbeda dari kenyataannya (Diana El All dalam Karlina 2019: 17).

Menurut Philip Kotler dan Lane Keller (2013: 180) dalam pemasaran, persepsi lebih penting daripada realitas, karena persepsi yang mempengaruhi perilaku aktual konsumen. Orang bisa mempunyai persepsi berbeda tentang obyek yang sama karena tiga proses pemahaman yaitu atensi selektif, distorsi selektif, dan retensi selektif.

Persepsi merupakan suatu proses yang timbul karena adanya sensasi disebabkan oleh keadaan emosi yang menggembirakan. Sensasi dapat juga dikatakan tanggapan yang diterima pancaindra secara cepat berupa suara, warna, dan cahaya, sehingga akan timbulnya sebuah persepsi (Etta Mamang Sangadji 2013: 53).

Menurut Sarlito Wirawan Sarwono (dalam Karlina, 2019: 18) bahwa persepsi berlangsung saat seseorang menerima stimulus dari dunia luar yang ditangkap oleh organ-organ bantunya yang kemudian masuk ke dalam otak. Di

dalamnya terjadi proses berpikir yang pada akhirnya terwujud dalam sebuah pemahaman.

Dari pengertian di atas dapat disimpulkan bahwa persepsi ialah proses dari dalam yang menyebabkan seseorang untuk memilih, mengatur, dan memaknai lingkungan. Hal itu berpengaruh terhadap tingkah laku seseorang dalam menerima informasi yang ditangkap dan masuk dalam otak. Sehingga terjadinya proses berpikir dan terwujudnya pemahaman.

1. Syarat-syarat terjadinya persepsi

- a. Objek yang dipersepsi, peristiwa yang ditanggapi pancaindera yang datang dari luar akan memberikan dorongan tentang informasi yang didapatkan, kemudian menyentuh saraf penerima yang bekerja sebelum reseptor (saraf yang peka terhadap rangsangan).
- b. Adanya alat indra atau reseptor, reseptor ialah alat untuk menerima rangsangan, kemudian saraf sensoris untuk meneruskan rangsangan yang diterima reseptor ke otak sebagai pusat kesadaran, lalu saraf motoris menimbulkan respons. Dalam hal ini bentuk perhatian ialah langkah awal proses pembentukan persepsi.

2. Sifat-sifat dan proses terjadinya persepsi

- a. Persepsi ialah pengalaman
Dalam memaknai sebuah peristiwa, dimaknai melalui pengalaman masa lalu, yang kemudian menjadi pembandingan dalam mempersiapkan suatu makna.
- b. Persepsi ialah selektif
Seseorang dalam melakukan seleksi hanya pada hal yang dikehendakinya saja. Persepsi tersebut atas dasar nilai, sikap, serta keyakinan yang ada pada diri seseorang, dan mengabaikan karakteristik yang berlawanan dengan keyakinan yang dimiliki.

c. Persepsi ialah penyimpulan

Penarikan kesimpulan mencakup proses induksi secara akal, pandangan yang dihasilkan melalui prestasi ialah penyimpulan atas informasi yang tidak lengkap. Artinya memersepsikan makna ialah memersepsikan suatu kesimpulan yang tidak sepenuhnya tapi hanya berdasarkan penangkapan indra yang terbatas.

d. Persepsi mengandung ketidakcocokan.

Setiap persepsi yang dilakukan akan mengandung kesalahan dalam ukuran tertentu. Hal ini dikarenakan pengalaman masa lalu, selektivitas, dan penyimpulan. Semakin jauh jarak seseorang untuk dipersepsi, maka semakin tidak akurat persepsinya.

e. Persepsi ialah evaluasi

Persepsi tidak objektif, dikarenakan tidak pernah melakukan pendapat menurut sikap, pengalaman, keyakinan diri yang digunakan untuk memberi arti pada sesuatu yang dipahami. Individu lebih mengingat suatu hal yang dimiliki, yang biasa-biasa saja cenderung dilupakan. Beberapa proses terjadinya persepsi dilihat dari tahap berikut ini yaitu:

1. Tahap yang disebut dengan proses fisik, yaitu proses ditangkapnya rangsangan oleh alat indra manusia.
2. Tahap diteruskannya rangsangan yang diterima oleh reseptor (alat indra) melalui saraf sensoris.
3. Tahap yang disebut dengan proses kejiwaan, yaitu proses munculnya kesadaran seseorang tentang rangsangan yang diterima oleh reseptor.
4. Tahap yang diperoleh dari hasil proses persepsi yaitu berupa tanggapan dan tingkah laku.

3. Faktor-faktor yang mempengaruhi pengembangan persepsi

Persepsi masyarakat dipengaruhi oleh beberapa faktor. Setiap masyarakat memiliki sikap, sifat serta pemikiran yang berbeda-beda. Hal ini disebabkan oleh beberapa faktor yaitu agama, pendidikan, budaya, lingkungan, usia, keyakinan, sosial dan sebagainya.

Faktor-faktor yang mempengaruhi persepsi ialah yang pertama faktor dalam diri yang memersepsi (*perceiver*) berupa minat, pengalaman, sikap, alasan dan dugaan. Kedua faktor pada sesuatu yang dipersepsikan (*terget*) yaitu sesuatu yang baru, ukuran, suara, latar belakang dan kedekatannya. Kemudian yang ketiga faktor dalam situasi (*situation*) berupa bentuk dan keadaan pekerjaan (Stephen P. Robbin, 2015).

Jadi persepsi merupakan tanggapan seseorang tentang sesuatu yang dipengaruhi oleh faktor kesiapan, kebutuhan, tujuan, pengalaman, pengetahuan, faktor lingkungan dan sebagainya.

4. Aspek-aspek Persepsi

Menurut Siti Mahmudah (dalam Desti Tri Mukti, 2019: 28) bahwa aspek persepsi ada tiga komponen, yaitu:

a. Komponen Kognitif (komponen perseptual)

Komponen kognitif/perseptual yaitu komponen yang berkaitan dengan pengetahuan, pandangan, keyakinan, yaitu hal-hal berhubungan dengan bagaimana orang memersepsi terhadap objek sikap. Komponen ini berhubungan dengan gejala mengenai pikiran yang berwujud pengolahan, pengalaman dan keyakinan serta harapan individu terhadap objek sikap. Perilaku dimana individu mencapai tingkat tahu pada objek yang diperkenalkan. Komponen kognitif ini berkaitan dengan penalaran seseorang untuk menilai suatu informasi,

pesan fakta dan pengertian yang berkaitan dengan pendiriannya. Komponen ini menghasilkan penilaian atau pengertian diri seseorang berdasarkan rasio atau kemampuan penalarannya. Artinya kognitif tersebut merupakan aspek kemampuan intelektualitas seseorang yang berhubungan dengan ilmu pengetahuan.

Kepercayaan adalah komponen kognitif. Kepercayaan di sini tidak ada hubungannya dengan hal-hal yang gaib, tetapi hanyalah keyakinan bahwa sesuatu itu “benar” atau “salah” atas dasar bukti, sugesti otoritas, pengalaman atau intuisi.

b. Komponen Afektif (Komponen emosional)

Afektif merupakan bagian atau aspek yang berhubungan dengan perasaan suka atau tidak terhadap seseorang atau sesuatu. Hal ini merupakan sikap positif atau negatif, sehingga menampilkan tingkah laku seseorang atau individu dalam berhubungan dengan sesuatu yang dirasakan menyenangkan atau tidak. Jadi aspek afektif ialah menilai seseorang atau sesuatu berdasarkan emosional untuk menghasilkan penilaian baik atau buruk. Ada tiga komponen afektif yaitu:

- 1) Motif sosiogenis atau sekunder berperan penting dalam membentuk perilaku sosial. Penjelasan motif sosiogenis yaitu yang pertama rasa ingin tahu, kebebasan dan kompetensi. Kedua motif sosial berupa kasih sayang, kebebasan dan kekuasaan.
- 2) Sikap, yang pertama yaitu cenderung dalam berpikir, berpersepsi, bertindak, dan merasa dalam menghadapi situasi, objek, nilai atau ide. Kedua yaitu sikap memiliki daya pendorong. Ketiga sikap relatif lebih menetap. Kemudian yang keempat sikap mengandung nilai menyenangkan dan tidak menyenangkan. Serta yang kelima sikap timbul dari suatu pengalaman.

3) Emosi menunjukkan kegoyahan seseorang yang disertai dengan gejala tingkah laku, kesadaran, dan proses kehidupan.

c. **Komponen Konatif (action component)**

Konatif merupakan aspek berhubungan dengan kecenderungan bertindak terhadap objek. Komponen ini menunjukkan tingkatan sikap yaitu menunjukkan besar kecilnya kecenderungan bertindak seseorang terhadap objek. Dalam hal ini perilaku mencapai tahap hingga seseorang melakukan suatu tindakan terhadap objek.

Konatif terdiri dari kebiasaan atau kemauan. Adapun segala kategori perbuatan manusia disebut dengan kebiasaan yang dilakukan secara langsung dan tidak sengaja. Sedangkan kemauan ialah tindakan seseorang untuk mencapai tujuan.

Konatif memperlihatkan perilaku seseorang seperti bereaksi untuk menerima, menolak, memukul, dan sebagainya. Jadi, konatif merupakan tanggapan seseorang untuk melakukan tindakan atau tingkah laku pada sesuatu yang dihadapinya.

D. Persepsi Masyarakat Kampung Kamboja Kota Pontianak Terhadap Aspek Perseptual Bank Syariah

Kognitif atau perseptual merupakan komponen yang memiliki hubungan terhadap pengetahuan, pandangan, keyakinan, serta segala sesuatu yang berhubungan terhadap seseorang dalam memersepsikan suatu objek. Hal ini berhubungan dengan gejala berpikir berupa pengolahan, pengalaman dan keyakinan serta harapan individu terhadap objek, dimana seseorang sudah mencapai pengetahuan tentang sesuatu yang diperkenalkan. Kemudian berhubungan dengan penalaran seseorang untuk menilai sebuah informasi.

Berdasarkan hasil wawancara yang diperoleh dari responden berkaitan dengan aspek perseptual pada Bank

Syariah, hasil wawancara menunjukkan bahwa pengetahuan masyarakat tentang Perbankan Syariah masih kurang memahami. Beberapa masyarakat masih belum tahu keberadaan Bank Syariah.

Hal ini disebabkan oleh beberapa hal di antaranya yaitu kurangnya informasi yang diterima oleh masyarakat mengenai bank syariah, serta tidak adanya sosialisasi mengenai perbankan syariah. Masyarakat belum mengetahui tentang perbankan, dan belum pernah berhubungan dengan bank syariah. Mereka menganggap bahwa antara bank konvensional dan bank syariah itu sama. Masyarakat masih belum yakin dengan bank, dikarenakan tidak ingin terlibat dalam hal mengenai riba. Beberapa masyarakat yang beranggapan bahwa bank syariah menggunakan sistem bunga yang lebih kecil daripada bank konvensional.

Maka dapat disimpulkan bahwa faktor yang menyebabkan rendahnya pemahaman masyarakat dikarenakan tidak mengetahui informasi yang tepat tentang pengetahuan bank syariah. Kesalahpahaman sebagian masyarakat juga disebabkan oleh interaksi yang dilakukan hanya pada bank konvensional. Kemudian kurangnya kepercayaan masyarakat terhadap perbankan syariah yang akan mempengaruhi perkembangan dan kemajuan perbankan syariah.

E. Persepsi Masyarakat Kampung Kamboja Kota Pontianak Terhadap Aspek Afektif Bank Syariah.

Afektif merupakan bagian atau aspek yang berhubungan dengan perasaan suka atau tidak terhadap seseorang atau sesuatu. Hal ini merupakan sikap positif atau negatif, sehingga menampilkan tingkah laku seseorang atau individu dalam berhubungan dengan sesuatu yang dirasakan menyenangkan atau tidak. Jadi, aspek afektif ialah menilai seseorang atau

sesuatu berdasarkan emosional untuk menghasilkan penilaian baik atau buruk.

Berdasarkan hasil wawancara yang diperoleh dari responden berhubungan dengan aspek afektif pada Bank Syariah, hasil wawancara menunjukkan bahwa beberapa masyarakat mengetahui menurut syariat Islam lebih bagus dan adil bagi hasil daripada bunga. Akan tetapi ada sebagian masyarakat juga yang tidak mengetahui tentang sistem bagi hasil dan bunga.

Adapun kurangnya pemahaman masyarakat disebabkan oleh beberapa hal yaitu masyarakat mengetahui menurut syariat Islam bahwa riba itu dilarang, tetapi mereka tidak mengetahui sistem bagi hasil pada bank syariah. Kemudian mereka belum mengetahui lebih adil mana antara bagi hasil atau bunga. Beberapa masyarakat menganggap bahwa sistem bank syariah dengan bank konvensional itu sama. Pengetahuan masyarakat tentang bank syariah masih kurang, dikarenakan hanya berhubungan atau melakukan pinjaman dengan bank konvensional. Mereka hanya mengetahui informasi tentang bank syariah dari masyarakat lainnya yang belum begitu paham tentang bank syariah.

Berdasarkan penjelasan di atas tersebut, dapat disimpulkan bahwa sebagian masyarakat mengetahui dalam syariat Islam riba itu dilarang, akan tetapi masih ada yang belum mengetahui bagaimana sistem bagi hasil pada perbankan syariah. Hal ini disebabkan kesalahpahaman masyarakat, tidak adanya sosialisasi tentang pemahaman bank syariah, yang menyebabkan anggapan mereka tentang bank syariah dan bank konvensional itu sama dan beberapa masyarakat yang hanya berhubungan dengan bank konvensional.

F. Persepsi Masyarakat Kampung Kamboja Kota Pontianak Terhadap Aspek Konatif Bank Syariah.

Konatif merupakan aspek yang berhubungan dengan kecenderungan bertindak terhadap objek. Komponen ini menunjukkan tingkatan sikap yaitu menunjukkan besar kecilnya kecenderungan bertindak seseorang terhadap objek. Dalam hal ini perilaku mencapai tahap hingga seseorang melakukan suatu tindakan terhadap objek.

Berdasarkan hasil wawancara yang diperoleh dari responden berhubungan dengan aspek konatif pada Bank Syariah, hasil wawancara menunjukkan bahwa beberapa masyarakat Kampung Kamboja mendukung dan memberikan respons positif jika terdapat atau dibangun bank syariah di sekitar Kampung Kamboja. Akan tetapi beberapa masyarakat lainnya tidak ingin menabung atau menjadi nasabah di bank syariah.

Kurangnya minat dan pengetahuan masyarakat tentang Bank Syariah, dipengaruhi oleh beberapa hal yaitu sebagian masyarakat pernah melakukan transaksi di bank syariah, namun tidak paham dengan proses pembiayaan yang dilakukan, serta mengabaikan informasi yang telah disampaikan dari pihak bank syariah. Lokasi bank syariah mempengaruhi masyarakat untuk menabung atau menjadi nasabah di bank syariah. Kurangnya kepercayaan dan minat masyarakat untuk menabung dan menyimpan uangnya di bank syariah, karena merasa lebih aman menabung di rumah sendiri. Beberapa masyarakat tidak ingin menjadi nasabah di Bank syariah, dikarenakan sudah memiliki rekening di Bank Konvensional.

Berdasarkan penjelasan di atas dapat disimpulkan bahwa kurangnya minat masyarakat untuk menabung atau menjadi nasabah, dikarenakan sebagian masyarakat pernah bertransaksi di bank syariah, akan tetapi masih belum paham tentang pembiayaan yang dilakukan. Kemudian kurangnya

pemahaman dan kepercayaan masyarakat terhadap bank syariah, sehingga masyarakat lebih memilih untuk menabung di rumah sendiri. Serta lokasi bank syariah sangat mempengaruhi masyarakat untuk menemukan informasi lebih tepat tentang bank syariah yang dapat menimbulkan persepsi atau pemahaman dari masyarakat tentang perbankan syariah.

Sebagaimana yang diketahui persepsi berasal dari perception yang artinya kesadaran, yaitu proses seseorang dalam mengorganisasikan, memilih, dan menafsirkan rangsangan dari lingkungan yang mempengaruhi perilaku seseorang. Bank Syariah merupakan badan keuangan yang kegiatannya menghimpun dana dari masyarakat kemudian menyalurkannya kepada masyarakat dalam bentuk simpanan dan pembiayaan yang tata cara beroperasinya menurut syariat Islam yang tercantum dalam Al-Qur'an dan hadits.

Berdasarkan tulisan beberapa faktor yang mempengaruhi persepsi masyarakat yang pertama objek yang dipersepsi yaitu bank syariah. Hal ini dapat dilihat dari berbagai jawaban masyarakat yang beragam. Setiap orang memiliki kemampuan yang berbeda dalam memaparkan informasi yang diterima menjadi sebuah persepsi. Kedua pengetahuan masyarakat yang masih rendah, dikarenakan tidak adanya sosialisasi dari pihak bank atau lembaga keuangan syariah dan beberapa masyarakat yang masih menganggap bahwa bank syariah dengan bank konvensional itu sama. Hal tersebut berpengaruh pada proses pembentukan persepsi masyarakat yang baik tentang bank syariah. Pengetahuan dipengaruhi oleh beberapa faktor yaitu lingkungan, pengalaman, pendidikan, keyakinan, sosial, dan sebagainya.

G. Penutup

Persepsi Masyarakat Kampung Kamboja Kota Pontianak Terhadap Perbankan Syariah sebagai berikut:

1. Pemahaman masyarakat terhadap aspek perseptual Bank Syariah adalah masih menganggap bahwa antara bank konvensional dan bank syariah itu sama, yang membedakan hanya persentase bunga yang tidak sebesar bank konvensional. Hal ini membuktikan bahwa masyarakat masih belum memahami konsep tentang bank Syariah. Kurangnya pemahaman masyarakat dikarenakan ketidaktahuan sama sekali informasi secara akurat dari Bank Syariah tentang pengetahuan bank syariah. Mereka hanya sekedar pernah mendengar bank syariah tetapi masih tidak mengetahui apa itu bank syariah. Tidak adanya sosialisasi mengenai perbankan syariah serta kesalahpahaman yang dialami oleh sebagian masyarakat juga disebabkan oleh interaksi yang dilakukan hanya pada bank konvensional.
2. Penilaian masyarakat terhadap aspek afektif Bank Syariah masih belum tepat. Sebagian masyarakat mengetahui dalam syariat islam riba itu dilarang, namun ada yang masih belum mengetahui bagaimana sistem bagi hasil pada perbankan Syariah. Mereka hanya mengetahui informasi tentang bank syariah dari masyarakat lainnya yang belum begitu paham tentang bank syariah. Hal ini disebabkan kesalahpahaman masyarakat, tidak adanya sosialisasi tentang pemahaman bank syariah, yang menimbulkan kesalahan persepsi mereka bahwa bank syariah dan bank konvensional itu sama.
3. Sikap masyarakat terhadap aspek konatif Bank Syariah cukup baik. Sebagian masyarakat mendukung adanya Bank Syariah, namun sebagian masyarakat juga kurang berminat untuk menabung dan menjadi nasabah di Bank Syariah. Hal ini dikarenakan kurangnya pemahaman dan kepercayaan

masyarakat terhadap Bank Syariah, sehingga masyarakat lebih memilih untuk menabung di rumah sendiri. Serta lokasi Bank Syariah sangat mempengaruhi masyarakat untuk menemukan informasi lebih akurat tentang Bank Syariah yang dapat menimbulkan persepsi atau pemahaman dari masyarakat terkait Perbankan Syariah.

Daftar Pustaka

- Karim, Adiwarman. 2011. *Bank Islam Analisis Fiqh Dan Keuangan*, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Karlina, 2019. *Analisis Persepsi Masyarakat Telaga Dewa Lima Kota Bengkulu Terhadap Bank Syariah*. Prodi Perbankan Syariah. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. IAIN Bengkulu.
- Kotler, Philip dan kevin lane keller. 2013. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Mamang, Etta Sangadji dkk. 2013. *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: CV. Andi Offset.
- Munawwaroh. 2017. *Persepsi Masyarakat Perkotaan dan Pedesaan Terhadap Perbankan Syariah (Studi di Kabupaten Jepara Provinsi Jawa Tengah)*. Prodi Perbankan Syariah. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
- Permatadeny, Ary Nevita & Zainal Arifin. 2015. Perilaku, Karakteristik, Persepsi Masyarakat Terhadap Bank Syariah di Eks Karisidenan Kediri. *Jurnal Nusantara of Research*. Volume 2 (2): 149.
- Stephen, Robbins (2015), *Perilaku Organisasi*, Penerbit Salemba Empat, Jakarta.
- Sumitro, Warkum. 2004. *Asas-asas perbankan islam dan lembaga-lembaga terkait (BMUI dan Takaful)*. Jakarta: PT. Raja Grafindo persada.
- Suparmi, Tri. 2018. *Pengetahuan Masyarakat Tentang Bank Syariah Studi Kasus Pada Masyarakat Kecamatan*

Ngemplak Kabupaten Boyolali. Prodi Perbankan Syariah.
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. IAIN Surakarta.

Tri, Desti Mukti. 2019. *Persepsi Masyarakat Kecamatan Ngabang Kabupaten Landak Terhadap Bank Syariah. Prodi Perbankan Syariah*. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. IAIN Pontianak.

BAB VI
BRAND IMAGE DAN MINAT PINJAMAN MODAL
UMKM BANK KALSEL SYARIAH KOTA
BANJARMASIN

S. Purnamasari
Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Albanjari

A. Pendahuluan

Peranan bank syariah dalam mengembangkan perekonomian suatu negara termasuk Indonesia salah satunya sangatlah berperan besar, hampir semua sektor yang berhubungan dengan kegiatan keuangan akan membutuhkan berbagai jasa perbankan. Oleh karena itu, dunia perbankan saat ini sampai masa mendatang akan sangat kita butuhkan, baik dalam perusahaan maupun perorangan (Raguan Abdullah, 2022).

Bank Syariah merupakan suatu lembaga keuangan yang berfungsi sebagai perantara bagi pihak yang berkelebihan dana dengan pihak yang kekurangan dana untuk kegiatan usaha dan kegiatan lainnya sesuai hukum Islam (Ali, 2008:1). Bank dapat menghimpun dana masyarakat secara langsung dari nasabah. Bank merupakan lembaga yang dipercaya oleh masyarakat dari berbagai macam kalangan dalam menempatkan dananya secara umum.

Bank juga berperan menyalurkan dana kepada masyarakat. Bank dapat memberikan pinjaman kepada masyarakat yang membutuhkan dana. Masyarakat dapat secara langsung mendapat pinjaman dari bank, sepanjang pinjaman dapat memenuhi persyaratan yang diberikan oleh bank. Adapun peranan Bank dalam dua sisi, yaitu menghimpun dana secara langsung yang berasal dari masyarakat yang sedang kelebihan dana, dan menyalurkan

dana secara langsung kepada masyarakat yang membutuhkan dana untuk memenuhi kebutuhan (Ismail, 2011:30).

Bank syariah hadir dan menawarkan peminjaman modal kepada pelaku UMKM. perbankan syariah cukup banyak dan bervariasi untuk memenuhi kebutuhan usaha maupun pribadi. Akad yang digunakan untuk pembiayaan modal awal ini sebagian besar menggunakan akad Murabahah, diikuti Mudharabah dan Musyarakah. Akad Salam digunakan untuk pembiayaan pertanian, sedangkan Istishna digunakan untuk pembiayaan pemesanan barang-barang manufaktur (Ascarya, 2013:243).

Pembiayaan yang ditunjukkan untuk kepentingan usaha, bank tidak menuntut bunga sebagai imbalan jasa kepada nasabahnya. Pembiayaan di Bank Syariah juga merupakan sistem bagi hasil. Sehingga ada kesempatan di muka tentang porsi atau bagian yang menjadikan hak bank dari keuntungan yang akan diperoleh atas hasil usaha tersebut.

Pembiayaan yang diberikan bank syariah kepada masyarakat untuk keperluan modal usaha salah satunya adalah Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) yang merupakan salah satu pergerakan perekonomian bangsa. UMKM juga memegang peranan penting dalam pertumbuhan ekonomi dan penyerapan tenaga kerja di Indonesia. UMKM telah teruji dan terbukti mampu bertahan di tengah krisis moneter serta mampu menjadi pendorong perekonomian setelah krisis berakhir.

Kemampuannya tersebut membuktikan bahwa sektor UMKM ini merupakan bagian dari industri yang kuat. Keberhasilan pembangunan ditunjukkan dengan nilai tambah, kesempatan kerja serta pemerataan kesempatan usaha, sehingga UMKM semakin efektif menjadi pendorong utama dalam pembangunan di Indonesia.

Menurut Data Kementerian Koperasi Dan Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah (KEMENKOP UMKM)

menunjukkan terdapat sekitar 58 juta kegiatan usaha secara mandiri dan sekitar 1,56% penduduk telah menjadi pengusaha yang dulunya berasal dari bisnis pemula dan mampu mengembangkan usahanya.

Melihat besarnya peran UMKM di Indonesia maka wajar apabila sektor ini mendapat perhatian lebih, khususnya dari segi akses dan permodalan yang selama ini menjadi permasalahan utama dalam pengembangan UMKM. Baik bank konvensional maupun bank syariah mempunyai peraturan masing-masing untuk menetapkan dan mengatur pemberian kredit dan pembiayaan maupun jasa perbankan lainnya yang dilaksanakan oleh bank-bank tersebut. Sementara itu, sistem pembiayaan yang diterapkan pada bank syariah memiliki beberapa perbedaan dengan sistem pemberian kredit yang diterapkan pada bank konvensional. Ketika terdapat debitur yang meminjam dana kepada bank syariah, maka antara pihak bank maupun pihak debitur akan melakukan perjanjian di awal pembiayaan yang dianggap sebagai pengikatan kontrak antara pihak bank dengan calon nasabah atau calon debitur. Perjanjian tersebut antara lain meliputi perhitungan bagi hasil yang selanjutnya akan ditanggung bersama oleh kedua pihak tersebut. Selain itu, perjanjian tersebut juga menjelaskan bahwa jika terjadi kerugian, maka akan ditanggung bersama oleh pihak bank maupun nasabah. Perhitungan bagi hasil yang ditetapkan dalam perjanjian dilakukan tanpa adanya unsur paksaan di dalamnya. Terkait dengan perhitungan bagi hasil, jika bank mendapatkan keuntungan lebih, maka laba akan dibagi bersama dengan nasabahnya. Namun jika pihak bank mengalami kerugian, maka pihak nasabah juga turut menanggung risiko kerugiannya. Berdasarkan hasil keputusan MUI (Majelis Ulama Indonesia), bagi hasil tersebut bukan merupakan aktivitas riba dan tidak haram. Pembiayaan yang

biasanya digunakan dalam bank syariah adalah pembiayaan mudharabah dan musyarakah.

Pembiayaan mudharabah yaitu perjanjian kerja sama usaha antara pemilik dana dengan para nasabah dengan nisab bagi hasil menurut kesepakatan di awal. Sedangkan pembiayaan musyarakah adalah transaksi penanaman dana atau barang untuk menjalankan usaha tertentu sesuai syariah dengan pembagian hasil sesuai kesepakatan awal.

Bank Syariah mempunyai tujuan yakni menyalurkan dan menghimpun dana dari masyarakat, dan berdasarkan prinsipnya. Sedangkan Anita (2014) menjelaskan terdapat beragam persepsi masyarakat tentang penggunaan produk bank syariah. Hasil tulisan menunjukkan persepsi tentang bunga bank berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap minat menggunakan produk bank syariah, persepsi tentang sistem bagi hasil berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap minat menggunakan produk bank syariah dan persepsi tentang produk bank syariah tidak berpengaruh terhadap minat menggunakan produk bank syariah. Tulisan tersebut didukung oleh tulisan (Eka, 2015) menjelaskan bahwa UMKM mengalami permasalahan dalam proses pengembangan usahanya terutama dalam upaya peningkatan nilai produk usaha dikarenakan kurangnya modal kerja. Dalam tulisan tersebut menghasilkan temuan pengaruh positif dan signifikan persepsi pelaku UMKM mengenai kredit usaha rakyat terhadap modal kerja. Terdapat pengaruh positif dan signifikan persepsi pelaku UMKM mengenai modal kerja terhadap nilai produk. Terdapat pengaruh secara tidak langsung persepsi pelaku UMKM mengenai kredit usaha rakyat terhadap nilai produk melalui modal kerja.

Dalam tulisan ini penulis melakukan studi kasus pada Bank Kal-Sel Syariah di kota Banjarmasin, Bank Kal-Sel Syariah yang beralamatkan Jl. Let Jend. S.Parman No 135, Belitung Utara, Kecamatan Banjarmasin Barat Kota

Banjarmasin. Bank Kal-Sel Syariah juga memberikan pinjaman modal untuk UMKM di kota Banjarmasin, terdapat 28 nasabah UMKM yang terdaftar sebagai nasabah permodalan UMKM. tulisan terdahulu menjelaskan bahwa, terdapat beragam persepsi masyarakat mengenai persepsi tentang menawarkan pinjaman untuk pelaku UMKM yang ditawarkan oleh bank syariah. Berdasarkan latar belakang tulisan di atas, penulis tertarik untuk meneliti lebih lanjut mengenai *Brand Image* Bank Syariah.

B. *Brand Image* dan Minat

Sebuah merek yang terkenal dan terpercaya merupakan aset yang tidak ternilai. Keahlian yang paling unik dari pemasaran yang professional adalah kemampuannya untuk menciptakan, memelihara, melindungi, dan meningkatkan merek. Aaker berpendapat bahwa *Brand* adalah cara membedakan sebuah nama atau symbol seperti logo, trademark, atau desain kemasan yang dimaksudkan untuk mengidentifikasikan produk atau jasa dari satu produsen atau satu kelompok produsen dan untuk membedakan produk atau jasa itu dari produsen pesaing (Aaker, 1991).

UU Merek No.15 Tahun 2001 Pasal 1 Ayat 1 menyatakan bahwa *Brand* adalah tanda yang berupa gambar, nama kata, huruf-huruf, angka-angka, susunan warna atau kombinasi dari unsur-unsur tersebut yang memiliki daya pembeda dan digunakan dalam kegiatan perdagangan barang dan jasa.

Definisi ini memiliki kesamaan dengan definisi versi American Marketing Association yang menekankan peranan merek sebagai *identifier* dan *differentiation*. *Brand* sangat bermanfaat bagi konsumen dan produsen. Kotler dalam Fandy Tjiptono menyusun paham bahwa ada enam makna yang bisa di sampaikan melalui suatu merek, yaitu (Tjiptono, 2008:104):

- 1) Sarana identifikasi untuk memudahkan proses penanganan atau pelacakan produk bagi perusahaan.
- 2) Bentuk proteksi hukum terhadap fitur atau aspek produk yang unik.

- 3) Signal tingkat kualitas bagi para pelanggan yang puas, sehingga mereka bisa dengan mudah memilih dan membelinya lagi di lain waktu.
- 4) Sarana menciptakan asosiasi dan makna unik yang membedakan produk dari para pesaing.
- 5) Sumber keunggulan kompetitif, terutama melalui perlindungan hukum, loyalitas pelanggan, dan citra unik yang berbentuk dalam benak konsumen.
- 6) Sumber financial returns terutama menyangkut pendapatan masa depan.

Dari definisi oleh para ahli di atas, dapat disimpulkan bahwa merek adalah sebuah tanda yang berupa gambar, nama, kata, huruf-huruf, angka-angka, susunan warna atau kombinasi dari unsur-unsur tersebut atau simbol yang memiliki daya pembeda dan digunakan dalam kegiatan perdagangan barang dan jasa.

Peter & Olson (dalam Lutiary Eka Ratri,) *brand image* didefinisikan sebagai persepsi konsumen dan preferensi terhadap merek, sebagaimana yang direfleksikan oleh berbagai macam asosiasi merek yang ada dalam ingatan konsumen. Meskipun asosiasi merek dapat terjadi dalam berbagai macam bentuk tapi dapat dibedakan menjadi asosiasi performansi dan asosiasi imajeri yang berhubungan dengan atribut dan kelebihan merek.

Citra merek (*Brand Image*) merupakan representasi dari keseluruhan persepsi terhadap merek dan dibentuk dari informasi dan pengalaman masa lalu terhadap *brand* itu. *Imageterhadap brand* berhubungan dengan sikap yang berupa keyakinan dan preferensi terhadap suatu merek. Konsumen yang memiliki *Image* yang positif terhadap suatu *brand*, akan lebih memungkinkan untuk melakukan pembelian (Setiadi, 2003:180).

Keller menyatakan bahwa *Brand Image* adalah persepsi tentang *brand* yang digambarkan oleh asosiasi *brand* yang ada dalam ingatan konsumen (Keller, 1993:93). Penjelasan tersebut dilanjutkan oleh Ferinda Dewi berpendapat bahwa *Brand Image* adalah merupakan konsep yang diciptakan oleh konsumen karena alasan subjektif dan emosi pribadinya (Dewi, 2008:203).

Dari beberapa pendapat para ahli diatas dapat disimpulkan bahwa *Brand Image* adalah persepsi konsumen dan preferensi terhadap *brand*, sebagaimana yang direfleksikan oleh berbagai macam asosiasi (presepsi) merek yang ada dalam ingatan konsumen.

Menurut Poerwadaminta minat merupakan kesukaan (kecenderungan hati) kepada sesuatu. Shaleh dan Wahab mendefinisikan minat itu dapat diartikan suatu kecenderungan untuk memberikan perhatian kepada orang dan bertindak terhadap orang, aktivitas atau situasi yang menjadi objek dari minat itu tersebut dengan disertai dengan perasaan senang (Poerwadaminta, 2006). Sedangkan menurut Mappiare definisi minat adalah suatu perangkat mental yang terdiri dari satu campuran dari perasaan, harapan, pendirian, prasangka, rasa takut atau kecenderungan - kecenderungan lain yang mengarahkan individu kepada suatu pilihan tertentu. Faktor - faktor yang mempengaruhi timbulnya minat, secara garis besar dikelompokkan menjadi dua yaitu (Mappiare, 1994):

- a. Dari dalam diri individu yang bersangkutan (misal: bobot, umur, jenis kelamin, pengalaman, perasaan mampu, kepribadian) dan,
- b. Berasal dari luar mencakup lingkungan keluarga, sekolah dan masyarakat.

Crow dan Crow berpendapat ada tiga faktor yang menjadi timbulnya minat, yaitu:

- a. Dorongan dari dalam individu, misal dorongan untuk makan akan membangkitkan minat untuk bekerja atau mencari penghasilan, minat terhadap produksi makanan dan lain-lain.
- b. Motif sosial, dapat menjadi faktor yang membangkitkan minat untuk melakukan suatu aktivitas tertentu.
- c. Faktor emosional, minat mempunyai hubungan yang erat dengan emosi.

Macam-macam minat Menurut Poerwadaminta Minat di bagi menjadi bermacam-macam di antaranya yaitu:

- a. Berdasarkan timbulnya, minat dapat dibedakan menjadi minat primitif dan minat kultural. Minat primitif adalah minat yang timbul karena kebutuhan biologis atau jaringan-jaringan tubuh, misalnya kebutuhan akan makanan.

Sedangkan minat kultural adalah minat yang timbul karena proses belajar.

- b. Berdasarkan arahnya, minat dapat dibedakan menjadi minat intrinsik dan ekstrinsik. Minat intrinsik adalah minat yang langsung berhubungan dengan aktivitas itu sendiri, ini merupakan minat yang lebih mendasar atau minat asli. Minat ekstrinsik adalah minat yang berhubungan dengan tujuan akhir dari kegiatan tersebut.

Dari pendapat para ahli diatas dapat disimpulkan bahwa, minat dapat di bedakan menjadi empat yaitu: *expressed interest*, *manifest interest*, *tested interest*, dan *inventoried interest*.

C. Bank Syariah

Peranan bank syariah dalam mengembangkan perekonomian suatu negara termasuk Indonesia salah satunya sangatlah berperan besar, hampir semua sektor yang berhubungan dengan kegiatan keuangan akan membutuhkan berbagai jasa perbankan. Oleh karena itu, dunia perbankan saat ini sampai masa mendatang akan sangat kita butuhkan, baik dalam perusahaan maupun perorangan.

Menurut Muhammad, bank syariah merupakan bank yang beroperasi dengan tidak mengandalkan pada bunga. Bank Islam atau biasa disebut dengan bank tanpa bunga, adalah lembaga keuangan atau perbankan yang operasional dan produknya dikembangkan berlandaskan pada Al-Qur'an dan Hadist Nabi Muhammad SAW. Dengan kata lain, bank Islam adalah lembaga keuangan yang usaha pokoknya memberikan pembiayaan dan jsas-jasa lainnya dalam lalu lintas pembayaran serta peredaran uang yang pengoperasiannya disesuaikan denga prinsip syariat Islam (Muhamad, 2004:1). Dijelaskan lebih lanjut Menurut Sudarsono berpendapat bahwa yang dimaksud dengan bank syariah ialah lembaga keuangan yang usaha pokoknya memberikan kredit dan jasa-jasa lain dalam lalu-lintas pembayaran serta peredaran uang yang beroperasi pada prinsip-prinsip syariah (Fahmi, 2015:26).

Pada umumnya, hal yang dimaksud dengan bank syariah adalah lembaga keuangan yang usaha pokoknya

memberi layanan pembiayaan kredit dan jasa dalam lalu lintas pembayaran serta peredaran uang yang beroperasi disesuaikan dengan prinsip-prinsip syariah. Bank syariah merupakan bank yang beroperasi sesuai dengan prinsip syariah Islam, mengacu kepada ketentuan-ketentuan yang ada dalam Al-Quran dan Al-Hadist. Dengan mengacu kepada Al-Quran dan Al-Hadist, maka bank syariah diharapkan dapat menghindari kegiatan-kegiatan yang mengandung unsur riba dan segala hal yang bertentangan dengan syariat Islam.

1. Landasan Hukum Bank Syariah

Sistem perbankan syariah mulai dilaksanakan di Indonesia pada tahun 1992, dengan digulirkannya UU Nomor 7/1992 yang memungkinkan bank menjalankan operasional bisnis dengan sistem bagi hasil. Pada tahun sama, lahir bank syariah pertama di Indonesia yaitu Bank Muamalat Indonesia (BMI). Pada tahun 1998 lahir pula UU Nomor 10 tahun 1998 tentang perubahan UU Nomor 7 tahun 1992, tentang Perbankan. Menurut UU Nomor 10 tahun 1998 disebutkan bahwa Bank Umum yang melaksanakan kegiatan usaha berdasarkan prinsip syariah yang dalam kegiatannya memberikan jasa dalam lalu lintas pembayaran. Dalam menjalankan aktivitasnya Bank Syariah menganut prinsip-prinsip sebagai berikut yaitu: keadilan, kesederajatan dan ketenteraman (Muhamad, 2005:78).

Undang-undang perbankan syariah dalam pasal 3 menyebutkan perbankan syariah bertujuan menunjang pelaksanaan pembangunan nasional dalam rangka meningkatkan keadilan, kebersamaan dan pemerataan kesejahteraan rakyat (Hasan, 2009:31).

Sedangkan undang-undang nomor 21 tahun 2008 pasal 1 menyatakan bahwa (Anshori, 2009:4): Perbankan syariah adalah segala sesuatu yang menyangkut tentang bank syariah dan unit usaha syariah, mencakup kelembagaan, kegiatan usaha, serta cara dan proses dalam melaksanakan kegiatan usahanya. Dalam menjalankan usahanya bank syariah menggunakan pola bagi hasil yang merupakan landasan utamadalam segala operasinya, baik

dalam produk pendanaan, pembiayaan maupun dalam produk lainnya.

- a. PBI No.9/19/PBI/2007 tentang pelaksanaan prinsip syariah dalam kegiatan penghimpunan dana dan penyaluran dana serta pelayanan jasa bank syariah.
- b. PBI No.7/35/PBI/2005 tentang perubahan atas peraturan bank Indonesia No. 6/24/PBI/2004 tentang bank umum yang melaksanakan kegiatan usaha berdasarkan prinsip syariah.
- c. BI No.6/24/PBI/2004 tentang bank umum yang melaksanakan kegiatan usaha berdasarkan prinsip syariah.

2. Karakteristik Bank Syariah

Adapun karakteristik dari bank syariah yaitu sebagai berikut (Wardia, 2013). Berdasarkan prinsip syariah:

- a. Uang sebagai alat tukar bukan *komoditi* yang diperdagangkan
- b. Beroperasi atas dasar bagi hasil
- c. Kegiatan usaha untuk memperoleh imbalan atas jasa
- d. Tidak menggunakan bunga sebagai alat untuk memperoleh pendapatan
- e. Azas utama: kemitraan, keadilan, transparasidan *universal*.
- f. Tidak membedakan secara tegas sektor moneter dan sektor riil (dapat melakukan transaksi 2 sektor riil).
- g. Menghindari *maisir*, *gharar*, dan *riba*.
 - 1) *Maisir* yaitu transaksi yang digantungkan kepada suatu keadaan yang tidak pasti dan bersifat untung-untungan. Contoh, penjualan/tukar-menukar gandum yang sudah kering dengan gandum yang masih di pohonnya dengan maksud mendapatkan sesuatu dengan untung-untungan atau mengadu nasib.
 - 2) *Gharar* yaitu transaksi yang objeknya tidak jelas, tidak diketahui keberadaannya, atau tidak diketahi keberadaannya, atau tidak dapat diserahkan pada saat transaksi dilakukan. Contoh, jual beli ternak

yang masih dalam kandungan, jual beli buah yang masih belum panen.

3) *Riba* yaitu penambahan pendapatan secara tidak sah (*bathi*).

3. Fungsi dan Peranan Bank Syariah

Bank syariah adalah bank yang menjalankan fungsi intermediasinya berdasarkan prinsip-prinsip syariat Islam. Peran dan fungsi bank syariah, diantaranya sebagai berikut (Arifin, 2007:14):

- a. Sebagai tempat menghimpun dana dari masyarakat atau dunia usaha dalam bentuk tabungan (*mudharabah*) dan giro (*wadiah*), serta menyalurkannya kepada sektor riil yang membutuhkan
- b. Sebagai tempat investasi bagi dunia usaha (baik dana modal maupun dana rekening investasi) dengan menggunakan alat-alat investasi yang sesuai dengan syariah.
- c. Menawarkan berbagai jasa keuangan berdasarkan upah dalam sebuah kontrak perwakilan atau penyewaan.
- d. Memberikan jasa sosial seperti pinjaman kebajikan, zakat dan dana sosial lainnya yang sesuai dengan ajaran Islam. Adapun fungsi bank syariah dalam Undang-Undang Nomor 21 Tahun

2008 dalam pasal 4 tentang perbankan syariah menyatakan bahwa:

- a. Bank Syariah dan UUS (Unit Usaha Syariah) wajib menjalankan fungsi menghimpun dan menyalurkan dana masyarakat
- b. Bank Syariah dan UUS dapat menjalankan fungsi sosial dalam bentuk lembaga *baitul mal*, yaitu menerima dana yang berasal dari zakat, infak, sedekah, hibah, atau dana sosial lainnya dan menyalurkannya kepada organisasi pengelola zakat
- c. Bank Syariah dan UUS dapat menghimpun dana sosial yang berasal dari wakaf uang dan menyalurkannya kepada pengelola wakaf

(nazhir)sesuai dengan kehendak pemberi wakaf (wakif).

- d. Alat transmisi kebijakan moneter (sama seperti bank konvensional).

4. Tujuan Bank Syariah

Upaya pencapaian keuntungan yang setinggi-tingginya (*profit maximization*) adalah tujuan yang biasa dicanangkan oleh bank komersial, terutama bank konvensional. Berbeda dengan tujuan bank konvensional, bank syariah berdiri untuk menggalakkan, memelihara dan mengembangkan jasa-jasa serta produk-produk perbankan yang berdasarkan prinsip-prinsip syariat Islam. Bank syariah juga memiliki kewajiban untuk mendukung aktivitas investasi dan bisnis yang ada di. Lembaga keuangan sepanjang aktifitas tersebut tidak dilarang dalam Islam. Selain itu, bank syariah harus lebih menyentuh kepentingan masyarakat kecil.

Menurut Heri Sudarsono berdirinya bank syariah memiliki beberapa tujuan diantaranya adalah (Ikit, 2018:26):

- a. Mengarahkan kegiatan ekonomi umat untuk bermuamalah secara islam, khususnya muamalat yang berhubungan dengan perbankan agar terhindar dari praktek-praktek riba atau jenis-jenis usaha/pedagang lain yang mengandung unsur Gharar(tipuan), dimana jenis-jenis usaha tersebut selain dilarang dalam islam, juga telah menimbulkan dampak negatif terhadap kehidupan ekonomi rakyat.
- b. Untuk menciptakan suatu keadilan dibidang ekonomi dengan jalan merata pendapat melalui kegiatan investasi, agar tidak terjadi kesenjangan yang sangat besar antara pemilik modal dengan pihak yang membutuhkan dana. Keadilan dalam islam memiliki implikasi sebagai, keadilan sosial dan keadilan ekonomi.
- c. Untuk meningkatkan kualitas hidup umat dengan jalan membuka peluang berusaha yang lebih besar

terutama kelompok miskin, yang diarahkan kegiatan usaha yang produktif, menujuterciptanya kemandirian usaha.

- d. Untuk menanggulangi masalah kemiskinan, yang pada umumnya merupakan program utama dari negara-negara yang sedang berkembang

Untuk menjaga stabilitasi ekonomi dan moneter dengan aktifitas bank syariah akan mampu menghindari dari kendala-kendala ekonomi yang diakibatkan oleh inflasi, menghindari persaingan yang tidak sehat antara lembaga keuangan dan menyelamatkan umat islam dari ketergantungan terhadap bank non syariah.

D. UMKM

1. Pengertian UMKM

UMKM adalahsingkatan dari Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah. UMKM diatur berdasarkan UU Nomor 20 tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah. Dalam undang-undang tersebut dijelaskan bahwa sebuah perusahaan yang digolongkan sebagai UMKM adalah perusahaan kecil yang dimiliki dan dikelola oleh seseorang atau dimiliki oleh sekelompok kecil orang dengan jumlah kekayaan dan pendapatan tertentu.

Di Indonesia, usaha mikro kecil dan menengah sering disingkat (UMKM), UMKM saat ini dianggap sebagai cara yang efektif dalam pengentasan kemiskinan. Dari statistic dan riset yang dilakukan, UMKM mewakili jumlah kelompok usaha terbesar. UMKM merupakan kelompok pelaku terbesar dalam perekonomian Indonesia dan terbukti menjadi pengaman perekonomian nasional dalam masa krisis, serta menjadi dinamisator pertumbuhan ekonomi pasca krisis ekonomi. Selain menjadi sektor usaha yang paling besar kontribusinya terhadap pembangunan nasional, UMKM juga menciptakan peluang kerja yang cukup besar bagi tenaga kerja dalam negeri, sehingga membantu upaya mengurangi pengangguran.

Sesuai dengan Undang-Undang nomor 20 tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah, UMKM didefinisikan sebagai berikut:

- a. Usaha mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan dan/atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria Usaha Mikro sebagaimana diatur dalam Undang-Undang ini.
- b. Usaha Kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari Usaha Menengah atau Usaha Besar yang memenuhi kriteria Usaha Kecil sebagaimana dimaksud dalam Undang-Undang ini.
- c. Usaha Menengah adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dengan Usaha Kecil atau Usaha Besar dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan sebagaimana diatur dalam Undang-Undang ini.

2. Kriteria UMKM

Berdasarkan kekayaan dan hasil penjualan, menurut Undang-Undang Nomor 20 tahun 2008 pasal 6, kriteria usaha mikro yaitu:

- a. memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp 50.000.000,00 (lima puluh juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha, atau
- b. memiliki hasil penjualan tahunan paling banyak Rp 300.000.000,00 (tiga ratus juta rupiah).

Sedangkan kriteria usaha kecil adalah sebagai berikut:

- a. memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp 50.000.000,00 (lima puluh juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp 500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha, atau.

- b. memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp 300.000.000,00 (tiga ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp 2.500.000.000,00 (dua milyar lima ratus juta rupiah).

3. Jenis UMKM

Saat ini banyak ragam jenis usaha kecil dan menengah di Indonesia, tetapi secara garis besar dikelompokkan dalam 4 kelompok diantaranya:

- a. Usaha Perdagangan
Meliputi keagenan seperti agen koran atau majalah, sepatu, pakaian dan lain-lain. Ekspor atau impor seperti produk lokal dan internasional. Sektor informal seperti pengumpulan barang bekas, pedagang kaki lima, dan lain-lain
- b. Usaha Pertanian
Meliputi perkebunan yaitu pembibitan dan kebun buah-buahan, sayur-sayuran, dan lain-lain. Peternakan yaitu ternak ayam petelur, susu sapi. Serta perikanan yaitu darat atau laut seperti tambak udang, kolam ikan, dan lain-lain.
- c. Usaha industry
Industri makanan atau minuman, pertambangan, pengrajinan, konveksi, dan lain-lain.
- d. Usaha Jasa
Jasa konsultan yaitu perbengkelan, restoran, jasa. Jasa konstruksi, jasa transportasi, jasa telekomunikasi, jasa pendidikan dan lain-lain.

E. Sejarah Bank Kal-Sel Syariah

Krisis ekonomi dan moneter yang terjadi di Indonesia pada kurun waktu 1997-1998 merupakan pukulan yang sangat berat bagi perekonomian Indonesia. Dalam periode tersebut banyak lembaga keuangan, termasuk perbankan mengalami kesulitan keuangan.

Seiring dengan diberlakukannya dual banking system oleh Undang-Undang Nomor 10 Tahun 1998 Tentang

Perbankan, maka untuk menjawab tantangan tersebut, Bank Pembangunan Daerah Kalimantan Selatan telah melakukan perubahan dengan Perda Nomor 16 Tahun 2003 yang memuat pembentukan operasional unit usaha Syariah.

Pada tanggal 13 Agustus 2004 Bank Kalsel Syariah hadir dalam rangka memberikan pelayanan perbankan syariah kepada masyarakat Kalimantan Selatan yang mayoritas beragama Islam. Sejak saat itu Bank Kalsel mendirikan unit usaha Syariah sekaligus Kantor Cabang Syariah Banjarmasin yang saat ini berkantor di Jalan S. Parman RT. 03 Banjarmasin Telepon (0511) 3352349 faximile (0511) 3352457.

Kemudian pada tanggal 4 Desember 2005 dilanjutkan pembukaan Kantor Cabang Syariah Kandangan yang berkantor di Jalan P. Antasari No. 108-109 Kandangan Telepon (0517) 22286, faximile (0517) 23768, dan hingga saat ini pembukaan jaringan kantor unit Usaha Syariah telah tersebar di seluruh Kabupaten/Kota di Provinsi Kalimantan Selatan.

Dalam mengawasi, menilai dan memastikan operasional bank agar tetap konsisten dalam penghimpunan dana dan penyaluran dana serta pelayanan jasa berdasarkan prinsip syariah serta dalam pengembangan produk baru bank agar sesuai dengan fatwa Dewan Syariah Nasional – Majelis Ulama Indonesia, Bank Kalsel Syariah memiliki Dewan Pengawas Syariah yang melakukan pengawasan terhadap kegiatan bank (<http://www.bankkalsel.co.id/index.php/produk-dan-layanan/pembiayaan>).

1. Visi dan Misi Bank Kal-Sel Syariah

a. Visi

Menjadi bank yang kuat, kompetitif dan berkontribusi untuk mendorong pembangunan ekonomi nasional

b. Misi

Bank Pembangunan Daerah Kalimantan Selatan adalah:

- 1) Membantu pemerintah dalam pembangunan ekonomi baik di kawasan regional maupun nasional.
- 2) Memberikan layanan terpadu melalui produk dan layanan inovatif berbasis digital.
- 3) Menempati posisi strategis melalui program kemitraan dengan pemerintah daerah dan masyarakat.
- 4) Memberikan kontribusi positif kepada semua stakeholder baik pemegang saham, nasabah, karyawan, maupun masyarakat.

2. Struktur organisasi

Dewan Pengawas Syariah	
Ketua	: Prof. Dr. H. A. Hafiz Anshary AZ, MA
Anggota	: Drs. H. Darul Quthni, MH
Divisi & Kepala Cabang	
Kepala Divisi Usaha Syariah	H. MUHAMMAD
Kepala Kantor Cabang Syariah Banjarmasin	SHISKA AYU KRESNA
Kepala Kantor Cabang Syariah Kandangan	KHALID VIKTOR R.M.
Kepala Kantor Cabang Pembantu Syariah Batulicin	M. NAZAR TAUFANI
Kepala Kantor Cabang Pembantu Syariah Banjarbaru Q - Mall	RISDA YULIANI
Kepala Kantor Cabang Pembantu Syariah (Kedai) Gatot Subroto	M. FADJRIN
Kepala Kantor Cabang Pembantu Syariah (Kedai) Kayutangi	GINA AZKIA SURYANI
Kepala Kantor Cabang Pembantu Syariah (Kedai) Amuntai	M. FARID MUZAKIR
Kepala Kantor Cabang Pembantu Syariah (Kedai) Martapura	ALFINA
Kepala Kantor Cabang Pembantu Syariah (Kedai) Paringin	ISMET SURYADI
Kepala Kantor Cabang Pembantu Syariah (Kedai) Barabai	AHDA MUYASSIR
Kepala Kantor Cabang Pembantu Syariah (Kedai) Pelaihari	IRFAN ADI MUHARNO
Kepala Kantor Fungsional Syariah Jakarta	ADIT SETIO NUGROHO

F. Brand Image dan Minat Pinjaman Modal UMKM Bank Kal-Sel Syariah

Kajian ini membahas *Brand Image* Bank Kal-Sel Syariah dan Minat Pinjaman modal UMKM. Dalam tulisan ini terdapat dua variabel yaitu *Brand Image* Bank Kal-Sel Syariah dan Minat Pinjaman modal UMKM. Berdasarkan hasil analisis yang telah penulis uji, maka pembahasan tentang hasil tulisan sebagai berikut:

Brand Image Bank Kal-Sel Syariah dan Minat Pinjaman modal UMKM punya hubungan, di mana *brand image* dapat memberikan kepada minat UMKM dalam mengakses Bank Kal-Sel Syariah. Hal ini berdasarkan uji statistik yang dilakukan penulis. Hasil uji reliabilitas menunjukkan bahwa seluruh item pernyataan dinyatakan reliabel tinggi dengan nilai Cronbach's Alpha > konstanta (0,600), hal ini menunjukkan item-item yang menjadi pertanyaan dalam kajian ini layak digunakan.

Berikutnya data yang diperoleh oleh penulis diolah dengan menggunakan statistik regresi sederhana. Dari hasil uji tersebut diketahui bahwa variabel *brand image* berpengaruh secara signifikan ($0,000 < 0,05$) karena signifikansi *brand image* (0,000) lebih kecil dari nilai signifikansi yang digunakan yaitu (0,05). Maka H1 diterima yang berarti *brand image* mempengaruhi Minat Pinjaman modal UMKM.

Jika dilihat dari hasil peminjaman nasabah pada Bank Kal-Sel Syariah menunjukkan bahwa sebanyak 8 orang dari seluruh nasabah mendapat kan pinjaman di rentang 10.000.000 – 100.000.000 dengan persentase 29%, sebanyak 2 orang nasabah mendapat kan pinjaman di rentang 200.000.000- 300.000.000.000 dengan persentase 7%, sebanyak 18 orang nasabah mendapatkan pinjaman di $\geq$ 400.000.000 dengan persentase 64%. *Brand Image* Bank Kal-Sel Syariah sangat baik di mata nasabah di karenakan

besarnya pengajuan pinjaman oleh nasabah UMKM kota Banjarmasin.

G. Penutup

Berdasarkan data yang diperoleh dari hasil analisis yang dilakukan maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Hasil analisis menunjukkan bahwa nilai Pearson Correlation seluruh item pernyataan $> r_{\text{tabel}}$ (0,300) sehingga dapat dinyatakan pernyataan valid.
2. Hasil uji reliabilitas menunjukkan bahwa seluruh item pernyataan dinyatakan reliabel tinggi dengan nilai Cronbach's Alpha $>$ konstanta (0,600).
3. Hasil tulisan menunjukkan bahwa sebanyak 28 orang nasabah adalah perempuan dengan persentase usia dari rentang 21-30 tahun sebanyak 12 orang dengan persentase 48%, rentang usia 31-40 tahun sebanyak 7 orang persentase 25%, rentang usia 40-50 tahun sebanyak 9 orang persentase 27%.
4. Hasil tulisan menunjukkan bahwa sebanyak 8 orang nasabah mendapat kan pinjaman di rentang 10.000.000 – 100.000.000 dengan persentase 29%, sebanyak 2 orang nasabah mendapat kan pinjaman di rentang 200.000.000-300.000.000.000 dengan persentase 7%, sebanyak 18 orang nasabah mendapat kan pinjaman di $\geq$ 400.000.000 dengan persentase 64%.
5. Saran untuk bank Perusahaan Bank Kal-Sel Syariah. Di harapkan agar dapat terus menjunjung tinggi nilai keislaman berdasarkan Al-Quran dan Hadist dan mempertahankan atau meningkatkan kinerja bank. Bank Kal-Sel Syariah harus selalu membangun dan mengelola *Brand Image* karena salah satu faktor dari kesuksesan nasabah UMKM untuk mengelola usahanya adalah dengan menciptakan dan mempertahankan sebuah *brand image* yang dimiliki bank. *brand image* memiliki peranan penting

dalam keputusan nasabah menabung di suatu bank.

6. Saran untuk tulisan selanjutnya. Penulis mengharapkan tulisan lanjutan dengan menambah variabel-variabel lain di luar variabel yang telah ditulis di dalam tulisan ini, agar memperoleh hasil yang variatif dan beragam dan diharapkan mampu memperkuat tulisan terdahulu.

Daftar Pustaka

- Aaker, D. A. (1991). *Managing Brand Equity: Capitalizing on the value of a brandname*. New York: Free Press
- Abdul Ghofur Anshori, *Hukum Perbankan Syariah UU No 21 Tahun 2008*, (Bandung: PT Aditama, 2009).
- Ascarya, *Akad dan Produk Bank Syariah*, (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2013).
- Bambang Sunggono, *Metodelogi Tulisan Hukum* (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 1997).
- Ferrina dewi, Erna. (2008). *Merek dan Psikologi Konsumen, Implikasi pada Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Gatot Supramono. *Perjanjian Utang Piutang*, (jakarta: Kencana, 2013)
- Husein Umar, *Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen* (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2000).
- Imamul Arifin, *Membuka Cakrawala Ekonomi*, (Jakarta: Setia Purna Inves, 2007).
- Ikit, *Manajemen Dana Bank Syariah*, (Yogyakarta: Gava Media, 2018).
- Irham Fahmi, *Manajemen Perbankan Konvensional & Syariah*, (Jakarta: Mitra Wacana Media, 2015).
- Ismail, *Perbankan Syariah*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Grup, 2011)
- Keller. (1993). *How to manage brand equity*. Jakarta: gramedia pustaka.

- Mappiare, Andi, 1994. *Psikologi Orang Dewasa Bagi Penyesuaian Dan Pendidikan*. Surabaya: Usana Offset Printing
- Mappiare, Andi, 1994. *Psikologi Orang Dewasa Bagi Penyesuaian Dan Pendidikan*. Surabaya: Usana Offset Printing
- Muhammad, *Bank Syariah Problema dan Prospek Perkembangan di Indonesia*, (Yogyakarta: Draha Ilmu, 2005).
- Muhammad, *Manajemen Dana Bank Syariah*, (Yogyakarta: Ekonisia, 2004).
- Mia Lesm Wardia, *Dasar-Dasar Perbankan*, (Bandung: Pustaka Setia, 2013)
- Poerwadaminta, W.J.S., 2006. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, Edisi III. Jakarta: Balai Pustaka.
- Riduwan, *Pengantar Statistika Untuk Tulisan Pendidikan, Sosial, Ekonomi, Komunikasi, dan Bisnis*, (Bandung: Alfabeta, 2008).
- Ridwan, *Pengantar Statistika Untuk Tulisan Pendidikan, Sosial, Ekonomi, Komunikasi, Dan Bisnis*. (Bandung alfabet, 2008).
- Sugiyono. 2018. *Metode Tulisan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, Cet. XVIII. (Bandung: Alfabeta, 2018).
- Sugiyono. 2018. *Metode Tulisan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, Cet. XVIII. (Bandung: Alfabeta, 2018).
- Setiadi, N. J. (2003). *Perilaku Konsumen: Konsep dan Implikasi untuk Strategi dan Tulisan Pemasaran*. Jakarta: Prenada Media.
- Tjiptono, Fandy. (2008). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta, Penerbit Andi.
- Zubairi Hasan, *Undang-Undang Perbankan Syariah*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo, 2009)
- Zainudin Ali, *Hukum Perbankan Syariah*, (Jakarta: Sinar Grafika, 2008).
- Raguan Abdullah Bin Syech, *Peranan Perbankan Syariah Dalam Meningkatkan Kewirausahaan Bagi Pengusaha Mikro Di Komodo Home Industri*, (Skripsi Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Sidoarjo).

- Saleh, Rohmat, 2002. *Pengaruh Bauran Promosi dan Nilai Pelanggan Terhadap Minat Nasabah Dalam Menabung di PT. Bank Syari'ah Mandiri*. Skripsi tidak diterbitkan. Kudus: Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri Kudus.
- Creswell, J. W., & Poth, C. N. (2018). *Qualitative Inquiry and Research Design Choosing Among Five Approaches* (4th Edition ed.). California: Sage Publishing.
- <http://www.bankkalsel.co.id/index.php/produk-dan-layanan/pembiayaan>
- <https://student-activity.binus.ac.id/himsisfo/2017/03/probability-sampling-vs-non-probability-sampling/12-7-2021>
- http://www.bankkalsel.co.id/index.php?option=com_content&view=article&id=86&Itemid=270
- <https://pdfsearchpro.com/bank-syariah-pdf.html>, diakses: 13 april 2021
- <http://endah240395.wordpress.com//2015/01/05/makalah-umkm>

BAB VIII
KEPUASAN NASABAH DI PT. BANK SYARIAH
INDONESIA (BSI) CABANG PALANGKARAYA

Noor Arella Oktavianty
UIN Antasari Banjarmasin

A. Pendahuluan

Perkembangan dunia perbankan yang dewasa ini bergerak sangat cepat disertai dengan adanya tantangan-tantangan yang semakin luas dan kompleks, hal tersebut membuat perbankan harus cepat dan tanggap dalam menjalankan fungsi dan tanggung jawabnya melayani masyarakat. Bank adalah salah satu lembaga keuangan yang bergerak dalam bidang pelayanan jasa bank, harus dapat memberikan pelayanan yang terbaik (*service excellent*) untuk dapat memenangkan persaingan yang semakin hari semakin kompetitif (Kasmir, 2020, hlm.56).

Bank syariah sebagai bank bagi hasil di Indonesia diharapkan dapat memenuhi kebutuhan masyarakat yang mulai sadar akan pentingnya bank bebas bunga dan mayoritas penduduk Indonesia yang beragama Islam membuat bank syariah menjadi salah satu bank yang mengalami kemajuan pesat. Bank Syariah adalah bank yang kegiatannya mengacu pada hukum Islam, dan dalam kegiatannya tidak membebaskan bunga dan tidak membayar bunga kepada nasabah. Imbalan yang diterima oleh bank syariah maupun yang dibayarkan kepada nasabah tergantung dari akad dan perjanjian antara nasabah dan bank (Dendawijaya, 2021, hlm.32).

Perkembangan perbankan syariah di Indonesia telah menjadi tolak ukur eksistensi ekonomi syariah. Pesatnya perkembangan bank syariah menimbulkan ketertarikan bank

konvensional untuk menawarkan produk bank syariah. Berdasarkan data statistik perbankan syariah yang dipublikasikan oleh Otoritas Jasa Keuangan (OJK) jumlah bank syariah di Indonesia meningkat, dari 5 unit Bank Umum Syariah di tahun 2016 menjadi 13 unit di tahun 2020, sedangkan BPRS dari 131 unit di tahun 2016 menjadi 167 di tahun 2020. Sementara UUS mengalami penurunan dari 27 unit tahun 2016 menjadi 21 unit tahun 2020. Jadi jumlah perbankan syariah yang ada di Indonesia adalah 163 unit di tahun 2016 menjadi 201 unit di tahun 2020.

Perkembangan Bank Syariah di Kalimantan Selatan saat ini dapat dikatakan semakin meningkat. Hal ini dapat dilihat dari berdirinya kantor cabang baru dari bank-bank syariah di antaranya yaitu Bank berbasis Syariah (Kasmir, 2020, hlm.5)

Bank Syariah Indonesia (BSI) Kantor Palangkaraya Provinsi Kalimantan Tengah merupakan salah satu lembaga keuangan yang dalam menjalankan kegiatannya selalu mengutamakan *Customer service*, kualitas pelayanan dan efektivitas kerja yang baik kepada nasabah untuk meningkatkan kepuasan nasabah.

PT. Bank Syariah Indonesia (BSI), Tbk. Kantor Cabang Pembantu 3 (KCP) Palangkaraya Provinsi Kalimantan Tengah yang beralamat di Jl. Ahmad Yani No.56, Langkai, Kec. Pahandut, Kota Palangka Raya, Kalimantan Tengah 74874 sebelumnya merupakan Bank Mandiri Syariah, namun sejak 1 Februari 2021 berubah menjadi Bank Syariah Indonesia. Berdasarkan tabel 2 yakni perkembangan nasabah penabung khususnya pada Bank Syariah Indonesia (BSI) Kantor Palangkaraya Provinsi Kalimantan Tengah, terlihat bahwa rata-rata pertumbuhan jumlah nasabah mengalami peningkatan untuk pertahunnya, yakni sekitar 791 Nasabah dan 18 rekening deposito. Dengan adanya peningkatan tersebut maka perlu dilakukan penilaian mengenai pelaksanaan kualitas pelayanan yang telah dilakukan. Adanya beberapa

keluhan nasabah yang muncul mengenai pelayanan pada kantor ini yang tidak konsisten, ini disebabkan karena jumlah nasabah yang bertransaksi semakin banyak dan akhirnya berujung mempengaruhi kepuasan nasabah dalam setiap melakukan transaksi.

Untuk menghadapi persaingan antara lembaga perbankan yang semakin ketat, sekarang ini telah dikembangkan dalam berbagai konsep pelayanan nasabah dengan tujuan untuk mempertahankan nasabah dan menjangkau nasabah-nasabah potensial. Salah satu faktor yang dapat mempengaruhi pelayanan bank dalam hubungannya dengan kepuasan nasabah adalah *customer service*, kualitas pelayanan dan efektivitas kerja, di mana *Customer service*, kualitas pelayanan dan efektivitas kerja bertitik tolak pada pelaku bisnis untuk memberikan layanan terbaiknya sebagai wujud kepedulian perusahaan kepada nasabah/pelanggan (Ernie dan Kurniawan, 2005, hlm.132). Pernyataan tersebut menunjukkan bahwa adanya keterkaitan antara *customer service* dengan kepuasan nasabah.

Pelayanan yang diberikan oleh bank haruslah mencerminkan pendekatan seutuhnya dari seorang pegawai bank kepada nasabah. Hal ini dilakukan dengan sikap menolong, bersahabat dan profesional yang memuaskan nasabah agar nasabah tersebut datang untuk berbisnis kembali dengan bank kita. Dengan cara seperti itu seorang Front liner dapat menikmati pekerjaannya dan memajukan kariernya pada bank tersebut. Pelayanan nasabah yang bermutu menuntut adanya upaya keseluruhan pegawai bukan hanya bertugas di Front office yang berhadapan langsung dengan nasabah dalam menghasilkan pelayanan yang mencerminkan kualitas, tetapi juga pegawai di *Back office* yang menghasilkan pelayanan di belakang layar yang tidak kelihatan oleh nasabah (Kasmir, 2020, hlm.5).

Bagian *frontliner* yang paling sering berinteraksi kepada nasabahnya. Sikap saat melayani nasabah, penampilan saat bekerja dan pengetahuan dalam produk-produk bank yang akan disampaikan kepada nasabah harus benar-benar diperhatikan oleh *frontliner* karena hal tersebut dapat menciptakan rasa puas kepada nasabahnya. Sebagai contoh pegawai *frontliner* bank di bagian *Customer service* dan teller.

Tugas seorang *Customer Service* Islami adalah keseluruhan fitur dan karakteristik dari sebuah produk atau jasa yang bergantung pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat dan sesuai dengan nilai-nilai islam. Pelayanan seorang *Customer Service* dalam pandangan Islam (Muhammad ,2022, hlm.122), mempunyai nilai-nilai islami yang harus diterapkan dalam memberikan pelayanan yang maksimal. Dalam Al Qur'an, keharusan bersikap jujur dalam dunia bisnis seperti berdagang, berniaga dan atau jual beli, sudah diterangkan dengan sangat jelas dan tegas lain antara lain firman Allah SAW pada Qur'an Surah Al-Baqaroh : 283

﴿وَإِنْ كُنْتُمْ عَلَىٰ سَفَرٍ وَلَمْ تَجِدُوا كَاتِبًا فَرِهْنَ مَقْبُوضَهُ فَإِنْ أَصَابَكُمْ
بَعْضُ فُلْيُودٍ الَّذِي أُؤْتِمِنَ أَمَانَتُهُ وَلَيْتِيَ اللَّهُ رَبَّهُ ۖ وَلَا تَكُونُوا الشَّهَادَةَ وَمَنْ
يَكُنْهَا فَيَنْتَهَ إِثْمَ قَلْبُهُ ۖ وَاللَّهُ بِمَا تَعْمَلُونَ عَلِيمٌ ۝﴾

Artinya: “Jika kamu dalam perjalanan (dan bermu'amalah tidak secara tunai) sedang kamu tidak memperoleh seorang penulis, maka hendaklah ada barang tanggungan yang dipegang (oleh yang berpiutang). Akan tetapi jika sebagian kamu mempercayai sebagian yang lain, maka hendaklah yang dipercayai itu menunaikan amanatnya (hutangnya) dan hendaklah ia bertakwa kepada Allah Tuhannya; dan janganlah kamu (para saksi) menyembunyikan persaksian. Dan barang siapa yang

menyembunyikannya, maka sesungguhnya ia adalah orang yang berdosa hatinya; dan Allah Maha Mengetahui apa yang kamu kerjakan”. (Mushaf Alburhan, 2012,hlm.49).

Berdasarkan pra melihat yang dilakukan penulis pada tanggal 1-5 Juni 2022 di Bank Syariah Indonesia (BSI) Kantor Palangkaraya Provinsi Kalimantan Tengah, Penulis menemukan masalah terkait pelayanan publik. Masalah terkait pelayanan publik tersebut yaitu mengenai jangka waktu pelayanan, sebagai contoh ketika nasabah harus mengurus pembukaan rekening atau pergantian buku tabungan. Permasalahan kedua yaitu mengenai petugas CS yang melayani hanya satu orang saja, dengan jumlah nasabah yang mengantre untuk mendapatkan pelayanan terutama di jam kerja biasanya lebih dari 10 orang.

Masalah selanjutnya, mengenai sarana yang masih kurang, misalnya AC yang kurang sejuk, sistem yang sering bermasalah dan gangguan, air yang tidak lancar khususnya pada wastafel cuci tangan untuk nasabah sering tidak berfungsi. Masalah yang terakhir yaitu mengenai jumlah pegawai Bank Syariah Indonesia (BSI) Kantor Palangkaraya Provinsi Kalimantan Tengah yang masih kurang kompeten.

Pelayanan yang diberikan pegawai kepada menjadi sangat penting karena semakin berhubungan dengan khalayak masyarakat atau orang banyak dalam masyarakat. Pelayanan masyarakat merupakan suatu usaha yang dilakukan oleh seseorang/kelompok orang atau institusi tertentu untuk memberikan suatu tujuan tertentu. Allah berfirman dalam Alqur'an Surah Al-Baqarah Ayat 267 sebagai berikut.

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا أَنْفِقُوا مِنْ طَيِّبَاتِ مَا كَسَبْتُمْ وَمِمَّا أَخْرَجْنَا لَكُمْ مِنَ الْأَرْضِ
لَا تَيْمَمُوا الْخَيْبَ مِنْهُ تَنْفِقُونَ وَلَسْتُمْ بِأَخْذِيهِ إِلَّا أَنْ تُغْمِضُوا فِيهِ ۖ
وَاعْلَمُوا أَنَّ اللَّهَ غَنِيٌّ حَمِيدٌ

Artinya: “Hai orang-orang yang beriman, nafkahkanlah (di jalan Allah) sebagian dari hasil usahamu yang baik-baik dan sebagian dari apa yang kamu keluarkan dari bumi untuk kamu dan janganlah kamu memilih yang buruk-buruk lalu kamu nafkahkan darinya padahal kamu sendiri tidak mau mengambilnya melainkan dengan memicingkan mata terhadapnya. Dan ketahuilah bahwa Allah Maha Kaya lagi Maha Terpuji” (Mushaf Alburhan, 2012, hlm.45).

Ayat tersebut menegaskan bahwa Islam sangat memerhatikan sebuah pelayanan yang berkualitas, memberikan yang baik, dan bukan yang buruk. Thorik G dan Utus H (2018:77) menjelaskan bahwa pelayanan yang berkualitas bukan hanya mengantar atau melayani melainkan juga mengerti, memahami, dan merasakan. Dengan demikian maka penyampaian akan sampai pada heart share dan memperkuat posisi di dalam mind share konsumen. Adanya kedua unsur tersebut, tentu loyalitas konsumen semakin kokoh pula.

Pada tahun 2022 masih banyak pegawai dengan pendidikan SMA sebanyak 6 orang (42,9%) sehingga pimpinan perlu meningkatkan kompetensi pegawai tidak hanya melalui pendidikan formal saja, namun bisa dilakukan melalui pendidikan informal seperti diberikannya pelatihan, training, seminar dan studi banding kepada para pegawai. Hasil prasurvey diketahui bahwa masih terdapat beberapa pegawai yang belum memahami atau belum bisa mengoperasikan komputer atau teknologi informasi, dikarenakan kurangnya pengalaman dalam penggunaan komputer, kurangnya ketrampilan dalam mengakses internet dalam komputer selain itu diketahui juga bahwa pegawai masih kurang memahami produk dari PT. Bank Syariah Indonesia (BSI), Tbk. Kantor Cabang Pembantu 3 (KCP)

Palangkaraya Provinsi Kalimantan Tengah sehingga pegawai kurang optimal dalam menjelaskan produk pelayanan yang ada kepada nasabah. Pernyataan tersebut menunjukkan bahwa adanya keterkaitan antara kualitas pelayanan dengan kepuasan nasabah.

Selain *customer service* dan kualitas pelayanan, efektivitas kerja juga memengaruhi kepuasan nasabah di PT. Bank Syariah Indonesia (BSI), Tbk. Kantor Cabang Pembantu 3 (KCP) Palangkaraya Provinsi Kalimantan Tengah. Efektivitas merupakan hubungan antara output dengan tujuan penggunaan suatu teknologi telah sesuai dengan hasil yang dicapai. Efektivitas menunjukkan seberapa akurat perusahaan dalam mencapai tujuan yang telah ditetapkan (Wachidatus & Marlana, 2018). Penyelesaian tujuan sesuai dengan target waktu yang telah ditentukan dapat mencerminkan efektivitas operasional perusahaan.

Efektivitas kerja yang diberikan oleh pegawai PT. Bank Syariah Indonesia (BSI), Tbk. Kantor Cabang Pembantu 3 (KCP) Palangkaraya Provinsi Kalimantan Tengah masih harus ditingkatkan. Selama ini, pegawai yang melayani khususnya di bagian teller hanya satu orang saja dan pada bagian *customer service* hanya dua orang dan kadang satu orang CS saja karena menganggap antrean nasabah tidak terlalu banyak. Selain itu, pelayanan yang diberikan oleh pegawai PT. Bank Syariah Indonesia (BSI), Tbk. Kantor Cabang Pembantu 3 (KCP) Palangkaraya Provinsi Kalimantan Tengah kurang optimal disebabkan seringnya gangguan pada sistem perbankan. Hal ini menyebabkan efektivitas kerja pegawai sangat memengaruhi kepuasan nasabah.

Selain pada kantor atau bagian internal perusahaan, nasabah sering mengeluhkan efektivitas kerja dari eksternal perusahaan seperti merasa kualitas m-banking BSI menurun

dibandingkan sebelum merger dimana sebagian nasabah mengatakan bahwa aplikasi m-banking BRI Syariah lebih mudah dibandingkan setelah merger. Di mana m-banking BSI sering mengalami masalah dan pada m-banking BSI Syariah informasinya lebih jelas keterangan saldo mulai dari saldo masuk dan saldo keluar terdata di tabel online. Sedangkan pada m-banking BSI tidak terdapat keterangan saldonya pada setiap transaksi (play.google.com, 2022). Hal tersebut menunjukkan bahwa adanya keterkaitan antara efektivitas kerja dengan kepuasan nasabah.

Suatu organisasi atau kegiatan yang dijalankan tidak sesuai dengan apa yang diharapkan dan terealisasinya tujuan tersebut maka semua itu akan sia-sia. Sebagaimana yang terdapat dalam firman Allah QS. Al-Kahfi ayat 103-104 yang berbunyi:

قُلْ هَلْ نُنَبِّئُكُمْ بِالْأَخْسَرِينَ أَعْمَالًا ۖ

Artinya: Katakanlah: “Apakah akan kami beritahukan kepadamu tentang orang-orang paling merugi perbuatannya?” (Mushaf Alburhan, 2012, hlm.304)

الَّذِينَ ضَلَّ سَعْيُهُمْ فِي الْحَيَاةِ الدُّنْيَا وَهُمْ يَحْسَبُونَ أَنَّهُمْ يُحْسِنُونَ صُنْعًا

Artinya: Yaitu orang-orang yang telah sia-sia perbuatannya dalam kehidupan dunia ini, sedangkan mereka menyangka bahwa mereka berbuat sebaik-baiknya”. (Mushaf Alburhan, 2012, hlm.304).

Ayat di atas menjelaskan bahwa orang yang paling merugi amalannya adalah orang-orang yang mengikuti hawa nafsu mereka dalam beramal dalam rangka tujuan mereka untuk mencapai keuntungan dan keutamaan. Sehingga akibatnya beramal dengan cara demikian itu, mereka terjatuh dalam kerusakan dan mereka tidak akan mencapai tujuannya. Jadi jelas bahwa suatu organisasi ataupun kegiatan yang

dijalankan tidak sesuai dengan syariat yang telah ditetapkan maka semuanya itu akan sia-sia meskipun tujuan dari organisasi tersebut bersifat mulia.

Hasil studi pendahuluan yang dilakukan oleh penulis selama magang pada tanggal 3-7 September tahun 2022 dengan 10 orang nasabah melalui tanya jawab singkat mengenai kepuasan nasabah pada PT. Bank Syariah Indonesia (BSI), Tbk. Kantor Cabang Pembantu 3 (KCP) Palangkaraya Provinsi Kalimantan Tengah, diketahui bahwa dari 10 orang nasabah yang datang untuk melakukan transaksi, sebanyak 7 orang nasabah mengungkapkan kurang puas dengan pelayanan yang diberikan akibat jumlah pegawai yang melayani hanya satu orang dan menyebabkan nasabah mengantre cukup lama.

Berdasarkan permasalahan tersebut, maka menjadi alasan penulis memilih judul tulisan yaitu sebagai berikut “Pengaruh *Customer service*, Kualitas Pelayanan dan Efektivitas Kerja terhadap Kepuasan Nasabah di PT. Bank Syariah Indonesia (BSI), Tbk. Kantor Cabang Pembantu 3 (KCP) Palangkaraya Provinsi Kalimantan Tengah”.

B. Pengaruh Simultan Customer Service, Kualitas Pelayanan, dan Efektivitas Kerja terhadap Nasabah

Hasil tulisan menunjukkan bahwa *Customer service* (X1), Kualitas pelayanan (X2) dan Efektivitas Kerja (X3) berpengaruh signifikan secara simultan terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank Syariah Indonesia (BSI), Tbk. Kantor Cabang Pembantu 3 (KCP) Palangkaraya Provinsi Kalimantan Tengah. Sejalan dengan tulisan Nina Indah Febriana (2016), membuktikan bahwa secara simultan dimensi CARTER yang terdiri dari *compliance*, *assurance*, Kualitas pelayanan, *Customer services*, *empathy*, dan *responsiveness* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah. Analisis *servqual* menunjukkan bahwa dari

keseluruhan instrumen dimensi CARTER terdapat kesenjangan atau gap antara harapan nasabah dengan kualitas pelayanan. Analisis diagram kartesius menunjukkan bahwa ada beberapa hal yang perlu diprioritaskan untuk diperbaiki oleh Bank Muamalat Indonesia KCP Tulungagung, antara lain adalah tentang: sistem tabungan, ketepatan waktu pelayanan seperti yang telah dijanjikan, ketersediaan ATM, Peralatan yang digunakan, hubungan antara pegawai dengan nasabah, perhatian personal bank kepada nasabah, dan respons *Customer service* dalam menanggapi keluhan nasabah.

Afiatun Nuzulullaeli (2020), menunjukkan bahwa secara simultan kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah tabungan di Bank Muamalat Kantor Cabang XXX. Secara parsial, variabel bukti fisik (*Customer service*), keandalan (Kualitas pelayanan), jaminan (assurance), dan empati (empathy) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah. Sementara variabel daya tanggap (responsiveness) tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah.

Hendrardi (2019), menunjukkan secara dominan diketahui bahwa Responsiveness (X3) memiliki pengaruh terhadap kepuasan nasabah ($t_{hitung} = 0,000$, $\alpha=0,05$). Amelia (2018), menunjukkan ada hubungan mutu pelayanan dengan tingkat kepuasan nasabah di Bank Mandiri Medan. Mariam (2018) menunjukkan ada hubungan kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah di PT. Bank Mandiri, Tbk. KK Depok. Benjamin Schneider (2018), dengan hasil sebagai berikut: (a) Dukungan moderat ditemukan untuk pekerjaan sebelumnya pada korelasi stres peran untuk karyawan peran batas (Parkington & Schneider, 1979), dan baik dukungan ditemukan untuk hubungan antara persepsi dan sikap layanan karyawan cabang dan pelanggan cabang (Schneider, Parkington, & Buxton, 1980); (b) beberapa

hubungan signifikan dilaporkan antara persepsi karyawan cabang tentang praktik sumber daya manusia organisasi dan sikap pelanggan cabang tentang layanan; dan (c) sikap karyawan dan sikap pelanggan terkait dengan keinginan berpindah mereka sendiri dan satu sama lain. Hasil dibahas dari perspektif mempromosikan integrasi nasabah dan perilaku organisasi di sektor jasa.

Untuk melayani nasabah salah satu hal yang paling penting diperhatikan adalah sarana dan prasarana yang dimiliki bank. Meja dan kursi yang diduduki harus nyaman. Udara ruangan tenang dan sejuk, sehingga membuat nasabah betah untuk berurusan.

Kenyamanan nasabah juga sangat tergantung dari petugas *customer service* yang melayaninya. Petugas *customer service* harus ramah, sopan, dan menarik. Selain itu, petugas *customer service* harus cepat tanggap, pandai bicara, menyenangkan, serta pintar. Petugas *customer service* juga harus mampu memikat dan mengambil hati nasabah sehingga nasabah semakin tertarik. Demikian juga cara kerja harus cepat dan cekatan. Untuk ini semua sebelum menjadi *customer service* harus melalui pendidikan dan pelatihan khusus.

Dalam menjalankan kegiatan pelayanan petugas *customer service* harus mampu melayani dari awal sampai tuntas atau selesai. Nasabah akan merasa puas jika nasabah bertanggung jawab terhadap pelayanan yang diinginkannya. Jika terjadi sesuatu maka segera petugas *customer service* yang dari semula mengerjakannya mengambil alih tanggung jawabnya

Dalam melayani nasabah diharapkan petugas *customer service* harus melakukannya sesuai prosedur. Layanan yang diberikan sesuai jadwal untuk pekerjaan tertentu dan jangan membuat kesalahan dalam arti pelayanan yang diberikan sesuai dengan keinginan nasabah. 5

Petugas *customer service* harus mampu berbicara kepada setiap nasabah. Petugas *customer service* mampu dengan cepat memahami keinginan nasabah. Artinya, petugas *customer service* harus dapat berkomunikasi dengan bahasa yang jelas dan mudah dimengerti. Jangan menggunakan istilah yang sulit dimengerti. Memberikan jaminan kerahasiaan setiap transaksi. Menjaga rahasia bank sama artinya dengan menjaga rahasia nasabah. Oleh karena itu, petugas *customer service* harus mampu menjaga rahasia nasabah terhadap siapa pun. Rahasia bank merupakan ukuran kepercayaan nasabah kepada bank.

Untuk menjadi *customer service* harus memiliki pengetahuan dan kemampuan tertentu. Karena tugas *customer service* selalu berhubungan dengan manusia, maka *customer service* perlu dididik khusus mengenai kemampuan dan pengetahuannya untuk menghadapi nasabah atau kemampuan dalam bekerja.

Customer service harus cepat tanggap apa yang diinginkan oleh nasabah. Petugas *customer service* yang lamban akan membuat nasabah lari. Usahakan mengerti dan memahami keinginan dan kebutuhan nasabah.

Kepercayaan calon nasabah kepada bank mutlak diperlukan sehingga calon nasabah mau menjadi nasabah bank yang bersangkutan. Demikian pula untuk menjaga nasabah yang lama agar tidak lari perlu dijaga kepercayaannya. Semua ini melalui pelayanan petugas *customer service* khususnya dan seluruh karyawan bank umumnya.

Vithya Leninkumar (2017), mengungkapkan korelasi positif yang signifikan antara kepercayaan pelanggan dan loyalitas; kepuasan dan loyalitas pelanggan; serta kepuasan dan kepercayaan pelanggan. Kepuasan pelanggan telah diidentifikasi sebagai pengaruh penting pada loyalitas pelanggan. Selanjutnya, kepercayaan pelanggan dipengaruhi

oleh kepuasan pelanggan yang membuktikan bahwa kepuasan pelanggan merupakan anteseden dari kepercayaan pelanggan. Selain itu, hubungan tidak langsung antara kepuasan pelanggan dan loyalitas melalui kepercayaan pelanggan diamati. Studi masa depan dapat bereplikasi dalam konteks layanan lain dan perbandingan model bank pemerintah dan swasta akan memberikan pemahaman yang lebih.

Khan, Mubbsher Munawar; Fasih, Mariam (2018), menunjukkan bahwa kualitas layanan dan semua dimensinya memiliki hubungan yang signifikan dan positif dengan kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan. Sektor perbankan adalah sektor yang signifikan dalam perekonomian Pakistan dan telah mengalami pertumbuhan yang belum pernah terjadi sebelumnya dan persaingan yang mengamuk selama dekade terakhir. Oleh karena itu, tulisan ini secara khusus dilakukan untuk melihat fenomena tersebut dan mencari pembenaran empiris dalam hal ini dengan mempertimbangkan kualitas layanan sebagai faktor penyumbang utama terhadap kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan.

Memberikan pelayanan terbaik kepada umat manusia adalah pekerjaan yang sangat mulia dan merupakan pintu kebaikan bagi siapa saja yang mau melakukannya. Sebagian kecil dari ayat al-Qur'an dan hadis-hadis yang mendorong umat manusia untuk memberikan pelayanan terbaik kepada sesama. Akan tetapi sebelum berbicara lebih jauh Islam meletakkan batasan yang difirmankan oleh Allah dalam salah satu surat al-Maidah ayat 2:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَحِلُّوا شَعَائِرَ اللَّهِ وَلَا الشُّهْرَ الْحَرَامَ وَلَا الْهَدْيَ وَلَا
الْقَلَائِدَ وَلَا آمِينَ النَّبِيِّ الْحَرَامَ يَبْتَغُونَ فَضْلًا مِّن رَّبِّهِمْ وَرِضْوَانًا وَإِذَا حَلَلْتُمْ
فَاصْطَادُوا وَلَا يَجْرِمَنَّكُمْ شَنَاٰنُ قَوْمٍ أَن صَدُّوكُمْ عَنِ الْمَسْجِدِ الْحَرَامِ أَن
تَعْتَدُوا وَتَعَاوَنُوا عَلَى الْبِرِّ وَالتَّقْوَىٰ وَلَا تَعَاوَنُوا عَلَى الْإِثْمِ وَالْعُدْوَانِ وَاتَّقُوا
اللَّهَ إِنَّ اللَّهَ شَدِيدُ الْعِقَابِ

Artinya: “Jangan sampai kebencian(mu) kepada suatu kaum karena mereka menghalang-halangi dari Masjidilharam, mendorongmu berbuat melampaui batas (kepada mereka). Dan tolong-menolonglah kamu dalam (mengerjakan) kebajikan dan takwa, dan jangan tolong-menolong dalam berbuat dosa dan permusuhan.” (Mushaf Alburhan, 2012, hlm.106)

Melalui ayat di atas Allah memerintahkan kepada kita untuk saling menolong di dalam koridor “mengerjakan kebajikan dan takwa” dan Allah melarang sebaliknya. Jika kita melanggar ketentuan Allah maka hukuman akan diberikan dan “Sesungguhnya Allah amat berat siksa-Nya”. Jadi interaksi itu boleh dilakukan kapan pun dan dengan siapa pun selama tidak melanggar batasan di atas. Dalam salah satu hadisnya Rasulullah SAW memerintahkan kepada kita agar berusaha untuk menjadi manusia yang bermanfaat bagi sesama, bahkan beliau menjadikan “bermanfaat bagi sesama” sebagai parameter baik tidaknya kualitas iman seseorang.

Kepuasan nasabah menjadi fokus perhatian dari bank-bank yang beroperasi, hal ini karena bank menyadari tentang pentingnya nasabah terhadap kemajuan bisnis mereka. Karena sebuah bank tanpa nasabah tentu akan berdampak terhadap usaha perbankan itu sendiri. Oleh sebab itu, persaingan antar bank sangatlah tinggi dalam memperebutkan calon nasabah baru supaya tertarik menjadi nasabah mereka. Sehingga apa pun caranya selama masih layak dilakukan akan mereka perbuat demi pengembangan usaha.

Adapun tentang kepuasan nasabah menurut Tse dan Wilton dalam (Prasetyo, 2019) disebutkan bahwa kepuasan nasabah merupakan respons dari nasabah terhadap evaluasi ketidaksesuaian yang dirasakan setelah pemakaiannya.(Saputra & Alwie, 2015) Selanjutnya dikatakan bahwa kepuasan nasabah merupakan harapan dari perusahaan terhadap tingkat keunggulan yang diberikan kepada nasabah dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi harapan nasabah (Lovelock dalam Mutaqin, 2016).

Kepuasan nasabah yang diberikan oleh *Customer service* PT. Bank Syariah Indonesia (BSI), Tbk. Kantor Cabang Pembantu 3 (KCP) Palangkaraya Provinsi Kalimantan Tengah membentuk loyalitas nasabah yang membawa mereka pada kesuksesan. Seperti yang telah dijelaskan, 75% pelayanan yang dilakukan oleh PT. Bank Syariah Indonesia (BSI), Tbk. Kantor Cabang Pembantu 3 (KCP) Palangkaraya Provinsi Kalimantan Tengah didapatkan dari nasabah yang memutuskan untuk kembali lagi untuk menabung atau mendapatkan pelayanan lain di PT. Bank Syariah Indonesia (BSI), Tbk. Kantor Cabang Pembantu 3 (KCP) Palangkaraya Provinsi Kalimantan Tengah seperti melakukan pinjaman dana, deposito, mengurus dana Haji, tabungan rencana dan lain sebagainya. Mereka kembali setelah mendapat pengalaman layanan belanja yang menyenangkan. Hal ini cukup menerangkan bahwa di samping seorang pengusaha harus menyediakan barang yang bagus. Mereka juga dituntut untuk memberikan pelayanan yang memuaskan.

C. Pengaruh signifikan secara parsial *Customer service*, Kualitas pelayanan dan Efektivitas Kerja terhadap kepuasan nasabah

Hasil tulisan menunjukkan bahwa *Customer service* (X1) berpengaruh signifikan secara parsial terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank Syariah Indonesia (BSI), Tbk. Kantor Cabang Pembantu 3 (KCP) Palangkaraya Provinsi Kalimantan Tengah. Dalam tulisan ini pula dijelaskan beberapa tulisan terdahulu yang telah dilakukan. Alvi Naslia (2019) menuliskan tulisan dengan judul Analisis Tingkat Kualitas Pelayanan *Customer service* Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Kasus pada Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Darussalam). Rekso Jayengsari, dkk (2022), analisis tulisan menunjukkan pengaruh kualitas pelayanan *Customer service* terhadap kepuasan nasabah pada Bank BJB KCP Cipanas.

Customer service sebagai salah satu garis terdepan pada dunia perbankan harus bisa memberikan pelayanan yang terbaik dan semaksimal mungkin, agar nasabah merasa puas atas pelayanan yang diberikan dan lebih loyal lagi terhadap bank tersebut. Kepuasan nasabah merupakan hal yang dapat ditentukan nasabah berdasarkan pelayanan dan penyediaan produk Bank kepada nasabah. Pegawai sering kali tidak loyal sehingga menyebabkan pelayanan yang buruk atau kepuasan nasabah yang semakin menurun dari yang diharapkan pelanggan (Irnandha, 2016).

Adapun dalil tentang tanggung jawab seorang *Customer service* di jelaskan di dalam Q.S. An-Nisa': 58.

﴿إِنَّ اللَّهَ يَأْمُرُكُمْ أَنْ تُؤَدُّوا الْأَمَانَاتِ إِلَىٰ أَهْلِهَا وَإِذَا حَكَمْتُمْ بَيْنَ النَّاسِ أَنْ تَحْكُمُوا بِالْعَدْلِ ۚ إِنَّ اللَّهَ نِعِمَّا يَعِظُكُمْ بِهِ ۚ إِنَّ اللَّهَ كَانَ سَمِيعًا بَصِيرًا﴾

Artinya: " Sesungguhnya Allah menyuruh kamu menyampaikan amanat kepada yang berhak menerimanya, dan (menyuruh kamu) apabila menetapkan hukum

di antara manusia supaya kamu menetapkan dengan adil. Sesungguhnya Allah memberi pengajaran yang sebaik-baiknya kepadamu. Sesungguhnya Allah adalah Maha Mendengar lagi Maha Melihat".(Mushaf Alburhan, 2012,hlm.87).

Akhlak sangat penting untuk kehidupan setiap muslim, baik secara pribadi maupun masyarakat. Karena dengan akhlak seseorang dapat menyempurnakan kepribadiannya. Maka dari itu, setiap aspek ajaran islam berorientasi pada pembinaan dan pembentukan akhlak yang mulia (karimah). Akhlak yaitu tingkah laku manusia yang dilakukan dengan sengaja, diawali dari proses latihan yang menjadi kebiasaan, bersumber dari dorongan jiwa untuk melakukan perbuatan dengan mudah, tanpa melalui proses pemikiran, pertimbangan atau tulisan .

Sehubungan dengan tugas dan fungsi dari *Customer service*, maka seorang *Customer service* memiliki wewenang. Wewenang inilah yang merupakan wujud konkret tugas secara lebih khusus terhadap pekerjaan yang diembannya yaitu menyelesaikan setiap pekerjaan dan tugas sampai tuntas dengan baik (tidak ada yang tergantung atau pending, tidak ada masalah yang timbul dari pekerjaannya, kecuali memang hal itu terjadi di luar jangkauannya).

Berdasarkan pengamatan, ada saja keluhan nasabah terhadap kinerja petugas *customer service* pada PT. Bank Syariah Indonesia (BSI), Tbk. Kantor Cabang Pembantu 3 (KCP) Palangkaraya Provinsi Kalimantan Tengah. Hal yang sering terjadi adalah ketidaktepatan pegawai dalam bekerja seperti salah menulis nama nasabah pada form, lupa meminta tanda tangan nasabah, salah menulis no kartu ATM ketika registrasi pembuatan ATM. Akibat dari hal tersebut membuat pegawai harus bolak-balik yang juga membutuhkan tenaga atau menelepon petugas lainnya yang mengakibatkan penggunaan waktu tidak efisien.

Adapun keluhan lain yaitu lamanya proses pelayanan dan kurangnya pengetahuan terhadap produk-produk bank. Padahal sebagai petugas front liner mereka harus mampu menguasai seluruh produk bank agar ketika ditanya mereka tidak kebingungan. Selain itu pegawai *customer service* kurang ramah dan sabar dalam melayani nasabah, sebab pelayanan yang kurang memuaskan dapat membuat nasabah kesal. Bahkan lebih parahnya lagi nasabah bisa saja memutuskan hubungannya dengan pihak bank.

Customer service adalah pelayanan yang diberikan perusahaan kepada pelanggannya dengan tujuan untuk mengatasi masalah dan memberikan informasi yang dibutuhkan. Tujuannya adalah untuk menghasilkan kepuasan bagi pelanggan itu sendiri. Dalam sebuah industri, pelayanan perusahaan terhadap pelanggan merupakan hal yang sangat penting dimana pelanggan secara kritis dapat menentukan akan menggunakan atau memilih perusahaan melalui pengalamannya dalam mendapatkan pelayanan. Sebesar apa pun brand atau perusahaan, jika tidak didukung dengan pelayanan yang baik tentu saja akan ditinggalkan. Padahal dalam menjalankan bisnis, kepuasan pelanggan dapat mempengaruhi loyalitas nasabah.

Seorang *Customer Service* juga diharapkan dapat memberikan pelayanan yang cepat, akurat, baik dan ramah terhadap nasabah. Pelayanan baik, memuaskan dan maksimal yang diberikan oleh *Customer Service* memang berpengaruh terhadap loyalitas nasabah yang bersangkutan. Seorang *Customer Service* yang baik tidak hanya dilihat dari segi fisik, namun juga dilihat dari segi non-fisik seperti kemampuan dan etika pelayanan. Di samping itu untuk mempertahankan nasabah lama untuk terus membeli dan mengonsumsi produk bank tersebut, tetapi juga mampu untuk menarik calon nasabah baru untuk ikut membeli produk bank yang

ditawarkan serta memberikan pelayanan yang memuaskan kepada semua nasabah.

D. Pengaruh signifikan secara parsial Kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah

Hasil tulisan menunjukkan bahwa Kualitas pelayanan (X2) berpengaruh signifikan secara parsial terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank Syariah Indonesia (BSI), Tbk. Kantor Cabang Pembantu 3 (KCP) Palangkaraya Provinsi Kalimantan Tengah. Loyalitas merupakan suatu konsep yang sangat penting dalam pemasaran, khususnya dalam persaingan usaha yang semakin ketat saat ini. Keberadaan nasabah yang loyal akan sangat dibutuhkan oleh perusahaan, agar tetap bertahan hidup. Pegawai yang loyal adalah pegawai yang memegang sikap yang akan datang dari perusahaan, kesepakatan untuk membeli ulang barang atau jasa dan merekomendasikan produk ke yang lain.

Menurut Oxford English Dictionary (2020), loyalitas adalah *a strong feeling of support and alligience person shoeing firm and constant support*. Pandangan ini dipertegas Griffin (2020) yang mengatakan *loyalty is defined as non random purchase expressed over time by some decision making unit*. Berdasarkan definisi tersebut, loyalitas lebih mengacu pada wujud perilaku dari unit-unit pengambilan keputusan untuk melakukan pembelian secara terus menerus terhadap barang/jasa suatu perusahaan yang dipilih.

Hasil tulisan ini belum sepenuhnya mendukung teori lima dimensi kualitas pelayanan dari Parasuraman (2018) yang meliputi tangibles, reliability, assurance, responsiveness, dan emphaty. Karena dalam temuan ini ternyata hanya tiga dimensi yang terbukti berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan, yaitu *reliability*, *assurance* dan *responsiviness*. Hal ini menunjukkan bahwa variabel tangibles dan emphaty belum sesuai dengan harapan yang

diinginkan oleh nasabah, meskipun hal ini sangat penting bagi manajemen untuk menciptakan kepuasan nasabah.

Kualitas Pelayanan memiliki peran penting dalam menciptakan kepuasan pelanggan. Persepsi pelanggan mengenai kualitas Kualitas Pelayanan perusahaan baik atau tidaknya tergantung antara kesesuaian dan keinginan Kualitas Pelayanan yang diperolehnya. Perusahaan penyedia jasa, Kualitas Pelayanan yang diberikan menjadi suatu tolak ukur kepuasan pelanggan. Bila kualitas Kualitas Pelayanan jasa yang dirasakan lebih kecil dari pada yang diharapkan maka pelanggan akan merasa kecewa dan tidak puas bahkan memberi dampak negatif lainnya pada perusahaan.

Tjiptono (2015,hlm.125) menyatakan dengan indeks kepuasan kualitas konsumen yang diukur dalam ukuran apa pun dengan dimensi kualitas Kualitas Pelayanan yaitu tangible, empathy, reliability, responsiveness dan assurance memiliki pengaruh terhadap kepuasan konsumen.

Pengaruh antara kualitas Kualitas Pelayanan dengan kepuasan konsumen diperkuat oleh jurnal Suryadharma dan Nurcahya (2015) yang menunjukkan bahwa secara simultan variabel kualitas Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Tulisan yang dilakukan oleh Turgay Bucak (2020) menyatakan bahwa secara simultan terdapat pengaruh antara kualitas Kualitas Pelayanan dengan kepuasan konsumen.

Dalam al-Qur'an surat Ali Imron ayat 159, telah memberikan petunjuk untuk lemah lembut kepada seseorang (Wakhid dan Elvrita, 2019,hlm.137).

فَبِمَا رَحْمَةٍ مِّنَ اللَّهِ لِنْتَ لَهُمْ ۚ وَلَوْ كُنْتَ فَظًا غَلِيظَ الْقَلْبِ لَانفَضُّوا مِنْ حَوْلِكَ ۚ فَاعْفُ عَنْهُمْ وَاسْتَغْفِرْ لَهُمْ وَشَاوِرْهُمْ فِي الْأَمْرِ ۚ فَإِذَا عَزَمْتَ فَتَوَكَّلْ عَلَى اللَّهِ ۚ إِنَّ اللَّهَ يُحِبُّ الْمُتَوَكِّلِينَ

Artinya: “Maka disebabkan rahmat dari Allah-lah kamu Berlaku lemah lembut terhadap mereka. Sekiranya kamu bersikap keras lagi berhati kasar, tentulah mereka menjauhkan diri dari sekelilingmu. Karena itu ma'afkanlah mereka, mohonkanlah ampun bagi mereka, dan bermusyawaratlah dengan mereka dalam urusan itu. Kemudian apabila kamu telah membulatkan tekad, Maka bertawakkallah kepada Allah. Sesungguhnya Allah menyukai orang-orang yang bertawakkal kepada-Nya.” (Mushaf Alburhan, 2012,hlm.71)

Menurut Othman dan Owen (2019,hlm.58), alasan bank syariah harus sadar akan pentingnya kualitas pelayanan adalah produk dan layanan bank syariah harus diterima sebagai produk dan layanan yang berkualitas tinggi oleh nasabah. Allah senang melihat pekerjaan selesai pada tingkat Itqan yang artinya mempersiapkan dan memberikan hasil terbaik atau melakukan segala sesuatu dengan loyalitas tinggi. Menggunakan loyalitas layanan dalam bank syariah menjadi penting karena hubungannya dengan biaya, keuntungan, kepuasan nasabah, ingatan nasabah, serta kata-kata positif dari mulut nasabah.

Hennis-Thuran dan Klee (1997) dalam Cadogen dan Foster (2019) menyatakan bahwa loyalitas muncul dari persepsi akan kualitas. Terbentuknya loyalitas muncul setelah selesainya proses psikologi tentang output perusahaan (misalnya penampilan fisik produk yang dihasilkan, komunikasi yang dilakukan oleh sales person, lokasi kantor pusat, pengiriman dan layanan purna jual) dengan informasi yang berhubungan dengan perusahaan (misalnya nama merek, identitas perusahaan) yang akan tersimpan di memori nasabah dalam jangka panjang (Peter dan Olson, 1993; Foxall dan Golsdmith, 2019 dalam Cadogen dan Foster, 2019). Dengan kata lain, loyalitas dimulai saat nasabah mempunyai

pengalaman dengan organisasi penyedia jasa, dan membuat kesimpulan tentang kualitas dan organisasi penyedia jasa. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa semakin tinggi loyalitas layanan, maka akan semakin tinggi kepuasan nasabah.

Al-Qur'an dan Al Hadist tidak hanya sebagai panduan untuk melakukan ibadah tetapi juga memberikan panduan konsep pelayanan perbankan syariah. Konsep pelayanan berdasarkan Al-Qur'an: (a) karyawan bank syariah menjadi agen pelayanan perbankan syariah harus memperhatikan 3 konsep dasar pelayanan yakni: keikhlasan, kesesuaian pelayanan dengan syariat, dan berusaha melayani dengan pelayanan terbaik (sungguh-sungguh), (b) pedoman yang terkandung dalam Alquran untuk memberikan pelayanan pada nasabah yakni: karyawan mencontoh Rasulullah SAW dalam melayani pelanggannya waktu berdagang, melayani nasabah dengan lemah lembut, memiliki sifat pemaaf, menyelesaikan masalah dengan musyawarah, dan memiliki tekad yang kuat dalam memberikan layanan, tawakkal terhadap hasil yang akan dicapai. Bank juga harus menerapkan metode dakwah Rasulullah SAW dalam menarik minat, dan membina nasabah yaitu Al-hikmah, AlMau'idzah bil Hasanah dan Al-Mujadalah Bil Hasanah.

E. Pengaruh Signifikan Secara Parsial Efektivitas Kerja Terhadap Kepuasan Nasabah

Hasil tulisan menunjukkan bahwa Efektivitas Kerja (X3) berpengaruh signifikan secara parsial terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank Syariah Indonesia (BSI), Tbk. Kantor Cabang Pembantu 3 (KCP) Palangkaraya Provinsi Kalimantan Tengah. Pernyataan mengenai "Pihak Bank sudah tepat dalam memberikan pelayanan kepada masyarakat yang membutuhkan pinjaman atau keperluan menabung." diketahui bahwa rata-rata responden menyatakan kurang

setuju dengan mean skor sebesar 3,1. Pernyataan mengenai “Pihak bank menawarkan deposito atau tabungan berjangka dengan keuntungan yang kompetitif kepada nasabah.” diketahui bahwa rata-rata responden menyatakan kurang setuju dengan mean skor sebesar 2,96. Pernyataan mengenai “Bank memberikan bunga ringan kepada masyarakat”. diketahui bahwa rata-rata responden menyatakan kurang setuju dengan mean skor sebesar 2,86. Pernyataan mengenai “Bank memberikan cicilan ringan dan persyaratan mudah bagi masyarakat yang memiliki usaha.” diketahui bahwa rata-rata responden menyatakan kurang setuju dengan mean skor sebesar 2,72. Pernyataan mengenai “Bank memberikan keringanan denda keterlambatan pembayaran cicilan.” diketahui bahwa rata-rata responden menyatakan kurang setuju dengan mean skor sebesar 2,82. Pernyataan mengenai “Bank memiliki anak cabang dan gerai ATM di lokasi strategis.” diketahui bahwa rata-rata responden menyatakan kurang setuju dengan mean skor sebesar 2,82. Pernyataan mengenai “Bank memberikan kemudahan dalam setiap transaksi.” diketahui bahwa rata-rata responden menyatakan kurang setuju dengan mean skor sebesar 2,82

Efektivitas menurut Kurniawan, (2020,hlm.109) adalah kemampuan melaksanakan tugas, fungsi (operasi kegiatan program atau misi) daripada suatu organisasi atau sejenisnya yang tidak adanya tekanan atau ketegangan di antara pelaksanaannya. Menurut Duncan (2019,hlm.53) dalam mengukur efektivitas kerja yang meliputi integrasi, adaptasi dan pencapaian tujuan.

Dalam Islam pengaturan segala sesuatu dilakukan dengan baik, tepat dan tuntas merupakan hal yang disyariatkan oleh Islam. Sebagaimana dalam hadis yang diriwayatkan Imam Muslim bahwa Rasulullah bersabda: “Sesungguhnya Allah telah mewajibkan kebaikan pada segala sesuatu, maka jika kamu membunuh, bunuhlah dengan

baik, dan jika kamu menyembelih, sembelihlah dengan baik.
“ (HR. Muslim).

Kata ihsan bermakna melakukan sesuatu secara maksimal dan optimal. Tidak boleh seorang muslim melakukan sesuatu tanpa perencanaan, tanpa ada pemikiran dan tanpa adanya tulisan . Akan tetapi pada umumnya dari hal yang kecil hingga hal yang besar harus dilakukan secara optimal, baik, benar dan tuntas. Dengan demikian ketika melakukan sesuatu dengan benar, baik, terencana dan terorganisasi dengan rapi maka akan terhindar dari keraguan (Hafiduddin dkk, 2003).

Efektivitas merupakan hubungan antara output dengan tujuan penggunaan suatu teknologi telah sesuai dengan hasil yang dicapai. Efektivitas menunjukkan seberapa akurat perusahaan dalam mencapai tujuan yang telah ditetapkan (Wachidatus & Marlena, 2018). Penyelesaian tujuan sesuai dengan target waktu yang telah ditentukan dapat mencerminkan efektivitas operasional perusahaan (Amirullah, 2004). Menurut kamus Bahasa Indonesia, efektivitas berasal dari kata efektif yang berarti memiliki nilai efektif, yaitu bisa memberikan hasil yang maksimal (KBBI, 2020).

Nasabah merasa kualitas m-banking BSI menurun dibandingkan sebelum merger dimana sebagian nasabah mengatakan bahwa aplikasi m-banking BRI Syariah lebih mudah dibandingkan setelah merger. Di mana m-banking BSI sering mengalami masalah dan pada m-banking BNI Syariah informasinya lebih jelas keterangan saldo mulai dari saldo masuk dan saldo keluar terdata di tabel online. Sedangkan pada m-banking BSI tidak terdapat keterangan saldonya pada setiap transaksi (play.google.com, 2022).

Berbagai macam komentar negatif dikeluhkan ini menandakan bahwa nasabah tidak merasa puas dengan layanan mobile banking BSI. Aplikasi sulit dipahami karena

terlalu banyak fitur di luar kebutuhan utama, sehingga membuat nasabah yang masih awam bingung menggunakan aplikasi tersebut. Selain itu untuk melakukan transaksi secara online harus memiliki usaha yang lebih untuk melakukan transaksi dengan menghubungi CS atau build operate transfer (BOT) yang sering disebut Aisyah (play.google.com, 2022).

Nasabah juga mengeluhkan sistem Mobile Banking BSI rumit di mana terdapat nasabah yang menghubungi call center karena m-banking nasabah tersebut terblokir namun nasabah disarankan untuk mengunjungi *customer service*, setelah mengunjungi CS nasabah disarankan kembali oleh CS untuk menghubungi call center. Banyak juga nasabah yang berkomentar bahwa dalam pengoperasian aplikasi sering terkendala proses transaksi gagal (play.google.com, 2022).

Hal ini sejalan dengan tulisan Erina (2021) bahwa terdapat nasabah kurang puas karena terkadang Mobile Banking dibatasi oleh koneksi internet, sehingga nasabah lebih memilih untuk melakukan transaksi langsung di bank. Selain itu menurut tulisan Saputro (2020) nasabah melakukan transaksi dengan Mobile Banking BRI Syariah namun tidak diberitahukan tentang berhasil atau tidaknya transaksi tersebut menyebabkan nasabah merasa tidak puas terhadap pelayanan mobile banking. Terkadang aplikasi Mobile Banking mengalami maintenance atau perbaikan setelah melakukan transaksi, keluhan lainnya aplikasi Mobile Banking terkadang logout sendiri sehingga harus login kembali.

F. Penutup

Berdasarkan hasil tulisan yang dilakukan, maka disimpulkan *Customer service* (X1), Kualitas pelayanan (X2) dan Efektivitas Kerja (X3) berpengaruh signifikan secara simultan terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank Syariah

Indonesia (BSI), Tbk. Kantor Cabang Pembantu 3 (KCP) Palangkaraya Provinsi Kalimantan Tengah.

Customer service (X1), Kualitas pelayanan (X2) dan Efektivitas Kerja (X3) berpengaruh signifikan secara parsial terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank Syariah Indonesia (BSI), Tbk. Kantor Cabang Pembantu 3 (KCP) Palangkaraya Provinsi Kalimantan Tengah.

Untuk mengatasi masalah yang dihadapi *customer service* pada PT. Bank Syariah Indonesia (BSI), Tbk. Kantor Cabang Pembantu 3 (KCP) Palangkaraya Provinsi Kalimantan Tengah, maka yang harus dilakukan pihak manajemen maupun *customer service* adalah dengan meningkatkan kualitas pelayanan yang ada serta menerapkan strategi peningkatan kualitas pelayanan yang telah ditawarkan seperti mengidentifikasi determinan utama kualitas pelayanan, mengelola harapan pelanggan, mengelola bukti (*evidence*) kualitas jasa, mendidik nasabah tentang jasa, menindak lanjuti jasa.

Semua pernyataan tentang pengaruh kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah, dengan demikian untuk meningkatkan kepuasan nasabah, maka PT. Bank Syariah Indonesia (BSI), Tbk. Kantor Cabang Pembantu 3 (KCP) Palangkaraya Provinsi Kalimantan Tengah harus meningkatkan kualitas pelayanan.

Diharapkan aparat pemerintah pada PT. Bank Syariah Indonesia (BSI), Tbk. Kantor Cabang Pembantu 3 (KCP) Palangkaraya Provinsi Kalimantan Tengah dapat lebih konsisten melaksanakan pelayanan dengan tidak membedakan nasabah yang dilayani sehingga nasabah merasa puas dengan pelayanan yang diterima. Diharapkan adanya suatu standar layanan yang ditetapkan oleh pemerintah yang mengatur tentang keramahan dan kesopanan para pegawai pada PT. Bank Syariah Indonesia (BSI), Tbk. Kantor Cabang Pembantu 3 (KCP) Palangkaraya Provinsi Kalimantan Tengah

selama melayani masyarakat yang membutuhkan pelayanan publik. Untuk penulis selanjutnya perlu ditambahkan variabel lain seperti kemampuan pegawai, kompetensi pegawai, komunikasi pegawai, lingkungan kerja, budaya organisasi, perilaku pegawai dan lain sebagainya, pemoderasi atau intervening untuk membuat tulisan ini menjadi lebih akurat dengan tingkat pendekatan yang berbeda-beda sehingga dapat membantu dalam proses tulisan selanjutnya.

Daftar Pustaka

- Al Arif, Nur Rianto, 2020. *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*; cetakan I, Jakarta, Alfabeta.
- Budiman. 2018. *Kapita Selekta Kuesioner Tulisan* . Salemba Medika: Jakarta.
- Gunara, Thorik & Hardiono, U.S, 2018. *Marketing* Muhammad, Takbir Publishing House, Bandung
- Kasmir. 2020. *Bank dan Lembaga Keuangan lainnya*. PT. Raja Grafindo Persada: Jakarta.
- Kasmir, 2020. *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya*. Kencana Prenada Media Group: Jakarta.
- Kasmir. 2020. *Manajemen Perbankan*. PT. Raja Grafindo Persada: Jakarta.
- Kementerian Agama. 2012. *Mushaf Alburhan*. Jakarta: Kemenag.
- Kotler. Philip. 2019. *Definisi Pelayanan*. Salemba Medika: Jakarta.
- Moenir. 2006. *Manajemen Pelayanan Umum di Indonesia*. Bumi Aksara: Jakarta.
- Morissan. 2018. *Teori Komunikasi*. Ghalia Indonesia: Jakarta.
- Muhammad, Nur. “The Effect of Service Quality on and Loyalty of Electronic Users Maal (E-Maal) Islamic Perspective at Basmalah Shops in Bondowoso Regency,” *At-Turost: Journal of Islamic Studies* 9, no. 1 (2022): 122–137
- Musa, Y.M. 2019. *Falsafat al-ahklaq fi al-islam*. Kairo: Dar alA'raf.
- Nurrachman. 2019. *Pengaruh Perilaku Kepemimpinan, Kepuasan Kerja dan Motivasi terhadap Kinerja*. Pustaka Utama: Jakarta.

- Nurudin. 2020. *Pengantar Komunikasi Massa*. Raja Grafindo Persada: Jakarta.
- Parasuraman. (2015). *The Behaviorial Consequenses of Service Quality, Jurnal of Marketing*, Vol 60.
- Pohan. 2018. *Jaminan Mutu Pelayanan Kesehatan Dasar-dasar Pengertian dan Penerapan*. Pustaka Merdeka: Jakarta.
- Purwanto. 2020. *10 Prinsip Kepuasan Pelanggan, Paradigma Baru Merebut Hati Pelanggan*. Gramedia Pustaka: Jakarta.
- Ruslan, Rosady. 2021. *Manajemen Public Relations dan Media Komunikasi*. Raja Grafindo Persada: Jakarta.
- Sugito, 2021. *Mengukur Kepuasan Pelanggan*. Raja Grafindo Persada: Jakarta.
- Sugiyono, 2018. *Metode Tulisan Untuk Manajemen*. Alfabeta: Jakarta.
- Supranto. 2020. *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan*. Rineka Cipta: Jakarta.
- Suryanto. 2020. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Pustaka Setia: Jakarta.
- Swastha. 2020. *Determination of Brand Loyalty Factors Age Group 18-24*. *Academy of Marketing studies Journal*: Harvard: London.
- Thoha Miftah. 2019. *Kepemimpinan dalam Manajemen*. PT. Raja Grafindo Persada: Jakarta.
- _____. 2019. *Perilaku Organisasi, Konsep Dasar dan Aplikasinya*. PT. Raja Grafindo Persada: Jakarta.
- Timpe, A.Dale. 2020. *Seri Ilmu dan Seni Manajemen Bisnis: Memimpin Manusia Managing People*. Gramedia Asri Medika: Jakarta.
- Tjiptono, Fandi dan Candra, Gregorius. 2020. *Service, Quality, and Satisfaction*. Andi: Yogyakarta.
- Triatmojo. 2020. *Mengukur Kepuasan Pelanggan*. Nuha Medika: Yogyakarta.
- Uripni, Lia Christina. 2020. *Komunikasi, Teori dan Praktik*. EGC: Jakarta.
- Umar, Hussein. 2020. *Desain Tulisan MSDM dan Perilaku Pegawai: Paradigma Positivistik dan Berbasis Pemecahan Masalah*. Raja Grafindo Persada: Jakarta.

- West, Richard dan Turner, A. Lyn. 2018. *Pengantar Teori Komunikasi: Analisis dan Aplikasi*. Salemba Humanika: Jakarta.
- Zeithaml and Leonard L Berr, Parasuraman A. 2019. *Reassessment of Implication For Further Research. Journal Marketing*.

BAB VIII

KEPUTUSAN MENJADI NASABAH TABUNGAN IB HIJRAH HAJI DI BANK MUAMALAT KCP BARABAI

**Lutpi Sahal & Norlatifah
FEBI UIN Antasari Banjarmasin**

A. Pendahuluan

According to Muhammad Rizalun Nashoha (2023) in his journal entitled At-Taradhi: Jurnal Studi Ekonomi, the existence of Islamic banks has a direction and purpose to provide great benefit to all people in Indonesia. During this time, the public views Islamic banking product only for Muslims. While the fact is that many non-Muslim communities are customers in Islamic banks. (Nashoha, 2023)

Islamic banking is a financial system whose main objective is to achieve the teaching of the Qur'an. Islamic law reflects the commandements of God, and organizes all aspects of Muslim life, and therefore directly involved in islamic finance, spirituality and social justice. (M. Saleh Sarwer, 2013)

Menurut pasal 1 butir 1 Undang-undang nomor 7 tahun 1992 perbankan merupakan tempat atau badan usaha yang melakukan penghimpunan dana dari masyarakat berbentuk simpanan dan menyalurkannya kembali kepada masyarakat dengan tujuan untuk meningkatkan tarap hidup masyarakat. (Wiroso, 2009:44)

Sedangkan pengertian bank syariah adalah bank yang secara operasional atau pengoperasiannya berbeda dengan bank umum atau bank konvensional. yang menjadi salah satu ciri khas bank syariah sendiri adalah tidak menerima atau tidak mendapatkan keuntungan dari nasabah (bebas bunga), akan tetapi menerima atau membebaskan kepada nasabah berupa bagi hasil serta imbalan lainnya sesuai dengan akad-akad yang telah disepakati bersama. Imbalan yang diterima oleh bank syariah maupun yang dibayarkan kepada nasabah

tergantung pada akad dan perjanjian antara nasabah dan bank tersebut. Akad (perjanjian) yang ada pada perbankan syariah harus taat pada syarat dan rukun akad sebagaimana yang diatur dalam syariah Islam. Konsep dasar bank syariah adalah al-Qur'an dan hadis. Seluruh produk dan jasa yang ditawarkan bank syariah tidak boleh bertentangan dengan al-Qur'an dan hadis Rasulullah SAW. (Ismail, 2011: 22-26)

Bank syariah menjalankan kegiatan usahanya berdasarkan prinsip syariah dan terdiri dari jenis Bank Umum Syariah dan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah. (Wiroso, 2009: 46)

Sebagai salah satu lembaga keuangan yang dasar prinsipnya adalah syariah, tentunya bank syariah mempunyai berbagai macam produk, sama halnya seperti bank konvensional. Namun dalam kegiatannya bank syariah menggunakan beberapa akad pada produknya, seperti pada produk tabungan yang menggunakan akad *mudharabah*, *wadiah* dan juga banyak produk lainnya yang menggunakan akad. Menjadi sebagai salah satu lembaga keuangan yang menjunjung tinggi nilai Islami tentunya bank syariah menawarkan banyak produk-produk yang dapat digunakan oleh nasabah muslim seperti salah satunya ada tabungan iB Hijrah Haji. Seperti yang kita ketahui bersama, haji merupakan rukun Islam yang kelima, maka dari itu tabungan haji menjadi salah satu produk yang harus dicoba yang ada di bank syariah.

Haji merupakan rukun Islam yang kelima, dan menunaikannya merupakan kewajiban bagi seluruh umat Islam (baik itu laki-laki maupun perempuan, merdeka, balig, dan mempunyai akal sehat) yang mampu secara materi, fisik dan ilmu yang berdasarkan dalil-dalil yang ada baik dari Alquran maupun As Sunah. Ibadah haji merupakan kegiatan tahunan dengan cara mengunjungi dan melaksanakan aktivitas peribadatan di beberapa tempat yang berada di tanah

suci mekkah atau Arab Saudi, di mana waktunya sudah ditentukan yaitu hanya pada musim haji saja (bulan Dzulhijjah).

Allah SWT berfirman:

وَلِلّٰهِ عَلَى النَّاسِ حِجُّ الْبَيْتِ مَنِ اسْتَطَاعَ اِلَيْهِ سَبِيْلًا ۚ وَمَنْ كَفَرَ فَاِنَّ اللّٰهَ غَنِيٌّ عَنِ الْعٰلَمِيْنَ

Artinya: “Dan karena Allah saja haji ke Baitullah bagi manusia yang mampu mengadakan perjalanan ke sana. Barang siapa yang kafir maka sesungguhnya Allah tidak butuh terhadap alam semesta.” (QS Ali Imra: 97)

Dalam hadis Rasulullah SAW dinyatakan;

قَالَ رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ: بُنِيَ الْإِسْلَامُ عَلَى خَمْسٍ: شَهَادَةِ أَنْ لَا إِلَهَ إِلَّا اللَّهُ وَأَنَّ مُحَمَّدًا رَسُولُ اللَّهِ، وَإِقَامَ الصَّلَاةِ، وَإِيتَاءَ الزَّكَاةِ، وَالْحَجِّ، وَصَوْمِ رَمَضَانَ

Artinya: “Rasulullah bersabda: “Islam dibangun di atas lima perkara: Syahadat Laa Ilaaha Illallah wa anna Muhammadar Rasulullah, menegakkan shalat, mengeluarkan zakat, haji ke Baitullah, dan puasa Ramadhan.” (Multafaqun’alaih)

dalam hadis lain dari Abu Hurairah dinyatakan;

سُئِلَ النَّبِيُّ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ أَيُّ الْأَعْمَالِ أَفْضَلُ قَالَ إِيْمَانٌ بِاللَّهِ وَرَسُولِهِ قِيلَ ثُمَّ مَاذَا قَالَ جَهَادٌ فِي سَبِيلِ اللَّهِ قِيلَ ثُمَّ مَاذَا قَالَ حَجٌّ مَبْرُورٌ

Artinya: “Nabi SAW ditanya, amal apa yang paling afdal?” Bersabda Nabi, “beriman kepada Allah dan Rasul-Nya.” Kemudian apa? “*jihad fi sabilillah.*” Lalu apa? “haji mabrur.” (HR. Bukhari). (Hidayatullah, 2018, hal. 2-3)

Quote opinion of Muhammad Noor, Hajj and Umrah is an obligation for every Muslim who has reason and has the ability, but from the general public such as farmers, traders,

civil servants and even successful entrepreneurs there are still those who do not understand the procedures for carrying out Hajj and Umroh according to the guidelines of Islamic law. (Noor, 2018)

Adapun prinsip yang diterapkan pada tabungan iB Hijrah Haji adalah prinsip *wadiah*. Prinsip *wadiah* yang diterapkan yaitu *wadiah amanah*. Dalam *wadiah amanah*, pada prinsipnya ini harta yang titipkan oleh nasabah tidak boleh dimanfaatkan oleh tempat penitipan atau bank. (Karim, 2008, hal. 107)

Al-wadiah juga dapat diartikan sebagai titipan yang murni dari satu pihak ke pihak lain, baik individu maupun badan hukum, yang harus dijaga dan dikembalikan kapanpun penitipnya menghendaki. (Antonio, 2001, hal. 85)

Adapun landasan syariahnya adalah sebagai berikut:

إِنَّ اللَّهَ يَأْمُرُكُمْ أَنْ تُؤَدُّوا الْأَمَانَاتِ إِلَىٰ أَهْلِهَا

Artinya: “Sesungguhnya Allah menyuruh kamu untuk menyampaikan amanat (titipan), kepada yang berhak menerimanya....” (QS. An-Nisa: 58)

Secara kelembagaan bank syariah yang pertama kali berdiri di Indonesia adalah Bank Muamalat Indonesia (BMI), kemudian menyusul bank-bank baru lainnya yang membuka jendela bagi bank syariah (*Islamic window*) dalam menjalankan kegiatan usahanya. (Ansari, 2009, hal. 30)

PT Bank Muamalat Indonesia Tbk (BMI) merupakan bank syariah pertama di Indonesia yang menggunakan konsep perbankan secara syariah. BMI sendiri didirikan atas usulan dari Majelis Ulama Indonesia (MUI), Ikatan Cendekiawan Muslim Indonesia (ICMI) dan pengusaha muslim yang kemudian mendapat dukungan dari pemerintah Indonesia. Bank Muamalat mulai melakukan kegiatan perbankan pada

tanggal 1 Mei 1992/ 27 Syawal 1412 H. (Bank Muamalat Indonesia, 2016)

Bank Muamalat sebagai salah satu bank syariah di Indonesia juga pastinya mempunyai produk tabungan iB Hijrah Haji. Bank Muamalat merupakan Bank Umum Syariah pertama di Indonesia yang dijalankan secara profesional dan murni syariah. Bank Muamalat juga menjadi salah satu Bank Penerima Setoran Biaya Penyelenggara Ibadah Haji (BPS-BPIH) yang terdaftar di SISKOHAT Kementerian Agama Republik Indonesia. Tabungan iB Hijrah Haji di bank Muamalat yang ditawarkan merupakan solusi paling lengkap untuk perjalanan ibadah haji. Bank Muamalat juga berkomitmen memfasilitasi nasabah untuk berhijrah dan agar selalu menjadi lebih baik.

Keuntungan produk tabungan iB Hijrah Haji yang ditawarkan oleh bank Muamalat adalah:

1. Online melalui SISKOHAT (Sistem Komputerisasi Haji Terpadu) Kemenag
2. Tahun keberangkatan dan besaran deposit bisa disesuaikan, gratis biaya fasilitas autodebet
3. Ketenangan pikiran karena dana dikelola sesuai dengan hukum syariah
4. Setoran mudah, dapat dilakukan melalui e-banking dan transfer bank terjadwal (baik harian maupun bulanan)
5. Umrah gratis melalui program Rezeki Haji Berkah, perlengkapan haji eksklusif. (Bank Muamalat Indonesia, 2016)

Menurut Kotler keputusan membeli suatu barang atau produk oleh masyarakat dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor. (Daryanto dan Setyabudi, 2014, hal. 97) faktor yang dapat mempengaruhi pembelian adalah:

1. Faktor budaya
2. Faktor sosial
3. Faktor pribadi

4. Faktor psikologi

Melihat dari banyaknya faktor yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian oleh masyarakat, maka dari itu penyusun tertarik untuk meneliti faktor apa yang paling besar pengaruhnya baik secara simultan maupun parsial dalam pengambilan keputusan oleh masyarakat untuk menjadi nasabah tabungan iB Hijrah Haji yang tertuang ke dalam sebuah skripsi yang diberi judul “Pengaruh faktor budaya, sosial, pribadi dan psikologi terhadap keputusan masyarakat untuk menjadi nasabah tabungan iB Hijrah Haji di Bank Muamalat KCP Barabai (Studi kasus pedagang dan karyawan kota Barabai)”.

B. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Masyarakat

1. Perilaku Konsumen

Konsumen adalah individu atau sebuah badan usaha atau organisasi yang menggunakan produk dan jasa untuk memenuhi kebutuhannya. dalam *Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen* menyatakan bahwa konsumen ialah setiap orang pengguna barang atau jasa dalam masyarakat, baik untuk kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain, maupun makhluk hidup lain dan tidak untuk diperjualbelikan. Jika tujuan membeli produk adalah untuk dijual kembali, maka disebut sebagai konsumen antara (*organizational consumer*), seperti pengecer, agen atau distributor. Sedangkan mereka yang memperoleh dan menggunakan barang atau jasa untuk tujuan memenuhi hidupnya sendiri, keluarga dan tidak untuk diperjualbelikan kembali disebut sebagai konsumen akhir (*personal consumer*). (Effendi, 2016, hal. 13)

Pada pokoknya, banyak sekali faktor masa sebelumnya dan masa kini yang memengaruhi para konsumen. Keputusan-keputusan ke depannya akan dipengaruhi oleh perilaku saat ini. Seandainya seorang konsumen merasa puas dengan merek yang dibelinya,

maka ia akan cenderung membelinya kembali. Tetapi jika ia tidak puas dengan suatu merek produk tertentu, maka besar kemungkinan ia akan meninggalkannya dan mencoba merek yang lain. Terdapat aspek-aspek tertentu dari tingkah laku konsumen yang jelas dan tidak memerlukan keterangan-keterangan luas. Akan tetapi ada pula aspek-aspek lain yang kurang jelas. Mengingat sikap konsumen nyatanya merupakan suatu manifestasi dari perilaku manusia, maka tolak ukur kita dalam rangka memahami konsumen adalah dengan memahami perilaku manusia dengan segala macam kesulitan dan ambiguitasnya. (Sunnyoto, 2015, hal. 7)

Berdasarkan pendapat Basu Swastha Dharmmestha (1999) dalam manajemen pemasaran tentang analisa perilaku konsumen menjelaskan bahwa konsumen membeli barang serta jasa ialah untuk memuaskan berbagai macam keinginan dan kebutuhan. Bagi manusia barang serta jasa itu sendiri tidaklah sepenting keinginan dan kebutuhan yang dipenuhinya, melainkan karena barang-barang tersebut dianggap dapat memenuhi kebutuhan yang diinginkannya. Oleh karena itu, yang dibeli konsumen bukanlah barang itu sendiri, melainkan manfaat yang dapat diberikan oleh barang tersebut, atau dengan kata lain, barang tersebut mampu untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan si pembeli (Daryanto dan Setyabudi, 2014, hal. 86).

Perilaku manusia didorong oleh kebutuhan dasar, manusia sebagai makhluk sosial yang perilakunya dipengaruhi oleh lingkungan. Lingkungan sosial selain berfungsi sebagai instrumen untuk memenuhi kebutuhan dan sekaligus sebagai orientasi terhadap perilaku individu. Oleh karena itu, manusia terlibat dalam konsumsi produk dan jasa yang diproduksi di lingkungan mereka, maka yang bersangkutan memiliki perilaku konsumtif

(konsumen). Sebagai konsumen orang menemukan diri mereka dalam situasi di mana mereka harus membuat keputusan. (Effendi, 2016, hal. 4)

Ada banyak definisi khusus tentang perilaku konsumen, di antaranya sebagai berikut: perilaku konsumen adalah aktivitas individu dalam mencari, mengevaluasi, memperoleh, mengonsumsi dan menghentikan penggunaan barang dan jasa. Perilaku konsumen adalah studi tentang proses yang terjadi ketika individu atau kelompok memilih, membeli, menggunakan atau berhenti menggunakan produk, layanan, ide atau pengalaman untuk memenuhi keinginan dan hasrat tertentu.

Perilaku konsumen dipahami sebagai aktivitas mental dan fisik pelanggan rumah tangga (konsumen akhir) dan pelanggan bisnis yang mengarah pada keputusan tentang pembayaran, pembelian, dan penggunaan produk dan jasa tertentu.

Aspek utama dimensi perilaku konsumen terbagi menjadi 3 bagian yaitu (Kotler & Armstrong, 2021):

1. Tipe pelanggan meliputi:

- a. Konsumen akhir atau konsumen rumah tangga adalah konsumen yang membeli untuk diri sendiri, keluarga, atau sebagai hadiah untuk teman ataupun keluarga tanpa maksud untuk menjualnya kembali. Dengan kata lain, pembelian dilakukan khusus untuk konsumsi sendiri.
- b. Konsumen bisnis (juga disebut konsumsi organisasi, konsumen industri, atau konsumen perantara) adalah jenis konsumen yang melakukan pembelian untuk diproses lebih lanjut, kemudian dijual (produsen); disewakan kepada pihak lain; dijual kepada pihak lain (pedagang); digunakan untuk kepentingan sosial dan kepentingan umum (pasar pemerintah dan

organisasi). Oleh karena itu, jenis konsumen ini mencakup asosiasi perdagangan (seperti rumah sakit, sekolah, lembaga pemerintah, Lembaga Swadaya Masyarakat, dan lain sebagainya).

2. Peranan konsumen terdiri atas hal-hal sebagai berikut
 - a. *User* adalah orang yang secara aktual (sebenarnya) mengonsumsi atau menggunakan suatu produk atau mengambil manfaat dari produk atau jasa yang dibeli.
 - b. *Payer* atau dalam bahasa Indonesia adalah pembayar merupakan orang yang mendanai atau membiayai pembelian.
 - c. *Buyer* adalah orang yang terlibat atau berpartisipasi dalam pengadaan produk dari pasar.
- Masing-masing peran di atas dapat dilakukan oleh satu orang, namun bisa juga dilakukan oleh orang yang berbeda. Jadi seseorang bisa menjadi *user* sekaligus *payer* dan *buyer*. Selain itu, individu A bisa juga menjadi *payer*, B menjadi *user*, dan C menjadi *buyer*. Semua itu tergantung pada konteks dan situasi pembelian.
3. Perilaku pelanggan yang terdiri dari:
 - a. Aktivitas mental, seperti menilai kesesuaian suatu merek produk, menilai kualitas produk berdasarkan informasi yang diperoleh dari iklan, dan menilai pengalaman sebenarnya dalam mengonsumsi suatu produk/ jasa.
 - b. Aktivitas fisik, ini mencakup mengunjungi toko, membaca pedoman (panduan) konsumen atau katalog, berinteraksi dengan wiraniaga dan melakukan pemesanan produk.

Memahami fungsi mental dan fisik pelanggan mengarah pada identifikasi pihak mana yang terlibat dalam proses, siapa yang memainkan peran masing-

masing (*user*, *payer*, dan *buyer*), mengapa proses tertentu dapat terjadi, karakteristik konsumen seperti apa yang dapat menentukan perilaku mereka, dan faktor lingkungan apa yang mempengaruhi proses perilaku pelanggan. (Daryanto dan Setyabudi, 2014, hal. 86-88)

2. Aktor Budaya

Budaya adalah suatu bentuk stereotip masyarakat umum yang mengumpulkan generasi-generasi dari budaya yang sama yang dikerahkan berdasarkan keinginan, harapan dan kebutuhan dan aspirasi yang sama.. Budaya memberi orang identitas dan pemahaman tentang perilaku yang dapat diterima dalam masyarakat. Budaya adalah kompleks simbol buatan dan benda buatan (*antifacts*) yang diwariskan dari generasi ke generasi sebagai penentu dan pengatur perilaku anggotanya (Hawkins & Mothersbaugh, 2010).

Cultural values can be regarded as mental images that affect various kinds certain attitudes, which in turn affect the way a person tends to behave in certain situations for example buying new clothes; evaluate, choose among alternatives and finally pay for a certain types of clothing. (Lawan & Zanna, 2013, hal. 520) Budaya memperlengkap orang dengan rasa identitas dan pengertian akan perilaku yang dapat diterima di dalam masyarakat. Budaya merupakan kompleks simbol dan benda-benda buatan manusia (*antifacts*) yang diciptakan manusia dan diwariskan dari generasi ke generasi sebagai faktor penentu (*determinants*) dan pengatur (*regulator*) perilaku anggotanya. Jadi kebudayaan merupakan wujud sebuah komunitas bersama yang berkumpul yang memiliki kesamaan dari generasi ke generasi yang dimobilisir oleh kesamaan hasrat, ekspektasi, kebutuhan dan keinginan. Kebudayaan merupakan realisasi kesamaan pandangan

hidup manusia ketika membentuk komunitasnya yang disebut masyarakat. Pandangan hidup yang dimiliki bersama seperti perilaku, kepercayaan, nilai-nilai, norma, simbol-simbol, sikap dan tindakan, motif dan persepsi (Al-Jeraicy, 2016).

Struktur sosial dan etnis sangat menentukan sebagian apa yang dibeli dan digunakan konsumen sebagai individu. Persepsi konsumen tentang sesuatu, termasuk cara mereka berpikir, percaya dan bertindak, ditentukan oleh lingkungan budaya tempat konsumen berada dan kelompok yang terkait dengan konsumen. Pengaruh semua kelompok sosial terhadap perilaku konsumen dimulai dari budaya dimana konsumen itu berada (tinggal). Budaya memengaruhi perilaku pembelian atau konsumsi produk dan jasa karena budaya mengintegrasikannya ke dalam kehidupan sehari-hari. Budaya menentukan apa yang kamu dengar dan makan, di mana kamu tinggal dan ke mana kamu pergi. Budaya mempengaruhi pembelian dan penggunaan produk serta kepuasan terhadap penggunaan produk tersebut (Kahle & Xie, 2018).

Budaya dapat dipahami sebagai ilmu yang mempelajari semua aspek masyarakat. Termasuk di dalamnya bahasa, pengetahuan, hukum dan adat istiadat yang memberi masyarakat karakter dan kepribadian yang khas. Dalam konteks perilaku konsumen, budaya didefinisikan sebagai seluruh keyakinan, nilai, dan kebiasaan yang dipelajari dan membantu mengatur perilaku konsumsi anggota masyarakat tertentu. Keyakinan dan nilai merupakan pedoman bagi perilaku konsumen; kebiasaan adalah cara yang sering dapat diterima (Котлер, 2008).

Budaya memberikan konsumen cara, pedoman dan arahan di semua tahap pemecahan masalah. Kebudayaan bersifat dinamis dan secara perlahan terus berkembang

untuk memenuhi kebutuhan hidup. Budaya dipelajari dari generasi ke generasi dari pengalaman sosial, menciptakan serangkaian kepercayaan, nilai dan adat istiadat melalui enkulturasi. Hal ini diperoleh dengan pembelajaran formal, informal dan teknis. Iklan dapat meningkatkan pembelajaran formal, pembelajaran informal melalui penguatan perilaku dan harapan yang diinginkan; iklan juga mendorong pembelajaran informal dengan menyediakan model perilaku. Budaya disampaikan kepada konsumen melalui bahasa yang sama dan beberapa simbol dengan makna yang sama.

Pada dasarnya diketahui tiga hal tentang pengaruh budaya terhadap perilaku konsumen: pertama, budaya mempengaruhi struktur konsumsi. Kedua, budaya mempengaruhi bagaimana individu membuat keputusan. Ketiga, budaya merupakan variabel terpenting dalam menciptakan dan menyampaikan makna produk. Budaya ada untuk memenuhi kebutuhan manusia dalam suatu masyarakat. Budaya berarti cara hidup yang sepenuhnya dipelajari dan di wariskan kepada generasi berikutnya. Ini berarti budaya tidak hanya mencakup tindakan berdasarkan naluri, tetapi juga di pelajari untuk keberadaan budaya. (Effendi, 2016, hal. 68)

Quoting from International journal of management by Terry Nugraha Istiaputra and Achsanika Hendratmi, Culture factor is one of vast and profound influence which affect the consumers' purchase behavior. Cultural factor itself consists of culture, subculture, and social class. The desire and consumers' behavior mostly affected by the culture which affect the customers. (Hendratmi, 2020)

Budaya juga memiliki efek yang paling luas dan mendalam pada perilaku konsumen. Perusahaan harus menyadari peran budaya, sub budaya dan kelas sosial pembeli. Budaya adalah penyebab dasar keinginan dan

perilaku manusia. Proses yang digunakan untuk mengembangkan budaya adalah sosialisasi. Proses tersebut berlanjut sepanjang hidup saat orang menganut nilai-nilai yang memengaruhi konsumsi. (Sunyoto, 2015, hal. 13-15)

Faktor kebudayaan yang terdiri dari (Kotler & Armstrong, 2021):

1. Kebudayaan, adalah faktor yang sangat mendasar dalam perilaku konsumen.
2. Sub-budaya, dapat dibagi menjadi empat jenis yaitu kelompok nasionalisme, agama, ras dan wilayah geografis.
3. Kelas sosial, yaitu kelompok yang relatif homogen dan berumur panjang dalam masyarakat yang tersusun secara hierarki dan yang anggotanya memiliki perilaku, minat dan motivasi yang hampir sama/serupa. (Daryanto dan Setyabudi, 2014, hal. 83).

3. Faktor Sosial

Secara etimologis, istilah sosial berasal dari kata latin yaitu *classic*, yang digunakan oleh petugas sensus untuk mengklasifikasikan warga negara berdasarkan kekayaannya, sehingga menentukan wajib militer. Pada abad 18-an, penggunaan “kelas” mulai menggantikan istilah-istilah klasifikasi seperti pewarisan, pangkat, dan jabatan sebagai alat utama pengorganisasian masyarakat dalam divisi hierarkis. Ini sesuai dengan penggunaan karakteristik turun-temurun dari kelas sosial itu sendiri dan semakin pentingnya kekayaan dan pendapatan sebagai indikator status dalam hierarki sosial (Nursafitri & Ulya, 2021).

Dalam masyarakat yang terus berkembang dan semakin kompleks, selalu ada perbedaan status yang dapat ditelusuri kembali ke berbagai aktivitas dan profesi yang semakin terspesialisasi. Menurut Gilbert dan Kahl dalam

Engel, Blackwell dan Miniard (1995) mengemukakan bahwa variabel-variabel yang menentukan status atau kelas sosial seseorang, dapat diklasifikasikan ke dalam tiga kategori, yaitu (Syariah & Lampung, 2023):

1. Variabel ekonomi

Variabel ekonomi seperti pekerjaan, pendapatan dan properti sangat penting karena apa yang dilakukan orang untuk mencari nafkah tidak hanya menentukan berapa banyak yang harus dikeluarkan anggota keluarga. Pekerjaan merupakan bagian penting dari kelas sosial karena begitu banyak aspek kehidupan lainnya yang terkait dengan pekerjaan.

2. Variabel Interaksi

Variabel interaksi *prestise* individu, pergaulan termasuk pendidikan dan sosialisasi membentuk inti dari kelas sosial. Orang memiliki otoritas ketika ada orang lain yang menghormati mereka. Gengsi individu adalah perasaan dalam pikiran manusia, yang mungkin tidak selalu tahu bahwa itu sama. Reputasi atau kehormatan individu seseorang bersifat relatif dan karenanya harus terkait dengan budaya atau sistem sosial tertentu. Untuk membedakan mereka yang mendapat kehormatan sebagai simbol status tinggi dan rendah dalam strata sosial masyarakat Max Weber (1864-1920) menjelaskan melalui gaya hidup (*life style*), yaitu penggunaan waktu senggang, gaya hidup mewah, adat istiadat, agama dan lain-lain. Oleh karena itu, cara hidup melibatkan kebiasaan atau budaya dalam kelompok tertentu.

3. Variabel politik

Variabel politik terdiri dari kekuasaan, kesadaran kelas dan mobilitas dan suksesi, penting dalam memahami aspek politik dan sistem kelas sosial. Kekuasaan adalah kemampuan individu atau kelompok untuk melaksanakan kehendak mereka atas orang lain.

Pekerjaan yang dilakukan konsumen memiliki pengaruh yang signifikan terhadap gaya hidup mereka dan merupakan dasar terpenting untuk menanamkan penghargaan, penghormatan dan rasa hormat. Status seseorang juga dapat dipengaruhi oleh kesuksesan terkait dengan status orang lain dalam pekerjaan yang sama. Meskipun pendapatan bukanlah indikator yang baik untuk kelas sosial secara umum, pendapatan dapat digunakan sebagai ukuran efektivitas pribadi di tempat kerja. Orang merasa paling bahagia saat berada di sekitar orang yang memiliki nilai dan perilaku yang sama. Keanggotaan kelompok dan interaksi dianggap sebagai faktor utama dalam kelas sosial (Marliah Maulina, 2019).

Konsumen membeli produk tertentu berdasarkan kesadaran mereka akan keanggotaan kelas sosial yang terkait dengan gaya hidup (kepercayaan, sikap, tindakan dan perilaku yang sama) yang biasanya membedakan anggota setiap kelas dari anggota kelas sosial lainnya. Kelas sosial merupakan bentuk segmentasi yang hierarki dan natural karena aspek hierarki dari kelas sosial sangat penting bagi pemasar dan produsen untuk menentukan konsumen mana yang menjadi sasaran produk yang diciptakan dan mana yang lebih tinggi, menengah atau kelas bawah. Sementara ketidakadilan dan jarak dari konsumen tampak jelas di sini, itu semua adalah segmentasi yang wajar, karena semuanya terjadi dan tercipta dengan sendirinya. Pengaruh kelas sosial terhadap perilaku konsumen terlihat jelas ketika melihat pembelian yang dilakukan untuk mencari nafkah. Kedudukan seseorang dalam setiap kelompok dapat ditentukan berdasarkan peran dan statusnya. Setiap peran memiliki status yang mencerminkan penghargaan umum masyarakat. Kedudukan seseorang dalam suatu

kelompok sosial, dari kecil hingga besar, mempengaruhi perilaku konsumen dalam mengambil keputusan karena alasan pribadi dan psikologi (Nursafitri & Ulya, 2021).

Profil kelas sosial yang berbeda memberikan gambaran menyeluruh tentang nilai, sikap dan perilaku yang membedakan anggota kelas sosial yang berbeda. Dilihat dari peran kelas sosial dalam perilaku konsumen dapat diamati melalui tempat berbelanja, penggunaan waktu senggang, cara penggunaan uang dan lain sebagainya (Kotler & Armstrong, 2021).

- a. Tempat berbelanja: anggota kelas sosial tertentu berbeda dalam mengenai apa yang mereka anggap sesuai dengan selera dan mode yang baik, misalnya konsumen kelas menengah ke bawah sangat menyukai T-shirt, topi, dan pakaian lain dengan pengenal eksternal, seperti nama atau grup yang dikagumi (*Michael Jordan*), perusahaan atau merek yang dihormati (*Heineken*), atau merek dagang yang dihargai (*Nike*). Konsumen ini adalah kelompok sasaran utama dari produk berlisensi. Di sisi lain, konsumen kelas atas membeli pakaian yang tidak memiliki fitur pendukung tersebut di atas. Para konsumen kelas atas juga mencari pakaian dengan cetakan yang lebih halus, seperti pakaian olahraga yang ada di katalog. Dapat diamati bahwa orang-orang mengenakan pakaian luar dengan label *desainer* sangat terkenal masih di lengan jaket mereka. Itu juga merupakan tanda status dan kesempatan untuk membeli pakaian mewah yang mahal. Kelas sosial merupakan variabel penting dalam menentukan di mana seorang konsumen berbelanja. Orang cenderung menghindari tempat belanja yang citranya menunjukkan kelas sosial yang sama sekali berbeda dari mereka.

- b. Pencarian waktu senggang: keanggotaan kelas sosial erat hubungannya dengan kegiatan rekreasi dan waktu senggang. Misalnya para konsumen kelas atas mungkin nonton bioskop dan konser, bermain *bridge*, dan nonton pertandingan sepak bola perguruan tinggi. Para konsumen kelas bawah cenderung penggemar televisi dan pecandu kegiatan memancing, dan mereka menikmati film dari atas mobil, dan pertandingan *baseball*. Meski demikian tanpa memedulikan apakah kita sedang menggambarkan para konsumen kelas menengah atau kelas pekerja, tampak ada kecenderungan untuk melakukan pengeluaran yang lebih besar untuk berbagai pengalaman yang menyertakan seluruh anggota keluarga (liburan atau berbagai kegiatan keluarga) dan mengurangi pengeluaran untuk membeli barang tertentu.
- c. Cara penggunaan uang: simpanan, pengeluaran dan penggunaan kartu kredit tampaknya ada hubungannya dengan kedudukan kelas sosial. Para konsumen kelas atas lebih berorientasi ke masa depan dan yakin terhadap kepandaian mereka dalam mengatur keuangan, mereka lebih bersedia menanamkan uang mereka ke dalam asuransi, saham dan perumahan. Sebagai perbandingan, para konsumen kelas bawah lebih memerhatikan kepuasan yang langsung dirasakan, jika mereka menabung lebih memerhatikan keamanan dan jaminan. Karena itu, tidaklah mengherankan jika sampai pada pemakaian kartu kredit bank mereka untuk pembelian dengan cicilan, sedangkan para anggota kelas sosial atas membayar kartu kredit mereka secara penuh setiap bulan. Jadi profil semua kelas sosial ini menunjukkan bahwa perbedaan sosial ekonomi

antara berbagai kelas yang tercermin dalam perbedaan sikap, kegiatan hiburan dan kebiasaan konsumsi. Ini sebabnya mengapa segmentasi berdasarkan kelas sosial sangat menarik bagi para pemasar. (Effendi, 2016, hal. 81-82)

Faktor sosial juga terdiri dari (Hawkins & Mothersbaugh, 2010):

- a. Keluarga, ini akan membentuk sebuah referensi yang sangat berpengaruh terhadap perilaku konsumen. Keluarga merupakan kelompok sosial pertama dalam kehidupan manusia, di mana ia belajar dan menyatakan diri sebagai manusia sosial di dalam hubungan interaksi dengan kelompoknya termasuk pembentukan norma-norma sosial, tempat ia belajar dan menyatakan diri sebagai manusia sosial di dalam hubungan dengan interaksi dengan kelompoknya dan internalisasi dari pada norma-norma terbentuknya *frame of reference*, *sense of belongingness* dan lain-lain. Dengan istilah lain keluarga merupakan kelompok primer yang paling penting di dalam kehidupan masyarakat. Sementara *Schiffmen dan Kanuk*, (2004) menyatakan bahwa keluarga adalah didefinisikan sebagai dua orang atau lebih, yang dihubungkan oleh darah, pernikahan atau adopsi yang tinggal bersama-sama. Dapat disimpulkan bahwa keluarga merupakan satu kesatuan sosial terkecil yang terdiri atas suami, istri dengan disertai atau belum adanya anak-anak yang didahului oleh ikatan pernikahan. di dalam keluarga manusia pertama-tama belajar memperhatikan keinginan-keinginan orang lain, belajar bekerja sama, bantu membantu dan lain-lain. Dengan kata lain individu pertama-tama belajar memegang peranan sebagai makhluk sosial yang memiliki norma-norma dan kecakapan-kecakapan

tertentu dalam pergaulannya dengan orang lain. Jadi selain keluarga itu berperan sebagai tempat individu berkembang sebagai manusia sosial, terdapat pula peranan-peranan tertentu di dalam keluarga yang dapat memengaruhi perkembangan individu sebagai makhluk sosial. Keluarga merupakan tempat pertama individu mengerti nilai, norma, peranan dan adat yang ada dalam masyarakat. (Effendi, 2016, hal. 95-96)

- b. Kelompok anutan, bisa disebut dengan istilah *reference group*, pada dasarnya keanggotaan seseorang biasanya memilih atau bergabung dengan sebuah referensi untuk tiga alasan: untuk mendapat pengetahuan yang berharga, untuk mendapatkan penghargaan atau menghindari hukum, dan untuk mendapatkan makna yang digunakan untuk membangun, memodifikasi atau memelihara konsep pribadi mereka. Daya tarik selebritas juga termasuk dalam kelompok anutan, para selebriti terutama bintang film, tokoh TV, penghibur populer, tokoh olahraga, merupakan daya tarik kelompok anutan yang sudah lumrah. Bagi para pendukung mereka yang setia dan bagi kebanyakan masyarakat umum, selebriti mewakili usaha untuk mencapai kehidupan ideal yang dibayangkan kebanyakan orang bahwa mereka cinta pada kehidupan. Para pemasang iklan mengeluarkan biaya yang jumlahnya besar untuk meminta selebriti mempromosikan produk mereka, dengan harapan agar yang membaca atau menonton akan memberikan reaksi positif terhadap kaitan selebriti dengan produk mereka. (Effendi, 2016, hal. 87-89)

Adapun penentu kelas sosial menurut sosiolog Joseph Kahl dalam buku *Consumer Behavior* oleh Engel, Blackwell dan Miniard (1995) meliputi

pekerjaan, prestasi pribadi, interaksi, pemilikan, orientasi nilai, dan kesadaran kelas (Al-Jeraicy, 2016).

- a. Pekerjaan, ketika orang-orang bertemu, pertanyaan yang sering diajukan adalah, 'apa pekerjaan Anda?' pertanyaan ini memberikan petunjuk yang baik mengenai kelas sosial individu bersangkutan.
- b. Prestasi pribadi, status seseorang dapat pula dipengaruhi oleh keberhasilannya yang berhubungan dengan status orang lain di dalam pekerjaan yang sama. Walaupun pendapatan bukanlah indikator yang baik untuk keseluruhan kelas sosial, pendapatan dapat berfungsi sebagai ukuran prestasi pribadi di dalam suatu pekerjaan. Dua puluh lima persen penghasil pendapatan puncak di dalam pekerjaan apa pun mungkin juga merupakan yang paling dihormati sebagai orang yang kompeten secara pribadi di dalam bidang mereka.
- c. Interaksi, orang paling senang jika mereka bersama orang dengan nilai dan perilaku yang sama.
- d. Pemilikan, adalah simbol keanggotaan kelas, tidak hanya jumlah pemilikan, tetapi sifat pilihan yang dibuat. Keputusan pemilikan terpenting yang mencerminkan kelas sosial suatu keluarga adalah pilihan di mana untuk tinggal. Ini mencakup baik jenis rumah dan lingkungan tetangga. Satu lagi pemilikan yang sangat penting adalah universitas tempat orang menuntut ilmu.
- e. Orientasi nilai, nilai menunjukkan kelas sosial di mana seseorang termasuk di dalamnya. Ketika sekelompok orang berbagi seperangkat keyakinan bersama yang abstrak yang mengorganisasi dan menghubungkan banyak sifat spesifik adalah mungkin untuk menggolongkan individu di dalam kelompok dengan tingkat di mana ia memiliki nilai.

- f. Kesadaran kelas, kelas sosial seseorang ditunjukkan hingga jangkauan tertentu dengan berapa sadar orang bersangkutan akan kelas sosial di dalam suatu masyarakat. Individu yang relatif sadar akan perbedaan kelas lebih mungkin berasal dari kelas yang lebih tinggi, walaupun individu dari kelas sosial yang lebih rendah mungkin lebih sadar akan realitas kelas sosial secara keseluruhan. (Sunyoto, 2015, hal. 24-26)

4. Faktor Pribadi

Kepribadian mewujudkan perilaku manusia yang dapat membedakan antara manusia satu dengan yang lainnya. Karena kepribadian merupakan latar belakang perilaku yang ada dalam diri individu. Keputusan melakukan pembelian dipengaruhi oleh karakteristik pribadi seperti umur dan tahapan daur hidup, pekerjaan, situasi ekonomi, gaya hidup serta kepribadian dan konsep diri.

Faktor pribadi yang terdiri dari (Kotler & Armstrong, 2021):

- a. Umur dan tahapan daur hidup, ini akan menentukan selera seseorang terhadap produk/ jasa.
- b. Pekerjaan, hal ini akan mempengaruhi pola konsumsi seseorang.
- c. Situasi ekonomi, yaitu terdiri dari pendapatan yang dapat dibelanjakan (tingkatnya, stabilitasnya, dan polanya), tabungan dan hartanya, kemampuan untuk meminjam.
- d. Gaya hidup yaitu pola hidup didunia yang diekspresikan oleh kegiatan, minat, dan pendapatan seseorang secara keseluruhan yang berinteraksi dengan lingkungan, di samping itu juga dapat mencerminkan sesuatu dibalik kelas sosial seseorang, misalnya kepribadian.

- e. Kepribadian dan konsep diri, kepribadian ini adalah karakteristik psikologis yaitu berbeda dari setiap orang yang memandang responsnya terhadap lingkungan yang relatif konsisten. (Effendi, 2016, hal. 285)

5. Faktor Psikologi

Faktor psikologis adalah salah satu faktor yang timbul dari dalam diri konsumen yang sangat memengaruhi dalam kaitannya dengan pembelian suatu produk. dalam faktor psikologis ada beberapa hal yang berkaitan dengan pengambilan keputusan pembelian, yaitu (Nursafitri & Ulya, 2021):

a. Motivasi konsumen

Motivasi dalam bahasa Inggris disebut *motivation* sedangkan dalam Latin disebut *movere* yang berarti dorongan atau menggerakkan. Menurut Dirgahurnarso Singgih dan Zulher (2012) motivasi atau upaya untuk memenuhi kebutuhan pada seseorang dapat dipakai sebagai alat untuk menggairahkan seseorang untuk giat melakukan kewajibannya tanpa harus diperintah atau diawasi. Konsep motivasi dipakai untuk menggambarkan hubungan antara harapan dengan tujuan, kebutuhan dan rangsangan. Kebutuhan merupakan konsep yang bertalian dengan motivasi disebut dengan istilah *needs*. Kebutuhan merupakan situasi motivasi yang subjektif yang terdapat dalam diri konsumen yang bersifat internal. Kebutuhan akan menjadi motif jika terdorong hingga mencapai level intensitas yang memadai. Motif adalah kebutuhan cukup mampu mendorong seseorang bertindak dan mengambil keputusan dalam pembelian. (Effendi, 2016, hal. 254)

b. Persepsi Konsumen

Persepsi konsumen adalah suatu proses yang membuat seseorang memilih, mengorganisasikan, menginter-

pretasikan rangsangan-rangsangan yang diterima menjadi suatu gambaran yang berarti dan lengkap tentang dunianya. Persepsi secara umum adalah pandangan seseorang terhadap sesuatu yang akan membuat respons bagaimana dan dengan apa seseorang akan bertindak. (Effendi, 2016, hal. 268)

c. Sikap dan keyakinan

Sikap merupakan kecenderungan yang dipelajari, ini berarti bahwa sikap yang berkaitan dengan perilaku pembelian terbentuk sebagai hasil dari pengalaman langsung mengenai produk, informasi secara lisan yang diperoleh dari orang lain atau melalui media massa dan periklanan, internet dan berbagai bentuk pemasaran langsung. Sikap mungkin dihasilkan dari perilaku tetapi sikap tidak sama dengan perilaku. Sikap dapat mendorong konsumen ke arah perilaku tertentu atau menarik konsumen dari perilaku tertentu. Melalui tindakan dan pembelajaran, orang mendapat keyakinan dan sikap, yang kemudian akan mempengaruhi perilaku konsumen. (Effendi, 2016, hal. 275).

6. Proses Keputusan Pembelian

Mengambil keputusan dalam perspektif yang lebih luas dan dipelajari, pengambilan keputusan konsumen dalam konteks semua jenis pilihan konsumsi, mulai dari konsumsi berbagai produk baru sampai pada pemakaian berbagai produk lama dan sudah dikenal luas. Menurut pemahaman umum bahwa sebuah keputusan adalah seleksi terhadap dua pilihan alternatif atau lebih. Dengan istilah lain, pilihan alternatif harus tersedia bagi seseorang ketika mengambil keputusan (Al-Jeraicy, 2016).

Dalam memperlakukan pengambilan keputusan konsumen sebagai suatu pemecahan masalah mengasumsikan bahwa konsumen memiliki sasaran yang

ingin dicapai atau dipuaskan. Seorang konsumen menganggap sesuatu adalah masalah, karena konsekuensi yang diinginkan belum dapat dicapai misalnya “saya haus, saya lapar”. Konsumen membuat keputusan untuk berperilaku diarahkan kepada sasaran yang ingin dicapai atau dipenuhi. Jadi dalam pengertian ini bahwa pengambilan keputusan konsumen adalah proses pemecahan masalah yang diarahkan pada sasaran (Kahle & Xie, 2018).

Pengambilan keputusan konsumen akan menjadi lebih ekstensif dan majemuk apabila keterlibatan pembelian semakin meningkat. Tindakan pembelian seperti dilansir oleh *James F Engel* dkk (1994), *Philip Kotler* (2005), *J.W.Stanton* (1993) yang menyebutkan bahwa ada beberapa proses yang dilakukan dalam rangka tindakan pembelian yaitu: mengenali atau pemahaman adanya kebutuhan, pencarian informasi, evaluasi alternatif, tindakan pembelian dan perilaku pasca pembelian.

Mengenali kebutuhan, pada dasarnya tergantung dari seberapa banyak ketidaksesuaian yang ada di antara keadaan nyata secara aktual dengan keinginan, dengan kata lain bahwa perbedaan yang dirasakan antara status hubungan ideal dan yang sebenarnya (Nugroho J Setiadi, 2003). Kebutuhan dapat dipicu oleh rangsangan internal dari dalam diri individu, jika kebutuhan normal individu seperti lapar, haus muncul ke tingkat tinggi untuk menjadi dorongan. Sementara suatu kebutuhan juga dapat muncul yang bersumber dari rangsangan secara eksternal dari lingkungan fisik seperti iklan dan kelas sosial termasuk pekerjaan, penghasilan dan gaya hidup konsumen yang dapat memengaruhi beragam kebutuhan peran di dalamnya.

Pencarian informasi, konsumen mengacu pada semua tindakan yang hendak diambil untuk mengidentifikasi dan

memperoleh informasi tentang cara pemecahan masalah. Singkatnya mencari informasi yang relevan dari lingkungan luar untuk memecahkan masalah, atau mengaktifkan pengetahuan dari ingatan (Nugroho J Setiadi, 2003). Konsumen merasa tertarik pada sebuah produk akan mencari sebanyak mungkin informasi sehubungan dengan produk yang hendak dibeli. Informasi tersebut dapat diperoleh dari beberapa sumber seperti (Kotler & Armstrong, 2021):

- a. Sumber pribadi, seperti keluarga, tetangga, teman pergaulan, teman kerja
- b. Sumber komersial, seperti iklan, wiraniaga, agen, kemasan, pajangan
- c. Sumber publik, seperti koran, majalah, organisasi penilaian konsumen
- d. Sumber pengalaman, seperti penanganan, pemeriksaan, penggunaan produk.

Evaluasi alternatif, konsumen menilai alternatif yang ada dalam konteks kepercayaan tentang konsekuensi yang relevan dan mengombinasikan pengetahuan tersebut untuk membuat keputusan (Nugroho J Setiadi, 2003). Pada tahap ini, konsumen membandingkan pilihan yang diidentifikasi secara potensial mampu memecahkan masalah yang mengawali keputusan untuk membeli. Ketika konsumen perbandingan atas beberapa pilihan dengan memberikan penilaian yang berbeda terhadap setiap atribut produk seperti kualitas, harga, kemasan, warna, model dan informasi produk sesuai dengan kepentingan konsumen. Selanjutnya konsumen membentuk keyakinan, sikap, dan kepercayaan atas beberapa merek yang menjadi pertimbangan dan pada gilirannya dilakukan tindakan pembelian. Tindakan pembelian, konsumen membuat prioritas merek dan membentuk niat bertindak membeli. Tindakan pembelian

konsumen biasanya didasari oleh merek yang paling disukai. Membeli alternatif yang dipilih, akan tetapi ada faktor yang muncul yaitu diawali dengan tertariknya pada salah satu produk yang dipromosikan melalui iklan, mencari informasi selengkapnya, mengevaluasi dan melakukan tindakan membeli dengan pertimbangan pendapatan, harga, manfaat produk yang diharapkan. Di samping itu ada pertimbangan lain seperti kapan membeli, di mana membeli, dan siapa yang melakukan transaksi pembelian. (Effendi, 2016, hal. 291-292)

Adapun dari sumber lain menyebutkan bahwa proses pengambilan keputusan pembeli, terdiri dari lima tahapan, yaitu: pengenalan masalah, pengumpulan informasi, pengevaluasian alternatif, penetapan keputusan pembelian dan perilaku pasca pembelian. Dalam tulisan yang bersifat rutin, konsumen biasanya sering menghilangkan beberapa tahapan, sehingga yang dijalankan hanya tahapan pertama dan tahapan keempat, yang merupakan penetapan keputusan pembelian (Hawkins & Mothersbaugh, 2010).

Pengenalan masalah dalam proses pembelian, umumnya dimulai bila pembeli memahami atau mengenal masalah akan kebutuhan, yang umumnya dapat cepat distimulus, baik internal maupun eksternal.

Pengumpulan informasi, konsumen sering meneliti walaupun untuk sejumlah informasi yang terbatas. Umumnya survei yang dilakukan adalah untuk barang-barang tahan lama. Sumber-sumber informasi utama bagi konsumen biasanya didasarkan pada empat kelompok, yaitu sebagai berikut (Kotler & Armstrong, 2021):

- a. Orang pribadi, yaitu keluarga, teman, tetangga dan kenalan
- b. Iklan, yaitu berupa advertensi, *website*, tenaga penjual, *dealers*, pengepakan dan *displays*.

- c. Publikasi, yaitu *Mass-media*, *Consumer-rating organizations*.
- d. *Experensial*, yaitu *Handling*, *Examining* dan pengguna produk

Adapun dalam evaluasi alternatif, ada beberapa konsep dasar yang dapat membantu memahami proses evaluasi konsumen. Pertama, adalah konsumen mencoba untuk memuaskan kebutuhannya. Kedua, adalah konsumen melihat manfaat tertentu dari pemecahan pengambilan keputusan produk. Ketiga, adalah konsumen melihat setiap produk sebagai suatu bundel atribut dengan berbagai kemampuan untuk men-*deliver* manfaat yang terlihat dalam memuaskan kebutuhan.

Keputusan pembelian, dalam tahap evaluasi oleh konsumen, terjadi pembentukan preferensi di antara merek-merek guna memilih setnya. Konsumen juga biasanya akan membentuk suatu intensi untuk membeli suatu merek yang sangat disenanginya.

C. Gambaran Umum Kota Barabai

Sejarah singkat kota Barabai, Kabupaten Hulu Sungai Tengah, Barabai adalah sebuah kecamatan sekaligus pusat pemerintahan Kabupaten Hulu Sungai Tengah, Provinsi Kalimantan Selatan Indonesia. Barabai terletak di tepi sungai Barabai dan berjarak 165 km di sebelah utara kota Banjarmasin, ibu kota provinsi Kalimantan Selatan. Barabai berada di bawah kaki pegunungan Meratus yang membujur dari selatan ke utara pulau Kalimantan. Adapun lokasi tulisan ini dilakukan di daerah-daerah ramai penduduk, seperti di pasar kota Barabai, taman kota maupun daerah sekitar kota.

D. Statistik Deskriptif Responden

Statistik deskriptif responden bertujuan untuk mengetahui gambaran umum tentang latar belakang responden pada sampel tulisan . Oleh karena itu pada bagian

ini akan dijelaskan beberapa gambaran deskriptif karakteristik responden dalam bentuk tabel, yang mana pada tabel nanti berisikan informasi mengenai umur responden, jenis kelamin dan bidang pekerjaan responden. Untuk umur responden, penyusun membaginya dalam beberapa kelompok; yaitu masa remaja akhir (usia 17-25), masa dewasa awal (usia 26-35 tahun), masa dewasa akhir (usia 36-45 tahun), masa lansia awal (usia 46-55 tahun), masa lansia akhir (usia 56-65 tahun). Adapun dari data yang telah penyusun kumpulkan, maka hasil dari identifikasi karakteristik responden dapat dilihat di tabel berikut ini:

Tabel 4.1
Karakteristik Responden

Variabel	Klasifikasi	Jumlah Responden	
		Nominal	(%)
Jumlah Kuesioner	Disebar	100	100%
	Tidak dapat diolah	0	0%
	Dapat diolah	100	100%
Umur	25-35 Tahun	70	70%
	36-55 Tahun	28	28%
	56-65 Tahun	2	2%
	Total	100	100%
Jenis Kelamin	Laki-Laki	15	15%
	Perempuan	85	85%
	Total	100	100%
Bidang Pekerjaan	Pedagang	38	38%
	Karyawan	62	62%
	Total	100	100%

Sumber: Hasil olah data tahun 2023

Berdasarkan dari hasil klasifikasi data di atas, persentase kuesioner dapat disebarkan kepada responden adalah 100% atau data dapat diolah semua. Adapun variabel umur berdasarkan klasifikasi yaitu didominasi oleh usia 25-35 tahun sebanyak 70 orang. Untuk jenis kelamin responden didominasi 85% oleh perempuan, dan untuk bidang pekerjaan responden yaitu 62% didominasi oleh karyawan.

E. Analisis Data Kuesioner Koresponden

Untuk memperoleh data utama dalam tulisan ini, penyusun menyebarkan instrumen tulisan yang berbentuk kuesioner kepada pedagang dan karyawan kota Barabai yang belum pernah menggunakan tabungan haji, penyusun menyebarkan sebanyak 100 kuesioner kepada masyarakat khususnya kepada para pedagang dan karyawan kota Barabai yang berisi 15 item pernyataan yang mana pernyataan tersebut penghitungannya menggunakan rumus skala likert sebagai alat ukurnya. Adapun isi kuesioner terdiri dari identitas responden, faktor budaya, faktor sosial, faktor pribadi dan faktor psikologi sebagai instrumen atau alat penyusun untuk melakukan tulisan .

1. Uji Instrumen Tulisan

Uji instrumen tulisan yang pertama adalah uji validitas, uji validitas digunakan untuk mengetahui kevalidan item pernyataan dari kuesioner yang disebarkan. Uji validitas pada tulisan ini menggunakan rumus *korelasi product moment* atau dikenal dengan *korelasi pearson*.

Tabel 4.2
Rekapitulasi Hasil Uji Validitas Instrumen Tulisan Variabel Y

Pernyataan	R Hitung	R Tabel	Keterangan
1	0,641	0,195	Valid
2	0,593	0,195	Valid
3	0,645	0,195	Valid
4	0,676	0,195	Valid
5	0,590	0,195	Valid
6	0,637	0,195	Valid
7	0,565	0,195	Valid
8	0,610	0,195	Valid
9	0,637	0,195	Valid
10	0,633	0,195	Valid
11	0,475	0,195	Valid
12	0,668	0,195	Valid
13	0,431	0,195	Valid
14	0,740	0,195	Valid
15	0,565	0,195	Valid

Sumber : Hasil olah data tahun 2023

Berdasarkan tabel rekapitulasi hasil uji validitas instrumen tulisan di atas, tabel hasil analisis korelasi *product moment* pada spss menunjukkan bahwa $r_{hitung} > r_{tabel}$ dan Sig. (P – value) < 0,05 oleh karena itu semua butir soal pernyataan untuk variabel Y dinyatakan valid.

Tabel 4.3
Rekapitulasi Hasil Uji Validitas Instrumen Tulisan Variabel X₁

Pernyataan	R Hitung	R Tabel	Keterangan
1	0,688	0,195	Valid
2	0,765	0,195	Valid
3	0,802	0,195	Valid
4	0,758	0,195	Valid

Sumber: Hasil olah data tahun 2023

Berdasarkan tabel rekapitulasi hasil uji validitas instrumen tulisan di atas, tabel hasil analisis korelasi *product moment* pada spss menunjukkan bahwa $r_{hitung} > r_{tabel}$ dan Sig. (P – value) < 0,05 oleh karena itu semua butir soal pernyataan untuk variabel X₁ dinyatakan valid.

Tabel 4.4

Rekapitulasi Hasil Uji Validitas Instrumen Tulisan Variabel X₂

Pernyataan	R Hitung	R Tabel	Keterangan
1	0,814	0,195	Valid
2	0,876	0,195	Valid
3	0,709	0,195	Valid

Sumber: Hasil olah data tahun 2023

Berdasarkan tabel rekapitulasi hasil uji validitas instrumen tulisan di atas, tabel hasil analisis korelasi *product moment* pada spss menunjukkan bahwa $r_{hitung} > r_{tabel}$ dan Sig. (P – value) < 0,05 oleh karena itu semua butir soal pernyataan untuk variabel X₂ dinyatakan valid.

Tabel 4.5

Rekapitulasi Hasil Uji Validitas Instrumen Tulisan Variabel X₃

Pernyataan	R Hitung	R Tabel	Keterangan
1	0,693	0,195	Valid
2	0,676	0,195	Valid
3	0,747	0,195	Valid
4	0,611	0,195	Valid
5	0,719	0,195	Valid

Sumber: Hasil olah data tahun 2023

Berdasarkan tabel rekapitulasi hasil uji validitas instrumen tulisan di atas, tabel hasil analisis korelasi *product*

moment pada spss menunjukkan bahwa $r_{hitung} > r_{tabel}$ dan Sig. (P – value) < 0,05 oleh karena itu semua butir soal pernyataan untuk variabel X_3 dinyatakan valid.

Tabel 4.6
Rekapitulasi Hasil Uji Validitas Instrumen Tulisan Variabel X_4

Pernyataan	R Hitung	R Tabel	Keterangan
1	0,780	0,195	Valid
2	0,858	0,195	Valid
3	0,817	0,195	Valid

Sumber: Hasil olah data tahun 2023

Berdasarkan tabel rekapitulasi hasil uji validitas instrumen tulisan di atas, tabel hasil analisis korelasi *product moment* pada spss menunjukkan bahwa $r_{hitung} > r_{tabel}$ dan Sig. (P – value) < 0,05 oleh karena itu semua butir soal pernyataan untuk variabel X_4 dinyatakan valid.

Adapun uji instrumen tulisan selanjutnya adalah uji reliabilitas instrumen tulisan . Uji reliabilitas instrumen tulisan adalah uji ketetapan atau keejegan instrumen tulisan dalam mengukur dan memberikan hasil ukur yang sama, hasil uji reliabilitas dapat dilihat pada tabel rekapitulasi berikut:

Tabel 4.7
Rekapitulasi hasil uji reliabilitas variabel Y

Cronbach’s Alpha	N of Item
0,875	15

Sumber : hasil olah data tahun 2023

Berdasarkan hasil uji reliabilitas metode *Cronbach's Alpha* di atas, seluruh pernyataan dikatakan reliabel karena nilai *Cronbach's Alpha* lebih besar dari 0,7 yaitu 0,875 sehingga variabel dari semua item pada variabel Y layak digunakan sebagai alat ukur.

Tabel 4.8

Rekapitulasi hasil uji reliabilitas variable X₁

Cronbach's Alpha	N of Item
0,742	4

Sumber : Hasil olah data tahun 2023

Berdasarkan hasil uji reliabilitas metode *Cronbach's Alpha* di atas, seluruh pernyataan dikatakan reliabel karena nilai *Cronbach's Alpha* lebih besar dari 0,7 yaitu 0,742 sehingga variabel dari semua item pada variabel X₁ layak digunakan sebagai alat ukur.

Tabel 4.9

Rekapitulasi hasil uji reliabilitas variabel X₂

Cronbach's Alpha	N of Item
0,721	3

Sumber : Hasil olah data tahun 2023

Berdasarkan hasil uji reliabilitas metode *Cronbach's Alpha* di atas, seluruh pernyataan dikatakan reliabel karena nilai *Cronbach's Alpha* lebih besar dari 0,7 yaitu 0,721 sehingga variabel dari semua item pada variabel X₂ layak digunakan sebagai alat ukur.

Tabel 4.10
Rekapitulasi hasil uji reliabilitas variabel X₃

Cronbach's Alpha	N of Item
0,711	5

Sumber : Hasil olah data tahun 2023

Berdasarkan hasil uji reliabilitas metode *Cronbach's Alpha* di atas, seluruh pernyataan dikatakan reliabel karena nilai *Cronbach's Alpha* lebih besar dari 0,7 yaitu 0,711 sehingga variabel dari semua item pada variabel X₃ layak digunakan sebagai alat ukur.

Tabel 4.11
Rekapitulasi hasil uji reliabilitas variabel X₄

Cronbach's Alpha	N of Item
0,754	3

Sumber : Hasil olah data tahun 2023

Berdasarkan hasil uji reliabilitas metode *Cronbach's Alpha* di atas, seluruh pernyataan dikatakan reliabel karena nilai *Cronbach's Alpha* lebih besar dari 0,7 yaitu 0,754 sehingga variabel dari semua item pada variabel X₃ layak digunakan sebagai alat ukur.

2. Uji Asumsi Klasik

- a. Uji normalitas, dilakukan berdasarkan uji *Kolmogorov-Smirnov* terhadap residual regresi. Berdasarkan pengujian ditemukan hasil sebagai berikut ini.

Tabel 4.12
Uji Normalitas

Statistik Kolmogorov Smirnov	df	p-value
0,083	100	0,083

Sumber: Hasil olah data tahun 2023

Berdasarkan hasil pengolahan data ditemukan nilai *p value* sebesar 0,083 ($> 0,05$) yang berarti bahwa data terdistribusi normal sehingga memenuhi salah satu asumsi dalam penggunaan regresi linear berganda.

- b. Uji multikolinearitas, dilakukan dengan mengamati nilai VIF dan *tolerance*. Syarat pengujian ini adalah nilai $VIF < 10$ dan nilai *tolerance* $> 0,1$.

Tabel 4.13
Uji Multikolinearitas

Variabel	VIF	Tolerance
X1	1,551	0,645
X2	1,850	0,541
X3	1,841	0,543
X4	1,255	0,797

Sumber: Hasil olah data tahun 2023

Berdasarkan hasil uji di atas ditemukan bahwa tidak terdapat multikolinearitas dalam data yang berarti bahwa data memenuhi asumsi non-multikolinearitas.

- c. Uji heteroskedastisitas, dilakukan dengan uji Glejser dengan menguji pengaruh variabel independen terhadap nilai residual data. Ditemukan hasil sebagai berikut:

Tabel 4.14
Uji Heteroskedastisitas

Variabel	Koefisien	Std. Error	Koefisien Standar	t hitung	p-value
(Konstanta)	0,357	0,150		2,380	0,019
X1	-0,008	0,010	-0,106	-0,800	0,401
X2	-0,013	0,012	0,142	-1,083	0,307
X3	0,008	0,008	0,145	1,000	0,294
X4	0,000	0,011	0,003	0,000	0,977

Sumber: Hasil olah data tahun 2023

Berdasarkan tabel di atas ditemukan seluruh variabel *independent* tidak berpengaruh terhadap nilai residual yang berarti bahwa tidak terdapat heteroskedastisitas dalam data dan data memenuhi asumsi non-heteroskedastisitas.

3. Analisis Regresi Linear Berganda
 - a. Uji Signifikansi Parameter Individual/ Parsial (Uji Statistik t)

Uji signifikansi parameter individual dilakukan dengan uji t statistik dengan hasil sebagai berikut.

Tabel 4.15
Uji Statistik t

Variabel	Koefisien	Std. Error	Koefisien Standar	t hitung	p-value
(Konstanta)	-5,543	0,283		-19,587	0,000
X1	1,192	0,018	0,369	66,222	0,000
X2	0,952	0,023	0,248	41,391	0,000
X3	0,894	0,015	0,356	59,600	0,000
X4	1,340	0,021	0,316	63,810	0,000

Sumber: Hasil olah data tahun 2023

Berdasarkan hasil pengolahan data di atas maka ditemukan bahwa keempat variabel berpengaruh signifikan terhadap variabel Y ($p\ value < 0,05$). Dengan mengamati nilai koefisien standar maka dapat ditemukan bahwa variabel yang paling berpengaruh terhadap Y merupakan variabel X₁ dengan nilai koefisien standar 0,369 dan variabel yang pengaruhnya paling lemah adalah variabel X₂ dengan nilai koefisien standar 0,248.

b. Uji Signifikansi Simultan (Uji Statistik F)

Uji signifikansi simultan dilakukan dengan uji F. Hasil uji F dapat ditemukan sebagai berikut ini.

Tabel 4.16
Uji Statistik F

Sumber	Sum of Square	Df	Mean Square	F	p value
Regresi	4668,482	4	1167,121	12559,634	0,000
Error	8,828	95	0,093		
Total	4677,310	99			

Sumber: Hasil olah data tahun 2023

Berdasarkan tabel di atas maka dapat diartikan bahwa keempat variabel secara bersamaan berpengaruh terhadap variabel Y

4. Analisis Koefisien Determinasi (R^2)

Analisis koefisien determinasi dilakukan untuk mengukur pengaruh keseluruhan variabel independen terhadap variabel dependen. Berikut merupakan hasil koefisien determinasi.

Tabel 4.17
Koefisien determinasi

R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
0,999	0,998	0,998	0,30483

Sumber: Hasil olah data tahun 2023

Nilai koefisien determinasi sebesar 0,998 hampir mendekati 1 yang berarti menunjukkan bahwa keempat variable independen berpengaruh terhadap variabel dependen sebesar 99,8%

daksesuaian, sehingga akan terdapat perhatian untuk fitur kegelisahan tertentu, dan akan mendengar hal-hal yang baik tentang merek-merek yang lain. (Assauri, 2018, hal. 140-148)

F. Penutup

Berdasarkan hasil pengolahan data di Bab IV nilai koefisien determinasi sebesar 0,998 yang berarti keempat variabel berpengaruh terhadap variabel dependen sebesar 99,8%. Sedangkan berdasarkan hasil pengolahan data uji t, maka ditemukan bahwa keempat variabel berpengaruh signifikan terhadap variabel Y (*p value* < 0,05). Dengan mengamati nilai koefisien standar maka dapat ditemukan bahwa variabel yang paling berpengaruh terhadap Y merupakan variabel X_1 dengan nilai koefisien standar 0,369 dan variabel yang pengaruhnya paling lemah adalah variabel X_2 dengan nilai koefisien standar 0,248.

Bank Muamalat, agar kiranya dapat memperluas lagi jangkauan informasi-informasi kepada masyarakat melalui media televisi, iklan ataupun melalui sosial media, agar kiranya masyarakat dapat lebih banyak tahu tentang produk perbankan yang dimiliki oleh Bank Muamalat terutama produk iB Hijrah Haji, dengan informasi tersebut juga masyarakat jadi lebih tahu apa saja keunggulan-keunggulan produk yang ditawarkan Bank Muamalat, sehingga masyarakat bisa lebih mudah dalam menentukan produk mana yang akan mereka gunakan.

Daftar Pustaka

- Ansari, A. G. (2009). *Perbankan Syariah di Indonesia*. Yogyakarta: UGM Press.
- Antonio, M. S. (2001). *Bank Syariah: dari teori ke praktik*. Jakarta: Gema Insani Press.
- Assauri, S. (2018). *Manajemen Bisnis Pemasaran*. Depok: PT RajaGrafindo Persada
- Daryanto dan Setyabudi, I. (2014). *Konsumen dan Pelayanan Prima*. Yogyakarta: Penerbit Gava Media.
- Effendi, U. (2016). *Psikologi Konsumen*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.
- Hatmawan, S. R. (2020). *Metode Riset Tulisan Kuantitatif Tulisan di Bidang Manajemen, Teknik, Pendidikan dan Eksperimen*. Yogyakarta: DEEPUBLISH.
- Hidayatullah, S. (2018). *Ensiklopedia Rukun Islam Haji*. Jakarta Selatan: Al-Kautsar Prima Indocamp.
- Ismail. (2011). *Perbankan Syariah*. Jakarta: KENCANA.
- Karim, A. A. (2008). *Bank Islam: Analisis fiqh dan Keuangan*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.
- Priyono. (2008). *Metode Tulisan Kuantitatif*. Sidoarjo, Jawa Timur: Zifatama Publishing.
- Sugiyono. (2013). *Metode Tulisan Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*. Bandung: Alfabeta.
- Sunyoto, D. (2015). *Perilaku Konsumen dan Pemasaran*. Yogyakarta: CAPS (Center of Academic Publishing Service).
- Wiroso. (2009). *Produk Perbankan Syariah*. Jakarta: LPFE Usakti.
- Yusuf, A. M. (2014). *Metode Tulisan : Kuantitatif, Kualitatif, dan Tulisan Gabungan*. Jakarta: KENCANA.
- Ansari, A. G. (2009). *Perbankan Syariah di Indonesia*. Yogyakarta: UGM Press.
- Antonio, M. S. (2001). *Bank Syariah: dari teori ke praktik*. Jakarta: Gema Insani Press.
- Assauri, S. (2018). *Manajemen Bisnis Pemasaran*. Depok: PT RajaGrafindo Persada.
- Bank Muamalat Indonesia. (2016). *Bank Muamalat*. Dipetik September 8, 2021, dari Profil Bank Muamalat:

<https://www.bankmuamalat.co.id/index.php/profil-bank-muamalat>

Bank Muamalat Indonesia. (2016). *Bank Muamalat*. Dipetik Juli 16, 2021, dari Produk dan Layanana, Tabungan-Tabungan iB Hijrah Haji: <https://www.bankmuamalat.co.id/index.php/tabungan/tabungan-ib-hijrah-haji>

Daryanto dan Setyabudi, I. (2014). *Konsumen dan Pelayanan Prima*. Yogyakarta: Penerbit Gava Media.

Effendi, U. (2016). *Psikologi Konsumen*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.

Gischa. (2020). *Bank: Pengertian, Fungsi dan Jenisnya*. Dipetik Mei 7, 2021, dari Kompas.com: <https://www.kompas.com/skola/read/2020/01/29/140000269/bank-pengertian-fungsi-dan-jenisnya?page=all>

Hatmawan, S. R. (2020). *Metode Riset Tulisan Kuantitatif Tulisan di Bidang Manajemen, Teknik, Pendidikan dan Eksperimen*. Yogyakarta: DEEPUBLISH.

Hendratmi, T. N. (2020). The Influence of Cultural, Social, Personal, and Psychological Factors Of Muslim Consumers and Purchase Decision of Manulife Shariah Product. *International Journal of Management*, 2059.

Hidayatullah, S. (2018). *Ensiklopedia Rukun Islam Haji*. Jakarta Selatan: Al-Kautsar Prima Indocamp.

Idris. (2021). *Apa yang dimaksud dengan konsumen*. Dipetik November 27, 2021, dari kompas.com: <https://money.kompas.com/read/2021/09/11/195821026/apa-yang-dimaksud-dengan-konsumen>

Ismail. (2011). *Perbankan Syariah*. Jakarta: KENCANA.

Karim, A. A. (2008). *Bank Islam: Analisis fiqh dan Keuangan*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.

Lawan, L. A., & Zanna, R. (2013). Evaluation of Socio-Cultural Factors Influencing Consumer Buying Behaviour of Clothes in Borno State, Nigeria. *International Journal of Basics and Applied Sciences*, 520.

Lifepal. (2020). *Cara Daftar Tabungan Haji Muamalat dan Keunggulannya*. Dipetik Mei 7, 2021, dari Lifepal: <https://lifepal.co.id/media/tabungan-haji-muamalat/amp/>

- M. Saleh Sarwer, M. R. (2013). Does Islamic Banking System Contributes to Economy Development. *Global Journal Of Management and Business Research*, 62.
- Nashoha, M. R. (2023). Pengaruh Faktor Kebudayaan, Sosial, Pribadi dan Psikologi terhadap Keputusan Memilih Bank Syariah di Kota Yogyakarta (Studi Kasus pada Masyarakat Non Muslim Kota Yogyakarta). *Jurnal Studi Ekonomi*.
- Noor, M. (2018). Haji dan Umrah. *Jurnal Humaniora dan Teknologi*, 38.
- Priyono. (2008). *Metode Tulisan Kuantitatif*. Sidoarjo, Jawa Timur: Zifatama Publishing.
- Setiawan, E. (2022). *Kamus Besar Bahasa Indonesia Online*. Dipetik Mei 7, 2021, dari Arti kata faktor: <https://kbbi.web.id/faktor>
- Sugiyono. (2013). *Metode Tulisan Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*. Bandung: Alfabeta.
- Sunyoto, D. (2015). *Perilaku Konsumen dan Pemasaran*. Yogyakarta: CAPS (Center of Academic Publishing Service).
- Wiroso. (2009). *Produk Perbankan Syariah*. Jakarta: LPFE Usakti.
- Yusuf, A. M. (2014). *Metode Tulisan : Kuantitatif, Kualitatif, dan Tulisan Gabungan*. Jakarta: KENCANA.
- Jurnal**
- Hendratmi, T. N. (2020). The Influence of Cultural, Social, Personal, and Psychological Factors Of Muslim Consumers and Purchase Decision of Manulife Syariah Product. *International Journal of Management*, 2059.
- Marlia Maulina, I. (2019). Analisis faktor-faktor preferensi mahasiswa. *Jurnal Tulisan Keuangan Dan Perbankan Syariah*, 3, 1–12.
- M. Saleh Sarwer, M. R. (2013). Does Islamic Banking System Contributes to Economy Development. *Global Journal Of Management and Business Research*, 62.
- Nashoha, M. R. (2023). Pengaruh Faktor Kebudayaan, Sosial, Pribadi dan Psikologi terhadap Keputusan Memilih Bank Syariah di Kota Yogyakarta (Studi Kasus pada

- Masyarakat Non Muslim Kota Yogyakarta). *Jurnal Studi Ekonomi*.
- Noor, M. (2018). Haji dan Umrah. *Jurnal Humaniora dan Teknologi*, 38.
- Nursafitri, E., & Ulya, H. N. (2021). Faktor-Faktor Resistansi Masyarakat Desa Ngrayun Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Asuransi Prudential Ponorogo. *Velocity: Journal of Sharia Finance and Banking*, 1(2), 58–67. <https://doi.org/10.28918/velocity.v1i2.4636>
- Syariah, B., & Lampung, K. (2023). *Hal Penentu Keputusan Nasabah Dalam Memilih Bank Syariah 'ah Dalam Era Society 5.0 Pada*. 5(1), 9–25.

Website

- Al-Jeraicy, K. I. A.-R. (2016). Consumer Behavior: An Analytical Study of The Saudi Family's Purchase Decisions (Purchasing Computers). In *An analytical study of the Saudi family's purchase secision*. https://d1.islamhouse.com/data/en/ih_books/single/en_Consumer_Behavior.pdf
- Bank Muamalat Indonesia. (2016). *Bank Muamalat*. Dipetik September 8, 2021, dari Profil Bank Muamalat: <https://www.bankmuamalat.co.id/index.php/profil-bank-muamalat>
- Bank Muamalat Indonesia. (2016). *Bank Muamalat*. Dipetik Juli 16, 2021, dari Produk dan Layanan, Tabungan-Tabungan iB Hijrah Haji: <https://www.bankmuamalat.co.id/index.php/tabungan/tabungan-ib-hijrah-haji>
- Gischa. (2020). *Bank: Pengertian, Fungsi dan Jenisnya*. Dipetik Mei 7, 2021, dari Kompas.com: <https://www.kompas.com/skola/read/2020/01/29/140000269/bank-pengertian-fungsi-dan-jenisnya?page=all>
- Hawkins, D. I., & Mothersbaugh, D. L. (2010). Consumer behaviour: Building marketing strategies. In *McGraw-Hill*. www.mhhe.com
- Idris. (2021). *Apa yang dimaksud dengan konsumen*. Dipetik November 27, 2021, dari [kompas.com](https://money.kompas.com/read/2021/09/11/195821026/apa-yang-dimaksud-dengan-konsumen): <https://money.kompas.com/read/2021/09/11/195821026/apa-yang-dimaksud-dengan-konsumen>
- Kahle, L. R., & Xie, G. X. (2018). Social Values in Consumer

- Psychology. In *Handbook of Consumer Psychology*.
<https://doi.org/10.4324/9780203809570-31>
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2021). *Principles of Marketing*,
Seventeenth Edition. In *Pearson*.
- Котлер, Ф. (2008). *No TitleМаркетинг по Котлеру*.
- Lifepal. (2020). *Cara Daftar Tabungan Haji Muamalat dan
Keunggulannya*. Dipetik Mei 7, 2021, dari Lifepal:
<https://lifepal.co.id/media/tabungan-haji-muamalat/amp/>
- Setiawan, E. (2022). *Kamus Besar Bahasa Indonesia Online*.
Dipetik Mei 7, 2021, dari Arti kata faktor: [https://kbbi.
web.id/faktor](https://kbbi.web.id/faktor)

BAB IX

OPERATIONAL LEASE AND FINANCIAL LEASE (SEWA)

Fatimah
FEBI IAIN Pontianak

A. Pendahuluan

Bank syariah merupakan bank yang dalam pengoperasiannya terbebas dari adanya unsur riba yang diharamkan agama Islam. Prinsip yang dianut yaitu sesuai dengan ketentuan syariah. Terdapat banyak macam produk-produk bank syariah. Salah satunya yaitu akad *ijarah/sewa*.

Perlu diketahui bahwa *ijarah* ini sangat penting. Namun, masih banyak orang yang belum mengetahui secara mendetail tentang *ijarah*. Tentunya bagi orang-orang awam. Padahal, jika mereka paham akan seluk beluk *ijarah* mulai dari definisi, landasan syariah, rukun dan syarat, upah dalam pekerjaan ibadah, menyewakan barang sewaan, pembatalan dan berakhirnya *ijarah*, pengembalian barang sewaan, IMBT (*Ijarah Muntahia bit Tamlik*), sampai dengan aplikasi dalam perbankan syariah serta manfaat dan risikonya, maka akan banyak sekali faedah yang dapat diperoleh. Apalagi mereka dapat menerapkannya dalam kehidupan sehari-hari. Tentunya hal ini dapat menjadi salah satu faktor peningkat kesejahteraan masyarakat.

Ijarah seringkali dipraktikkan dalam kehidupan sehari-hari, namun masyarakat Indonesia lebih mengenalnya dengan sewa-menyewa. Dalam praktik perbankan syariah untuk sewa menyewa menggunakan istilah *ijarah*.

B. Al-Ijarah (Operational Lease)

1. Pengertian Al-Ijarah

Istilah ini berasal dari perkataan **الأجر** yang berarti **العوض** (ganti, sewa, upah). Oleh sebab itu, pahala

dinamakan juga الأجر (Syukri Iska, 2012:182). *Al-Ijarah* menurut syara' adalah akad pemindahan hak guna atas barang atau jasa, melalui pembayaran upah sewa tanpa diikuti dengan pemindahan kepemilikan (ownership/milkiyah) atas barang itu sendiri (Ifham Solihin, 2008:131).

Adapun definisi *ijarah* menurut beberapa ulama fiqh:

- a. Ulama Hanafiyah:

عقد على المنافع بعوض

“Akad atas suatu kemanfaatan dengan pengganti”.

- b. Ulama Sy-Syafi'iyah:

عقد على منفعة مقصودة معلومة مباحة قابلة للبذل والإباحة بعوض معلوم

“Akad atas suatu kemanfaatan yang mengandung maksud tertentu dan mubah, serta menerima pengganti atau kebolehan dengan pengganti tertentu”.

- c. Ulama Malikiyah dan Hanabilah

تمليك منافع شيء مباحة مدة معلومة بعوض

“Menjadikan milik suatu kemanfaatan yang mubah dalam waktu tertentu dengan pengganti” (Rachmat Syafe'i, 2004:121).

2. Landasan Syariah

- a. Al-Qur'an

Apakah mereka yang membagi-bagi rahmat Tuhanmu? Kami telah menentukan antara mereka penghidupan mereka dalam kehidupan dunia, dan Kami telah meninggikan sebahagian mereka atas sebagian yang lain beberapa derajat, agar sebagian mereka dapat mempergunakan sebagian yang lain dan rahmat Tuhanmu lebih baik dari apa yang mereka kumpulkan (Q.S. Az-Zukhruf: 32).

- b. Al-Hadits

عن ابن عمر أن النبي صلى الله عليه وسلم قال: أعطوا الأجير أجره قبل أن يجف عرقه.

Dari Ibnu Umar bahwa Rasulullah bersabda, “Berikanlah upah pekerja sebelum keringatnya kering.” (HR Ibnu Majah dalam Syukri Iska, 2012:184)

c. *Ijma'*

Umat Islam pada masa sahabat telah berijma' bahwa *ijarah* dibolehkan sebab bermanfaat bagi manusia (Rachmat Syafe'i, 2004:124).

3. Rukun dan Syarat Al-Ijarah

Menurut Hanafiyah rukun *al-Ijarah* hanya satu yaitu *ijab* dan *qabul* dari dua belah pihak yang bertransaksi. Adapun menurut Jumhur Ulama rukun *Ijarah* ada empat, yaitu:

- a. Dua orang yang berakad.
- b. *Sighat* (*ijab* dan *qabul*).
- c. Sewa atau imbalan.
- d. Manfaat.

Adapun syarat-syarat *al-Ijarah* yang ditulis Nasrun Haroen sebagai berikut:

- a. Yang terkait dengan dua orang yang berakad. Menurut ulama Syafi'iyah dan Hanabilah disyaratkan telah *baligh* dan berakal. Oleh sebab itu, apabila orang yang belum atau tidak berakal, seperti anak kecil dan orang gila *Ijarah* nya tidak sah. Akan tetapi, ulama Hanafiyah dan Malikiyah berpendapat bahwa kedua orang yang berakad itu tidak harus mencapai usia *baligh*. Oleh karenanya, anak yang baru *mumayyiz* pun boleh melakukan akad *al-ijarah*, hanya pengesahannya perlu persetujuan walinya.
- b. Kedua belah pihak yang berakad menyatakan kerelaannya melakukan akad *al-ijarah*. Apabila salah seorang di antaranya terpaksa melakukan akad ini, maka akad *al-ijarah* nya tidak sah. Hal ini sesuai dengan firman Allah Q.S. An-Nisa:29, yang artinya: Wahai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta kamu

dengan cara yang *bathil* kecuali melalui suatu perniagaan yang berlaku suka sama suka.

- c. Manfaat yang menjadi objek *al-ijarah* harus diketahui, sehingga tidak muncul perselisihan dikemudian hari. Apabila manfaat yang menjadi objek tidak jelas, maka akadnya tidak sah. Kejelasan manfaat itu dapat dilakukan dengan menjelaskan jenis manfaatnya dan penjelasan berapa lama manfaat itu di tangan penyewanya.
- d. Objek *al-ijarah* itu boleh diserahkan dan digunakan secara langsung dan tidak ada cacatnya. Oleh sebab itu, para ulama *fiqh* sepakat, bahwa tidak boleh menyewakan sesuatu yang tidak boleh diserahkan dan dimanfaatkan langsung oleh penyewa. Misalnya, seseorang menyewa rumah, maka rumah itu dapat langsung diambil kuncinya dan dapat langsung boleh ia memanfaatkan.
- e. Objek *al-ijarah* itu sesuatu yang diharamkan oleh *syara'*. Oleh sebab itu, para ulama *fiqh* sepakat mengatakan tidak boleh menyewa seseorang untuk menyantet orang lain, menyewa seorang untuk membunuh orang lain, demikian juga tidak boleh menyewakan rumah untuk dijadikan tempat-tempat maksiat.
- f. Yang disewakan itu bukan suatu kewajiban bagi penyewa, misalnya menyewa orang untuk melaksanakan salat untuk diri penyewa atau menyewa orang yang belum haji untuk menggantikan haji penyewa. Para ulama *fiqh* sepakat mengatakan bahwa akad sewa menyewa seperti ini tidak sah, karena salat dan haji merupakan kewajiban penyewa itu sendiri.
- g. Objek *al-ijarah* itu merupakan sesuatu yang biasa disewakan seperti, rumah, kendaraan, dan alat-alat perkantoran. Oleh sebab itu, tidak boleh dilakukan akad sewa menyewa terhadap sebatang pohon yang akan dimanfaatkan penyewa sebagai sarana menjemur

pakaian. Karena pada dasarnya akad untuk sebatang pohon bukan dimaksudkan seperti itu.

- h. Upah atau sewa dalam *al-ijarah* harus jelas, tertentu, dan sesuatu yang memiliki nilai ekonomi (Abdul Rahman Ghazaly, 2012:278).

4. Upah dalam Pekerjaan Ibadah

Para ulama berbeda sudut pandang dalam hal upah atau imbalan terhadap pekerjaan-pekerjaan yang sifatnya ibadah atau perwujudan ketaatan kepada Allah. Mazhab Hanafi berpendapat bahwa *al-ijarah* dalam perbuatan ibadah atau ketaatan kepada Allah seperti menyewa orang lain untuk salat, puasa, haji, atau membaca al-Qur'an yang pahalanya dihadiahkan kepada orang tertentu seperti kepada arwah orang tua yang menyewa, menjadi *muadzin*, menjadi imam, dan lain-lain yang sejenis haram hukumnya mengambil upah dari pekerjaan tersebut berdasarkan sabda Rasulullah saw.:

إِقرءوا القرآن ولا تأكلوا به

“Bacalah olehmu al-Qur'an dan janganlah kamu cari makan dengan jalan itu”.

Pada hadits lain Rasulullah saw., bersabda:

وإن اتخذت مؤناً فلا تأخذ من الأذان اجرا

“Jika kamu mengangkat seseorang menjadi *muadzin* maka janganlah kamu ambil (kamu beri) dari azan itu suatu upah.”

Perbuatan seperti azan, salat, haji, puasa, membaca al-Qur'an, dan zikir adalah tergolong perbuatan untuk *taqarrub* kepada Allah, karenanya tidak boleh mengambil upah untuk pekerjaan itu selain dari Allah.

Sebagai ilustrasi sering kita jumpai di beberapa daerah di Indonesia apabila salah seorang muslim meninggal dunia, maka keluarga yang ditinggal wafat meminta kepada para santri atau tetangga untuk membaca

al-Qur'an di rumah atau di makam selama tiga malam, tujuh malam, atau bahkan ada yang sampai empat puluh malam. Setelah selesai membaca al-Qur'an dan zikir-zikir tertentu pada waktu yang telah ditentukan, mereka diberi upah atas jasanya tersebut.

Menurut Sayyid Sabiq, pekerjaan seperti ini batal menurut hukum Islam, karena yang membaca al-Qur'an bila bertujuan untuk memperoleh upah (uang) maka baginya tak memperoleh pahala dari Allah sedikit pun. Persoalannya kemudian apa yang akan ia hadiahkan kepada si mayit.

Dijelaskan oleh Hendi Suhendi dalam buku Fiqh Muamalah, para ulama memfatwakan tentang kebolehan mengambil upah dari aktivitas yang dianggap sebagai perbuatan baik. Pengajar al-Qur'an, guru agama di sekolah atau di tempat lain, dibolehkan mengambil atau menerima upah, atas jasa yang diberikannya, karena mereka membutuhkan tunjangan untuk dirinya dan keluarganya, mengingat mereka tidak mempunyai waktu untuk melakukan aktivitas lainnya selain aktivitas tersebut.

Menurut mazhab Hambali, boleh mengambil upah dari pekerjaan-pekerjaan mengajar al-Qur'an dan sejenisnya, jika tujuannya termasuk untuk mewujudkan kemaslahatan. Tetapi, haram hukumnya mengambil upah jika tujuannya termasuk kepada *taqarrub* kepada Allah.

Mazhab Maliki, Syafi'i, dan Ibnu Hazm, membolehkan mengambil upah sebagai imbalan mengajar al-Qur'an dan kegiatan-kegiatan sejenis, karena hal ini termasuk jenis imbalan dari perbuatan yang diketahui (terukur) dan dari tenaga yang diketahui pula. Ibnu Hazm mengatakan bahwa pengambilan upah sebagai imbalan mengajar al-Qur'an dan kegiatan sejenis, baik secara bulanan atau secara sekaligus dibolehkan dengan alasan

tidak ada nash yang melarangnya (Abdul Rahman Ghazaly, 2012:280).

5. Wajib Dibayarkannya Upah

Wajib dibayarkannya upah adalah sebagai berikut:

- a. Dengan selesainya pekerjaan. Hal itu didasarkan pada hadits yang diriwayatkan oleh Ibn Majah, bahwa Nabi saw. pernah bersabda, “berikanlah kepada pekerja upahnya sebelum kering keringatnya”.
- b. Terpenuhinya manfaat. Jika *ijarah* dilakukan terhadap benda yang disewakan maka jika benda itu hilang/rusak sebelum dimanfaatkan dan belum berlalu sedikit pun dari jangka waktu *ijarah* itu batal.
- c. Dengan dimungkinkannya memanfaatkan manfaat/jasa jika jangka waktu yang di dalamnya dimungkinkan mengambil manfaat/jasa itu telah berlalu.
- d. Secara riil disegerakan atau kesepakatan kedua pihak untuk disegerakan meski pekerjaan atau manfaatnya belum dipenuhi (Yusuf as-Sabatin, 2011:346).

6. Menyewakan Barang Sewaan

Bolehkah penyewa menyewakan kembali barang sewaan? Menurut Sayyid Sabiq, penyewa dibolehkan menyewakan lagi barang sewaan tersebut pada orang lain, dengan syarat penggunaan barang itu sesuai dengan penggunaan yang dijanjikan ketika akad awal. Misalnya, penyewaan seekor binatang, ketika akad awal dinyatakan bahwa binatang itu disewa untuk membajak sawah, kemudian binatang tersebut disewakan lagi kepada penyewa kedua, maka binatang itu harus digunakan untuk membajak pula. Penyewa pertama boleh menyewakan lagi dengan harga serupa pada waktu ia menyewa atau kurang sedikit atau bahkan lebih mahal dari harga penyewaan pertama. Hal ini boleh-boleh saja dilakukan. Menurut

Sayyid Sabiq kebiasaan seperti ini disebut *al-khulwu*. Hal ini berlaku juga untuk penyewaan-penyewaan yang lainnya seperti, penyewaan rumah, kendaraan, dan alat-alat musik.

Sementara itu, menurut Hendi Suhendi bila ada kerusakan pada benda yang disewa, maka yang bertanggung jawab adalah pemilik barang (*al-Mu'jir*) dengan syarat kerusakan itu bukan akibat dari kelalaian penyewa atau *al-musta'jir*. Bila kerusakan benda yang disewa itu akibat kelalaian penyewa (*al-musta'jir*) maka yang bertanggung jawab adalah penyewa atau *al-musta'jir* itu sendiri (Abdul Rahman Ghazaly, Dkk, 2012:282).

7. Pembatalan dan Berakhirnya Al-Ijarah

Dapatkah akad *ijarah* dibatalkan? Para ulama *fiqh* berbeda pendapat tentang sifat akad *al-ijarah*, apakah bersifat mengikat kedua belah pihak atau tidak. Ulama Hanafiyah berpendirian bahwa akad *al-ijarah* itu bersifat mengikat, tetapi boleh dibatalkan secara sepihak apabila terdapat *uzur* dari salah satu pihak yang berakad seperti, salah satu pihak wakaf, atau kehilangan kecakapan bertindak dalam hukum.

Adapun Jumhur Ulama dalam hal ini mengatakan bahwa akad *al-ijarah* itu bersifat mengikat kecuali ada cacat atau barang itu tidak boleh dimanfaatkan. Akibat perbedaan pendapat ini dapat diamati dalam kasus apabila seorang meninggal dunia. Menurut ulama Hanafiyah, apabila salah seorang meninggal dunia maka akad *al-ijarah* batal, karena manfaat tidak boleh diwariskan. Akan tetapi, Jumhur Ulama mengatakan, bahwa manfaat itu boleh diwariskan karena termasuk harta (*al-Maal*). Oleh sebab itu kematian salah satu pihak yang berakad tidak membatalkan akad *al-ijarah*.

Selanjutnya sampai kapanakah akad *al-ijarah* berakhir? Menurut al-Kasani dalam kitab *al-Badaa' u ash-Shanaa' iu*, menyatakan bahwa akad *al-ijarah* berakhir bila ada hal-hal sebagai berikut:

- a. Objek *al-ijarah* hilang atau musnah seperti, rumah yang disewakan terbakar atau kendaraan yang disewa hilang.
- b. Tenggang waktu yang disepakati dalam akad *al-ijarah* telah berakhir. Apabila yang disewakan itu rumah, maka rumah itu dikembalikan kepada pemiliknya, dan apabila yang disewa itu jasa seseorang maka orang tersebut berhak menerima upahnya.
- c. Wafatnya salah seorang yang berakad.
- d. Apabila ada *uzur* dari salah satu pihak, seperti rumah yang disewakan disita Negara karena terkait adanya utang, maka akad *al-ijarah* nya batal.

Sementara itu, menurut Sayyid Sabiq, *al-ijarah* akan menjadi batal dan berakhir bila ada hal-hal sebagai berikut:

- a. Terjadinya cacat pada barang sewaan ketika di tangan penyewa.
- b. Rusaknya barang yang disewakan, seperti ambruknya rumah, dan runtuhnya bangunan gedung.
- c. Rusaknya barang yang diupahkan, seperti bahan baju yang diupahkan untuk dijahit.
- d. Telah terpenuhinya manfaat yang diakadkan sesuai dengan masa yang telah ditentukan dan selesainya pekerjaan.
- e. Menurut Hanafi salah satu pihak dari yang berakad boleh membatalkan *al-ijarah* jika ada kejadian-kejadian yang luar biasa, seperti terbakarnya gedung, tercurinya barang-barang dagangan, dan kehabisan modal (Abdul Rahman Ghazaly, Dkk, 2012:284).

8. Pengembalian Barang Sewaan

Menurut Sayyid Sabiq jika akad *al-ijarah* telah berakhir, penyewa berkewajiban mengembalikan barang sewaan. Jika barang itu berbentuk barang yang dapat dipindah (barang bergerak), seperti kendaraan, binatang, dan sejenisnya, ia wajib menyerahkannya langsung pada pemiliknya. Dan jika berbentuk barang yang tidak dapat berpindah (barang yang tidak bergerak), seperti rumah, tanah, bangunan, ia berkewajiban menyerahkan kepada pemiliknya dalam keadaan kosong, seperti keadaan semula. Mazhab Hambali berpendapat bahwa ketika *al-ijarah* telah berakhir penyewa harus melepaskan barang sewaan dan tidak ada kemestian mengembalikan untuk menyerah-terimaknya seperti, barang titipan. Selanjutnya, mereka juga berpendapat bahwa setelah berakhirnya masa akad *al-ijarah* dan tidak terjadi kerusakan yang tanpa disengaja, maka tidak ada kewajiban menanggung bagi penyewa (Abdul Rahman Ghazaly, Dkk, 2012:284).

C. AL-Ijarah Al-Muntahia Bit-Tamlik (Financial Lease with Purchase Option)

1. Pengertian Al-Ijarah Al-Muntahia Bit-Tamlik

Transaksi yang disebut dengan *al-ijarah al-muntahia bit-tamlik* (IMB) adalah sejenis perpaduan antara kontrak jual beli dan sewa atau lebih tepatnya akad sewa yang diakhiri dengan kepemilikan barang di tangan si penyewa. Sifat pemindahan kepemilikan ini pula yang membedakan dengan *ijarah* biasa (Muhammad Syafi'i Antonio, 2001:118).

2. Bentuk Al-Ijarah Al-Muntahia Bit-Tamlik

Al-ijarah al-muntahia bit-tamlik memiliki banyak bentuk, bergantung pada apa yang disepakati kedua pihak yang berkontrak. Misalnya, *al-ijarah* dan janji menjual;

nilai sewa yang mereka tentukan dalam *ijarah*; harga barang dalam transaksi jual; dan kapan kepemilikan dipindahkan (Muhammad Syafi'i Antonio, 2001:118).

3. Aplikasi dalam Perbankan

Bank-bank Islam yang mengoperasikan produk *al-ijarah*, dapat melakukan *leasing*, baik dalam bentuk *operating lease* maupun *financial lease*. Akan tetapi, pada umumnya, bank-bank tersebut lebih banyak menggunakan *al-ijarah al-muntahia bit-tamlik* karena lebih sederhana dari sisi pembukuan. Selain itu, bank pun tidak direpotkan untuk mengurus pemeliharaan aset, baik pada saat *leasing* maupun sesudahnya (Muhammad Syafi'i Antonio, 2001:118). Contohnya, untuk pembiayaan investasi dan pembiayaan konsumen (Veithzal Rivai, Andria Permata Veithzal, 2008:179).

4. Manfaat dan Risiko yang Harus Diantisipasi

Manfaat dari transaksi *al-ijarah* untuk bank adalah keuntungan sewa dan kembalinya uang pokok. Adapun risiko yang mungkin terjadi dalam *al-ijarah* adalah sebagai berikut:

- a. *Default*; nasabah tidak membayar cicilan dengan sengaja.
- b. Rusak; aset *ijarah* rusak sehingga menyebabkan biaya pemeliharaan bertambah, terutama bila disebutkan dalam kontrak bahwa pemeliharaan harus dilakukan oleh bank.
- c. Berhenti; nasabah berhenti di tengah kontrak dan tidak mau membeli aset tersebut. Akibatnya, bank harus menghitung kembali keuntungan dan mengembalikan sebagian kepada nasabah (Muhammad Syafi'i Antonio, 2001:119).

D. Penutup

Al-Ijarah menurut syara' adalah akad pemindahan hak guna atas barang atau jasa, melalui pembayaran upah sewa, tanpa diikuti dengan pemindahan kepemilikan (ownership/milkiyah) atas barang itu sendiri.

Menurut jumhur ulama rukun *Ijarah* ada empat, yaitu: dua orang yang berakad, *sighat* (ijab dan qabul), sewa atau imbalan, manfaat. Adapun syarat-syarat *al-ijarah* sebagai berikut: yang terkait dengan dua orang yang berakad disyaratkan telah *baligh* dan berakal, kedua belah pihak yang berakad menyatakan kerelaannya melakukan akad *al-ijarah*, manfaat yang menjadi objek *al-ijarah* harus diketahui, sehingga tidak muncul perselisihan dikemudian hari, objek *al-ijarah* itu boleh diserahkan dan digunakan secara langsung dan tidak ada cacatnya, objek *al-ijarah* itu sesuatu yang diharamkan oleh *syara'*, yang disewakan itu bukan suatu kewajiban bagi penyewa, Objek *al-ijarah* itu merupakan sesuatu yang biasa disewakan seperti, rumah, kendaraan, dan alat-alat perkantoran, upah atau sewa dalam *al-ijarah* harus jelas, tertentu, dan sesuatu yang memiliki nilai ekonomi.

Mazhab Hanafi berpendapat bahwa *al-ijarah* dalam perbuatan ibadah atau ketaatan kepada Allah seperti menyewa orang lain untuk salat, puasa, haji, atau membaca al-Qur'an yang pahalanya dihadiahkan kepada orang tertentu seperti kepada arwah orang tua yang menyewa, menjadi *muadzin*, menjadi imam, dan lain-lain yang sejenis haram hukumnya.

Menurut Sayyid Sabiq, penyewa dibolehkan menyewakan lagi barang sewaan tersebut pada orang lain, dengan syarat penggunaan barang itu sesuai dengan penggunaan yang dijanjikan ketika akad awal. Misalnya, penyewaan seekor binatang, ketika akad awal dinyatakan bahwa binatang itu disewa untuk membajak sawah, kemudian binatang tersebut disewakan lagi kepada penyewa kedua, maka binatang itu harus digunakan untuk membajak pula.

Penyewa pertama boleh menyewakan lagi dengan harga serupa pada waktu ia menyewa atau kurang sedikit atau bahkan lebih mahal dari harga penyewaan pertama. Hal ini boleh-boleh saja dilakukan. Menurut Sayyid Sabiq kebiasaan seperti ini disebut *al-khulwu*. Hal ini berlaku juga untuk penyewaan-penyewaan yang lainnya seperti, penyewaan rumah, kendaraan, dan alat-alat musik.

Al-ijarah akan menjadi batal dan berakhir bila ada hal-hal sebagai berikut: terjadinya cacat pada barang sewaan ketika di tangan penyewa, rusaknya barang yang disewakan, seperti ambruknya rumah, dan runtuhnya bangunan gedung, rusaknya barang yang diupahkan, seperti bahan baju yang diupahkan untuk dijahit, telah terpenuhinya manfaat yang diakadkan sesuai dengan masa yang telah ditentukan dan selesainya pekerjaan, menurut Hanafi salah satu pihak dari yang berakad boleh membatalkan *al-ijarah* jika ada kejadian-kejadian yang luar biasa, seperti terbakarnya gedung, tercurinya barang-barang dagangan, dan kehabisan modal.

Jika akad *al-ijarah* telah berakhir, penyewa berkewajiban mengembalikan barang sewaan. Jika barang itu berbentuk barang yang dapat dipindah (barang bergerak), seperti kendaraan, binatang, dan sejenisnya, ia wajib menyerahkannya langsung pada pemiliknya. Dan jika berbentuk barang yang tidak dapat berpindah (barang yang tidak bergerak), seperti rumah, tanah, bangunan, ia berkewajiban menyerahkan kepada pemiliknya dalam keadaan kosong, seperti keadaan semula.

Transaksi yang disebut dengan *al-ijarah al-muntahia bit-tamlik* (IMB) adalah sejenis perpaduan antara kontrak jual beli dan sewa atau lebih tepatnya akad sewa yang diakhiri dengan kepemilikan barang di tangan si penyewa.

Bank-bank Islam yang mengoperasikan produk *al-ijarah*, dapat melakukan *leasing*, baik dalam bentuk *operating lease* maupun *financial lease*. Akan tetapi, pada umumnya,

bank-bank tersebut lebih banyak menggunakan *al-ijarah al-muntahia bit-tamlik* karena lebih sederhana dari sisi pembukuan. Selain itu, bank pun tidak direpotkan untuk mengurus pemeliharaan aset, baik pada saat *leasing* maupun sesudahnya. Contohnya, untuk pembiayaan investasi dan pembiayaan konsumen.

Manfaat dari transaksi *al-ijarah* untuk bank adalah keuntungan sewa dan kembalinya uang pokok. Adapun risiko yang mungkin terjadi dalam *al-ijarah* adalah sebagai berikut:

1. *Default*; nasabah tidak membayar cicilan dengan sengaja.
2. Rusak; aset *ijarah* rusak sehingga menyebabkan biaya pemeliharaan bertambah, terutama bila disebutkan dalam kontrak bahwa pemeliharaan harus dilakukan oleh bank.
3. Berhenti; nasabah berhenti di tengah kontrak dan tidak mau membeli aset tersebut. Akibatnya, bank harus menghitung kembali keuntungan dan mengembalikan sebagian kepada nasabah.

Daftar Pustaka

- Abdul Rahman Ghazaly, Dkk. 2012. *Fiqh Muamalah*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Ahmad Ifham Solihin. 2008. *Ini Lho, Bank Syariah*. Jakarta: Grafindo Media Pratama.
- Muhammad Syafi'i Antonio. 2001. *Bank Syariah: Dari Teori ke Praktik*. Jakarta: Gema Insani.
- Rachmat Syafe'i. 2004. *Fiqh Muamalah*. Bandung: Pustaka Setia
- Syukri Iska. 2012. *Sistem Perbankan Syariah di Indonesia: Dalam Perspektif Islam*. Yogyakarta: Fajar Media Press
- Veithzal Rivai, Andria Permata Veithzal. 2008. *Islamic Financial Management*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Yusuf as-Sabatin. 2011. *Bisnis Islam*. Bogor: Al-Azhar press.

Biodata Penulis



Ema Elisa, S.E.I.,M.E.I lahir di Landak tanggal 20 februari 1985, telah menyelesaikan Pendidikan S1 Jurusan Syari'ah program studi Ekonomi Islam di STAIN Pontianak pada tahun 2008 dan Telah menyelesaikan Pendidikan S2 Program Studi Hukum Islam Konsentrasi Keuangan Dan Perbankan Syari'ah di UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta pada tahun 2012.

Menjadi Dosen Luar Biasa Tahun 2013 di STIS syarif Abdurrahman Pontianak mengampu mata kuliah Fiqih Muamalah dan tahun 2013 juga mengajar d Universitas Muhammadiyah mengampu mata kuliah Islam dan Ekonomi, pada tahun 2014 menjadi Dosen Luar Biasa di IAIN Pontianak. Pada tahun 2018 lulus sebagai ASN di IAIN Pontianak penempatan di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam di Program Studi Perbankan Syari'ah, pernah mengampu Mata Kuliah Manajemen Bank Syari'ah, Akuntansi Lembaga Keuangan Mikro Syar'ah, Sejarah Pemikiran Ekonomi, Sejarah Pemikiran Ekonomi Islam, Pengantar Akuntansi, Seminar Ekonomi Islam, Ekonomi Mikro Syari'ah, Ekonomi Keuangan dan Perbankan, Pasar Uang dan Lembaga Keuangan Non Bank, Etika Bisnis Islam, Etika Bisnis Islam Dan Profesi, Pengantar Ekonomi Mikro, Bank Dan Lembaga Keuangan Syari'ah.



Lutpi Sahal, SHI., MSI., AAJI., AASI. Kelahiran 21 Sept 1981 di Jambu Burung adalah dosen tetap Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Antasari Banjarmasin. Sebelum mengenyam pendidikan strata satu dan dua, pernah mondok di pesantren Darul Hijrah Cindai Alus Martapura selama 6 tahun lamanya. Pendidikan S1 di tempuh pada Universitas Islam Indonesia (UII) Yogyakarta pada tahun 2000,

sekaligus menjadi mahasantri di pondok pesantren yang berada di bawah naungan kampus tersebut. Pada tahun 2005 melanjutkan studi di UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta dengan konsentrasi Keuangan dan Perbankan Syariah (KPS).

Pada tahun 2008 mulai bergabung di IAIN/UIN Antasari Banjarmasin hingga sekarang, dan juga aktif di berbagai organisasi sosial, antara lain: Masyarakat Ekonomi Syariah (MES), Ikatan Ahli Ekonomi Islam (IAEI), Pusat Inkubasi Bisnis Syariah (PINBAS), Himpunan Ekonomi Bisnis Pesantren (HEBITREN), dsg.

Buku:

1. Kewirausahaan Dalam Bingkai Syariah.
2. Manajemen Keuangan dan Investasi Syariah.

Karya Tulis Ilmiah:

1. Optimalisasi Zakat Dalam Ekonomi Islam.
2. Implementasi '*Al-Uqud Al-Murakkabah*' Atau '*Hybrid Contracts*' (Multi Akad) Gadai Emas Pada Bank Syariah Mandiri Dan Pegadaian Syariah.
3. Implementasi Fatwa DSN-MUI Nomor 31 Tahun 2002 Tentang Pengalihan Hutang Pada Lembaga Keuangan Syariah.
4. Strategi Pengembangan Prodi Asuransi Syariah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam UIN Antasari Banjarmasin Dengan Menggunakan Analisis Qspm (*Quantitative Strategic Planning Matrix*).

5. Pengaruh Perangkat Pembelajaran Sajian Mata Kuliah Berbasis Profil Lulusan Entrepreneurship Dan Evaluasinya Terhadap Motivasi Mahasiswa Berwirausaha Di FEBI UIN Antasari Banjarmasin.



Nurma Sari, S. Ag, M.S.I lahir di Pontianak 15 maret 1978, SD dan MTs di pulau Bangka, MAS Syahid Pontianak. S1 di STAIN Pontianak Program Studi Ekonomi Islam, Kemudian meneruskan ke jenjang pendidikan S2 di UIN SUNAN KALIJAGA Yogyakarta Program Studi

Keuangan dan Perbankan Syariah. Mengabdikan sebagai dosen luar biasa dan menjadi dosen tetap pada Program Studi Perbankan Syariah STAIN Pontianak. Dalam bidang pendidikan dan pengajaran di antaranya sebagai dosen Prodi Ekonomi Islam mata kuliah yang diampu; Akuntansi Perbankan Syariah, Aplikasi Akuntansi Syariah, Akuntansi Lembaga Keuangan Mikro Syariah di prodi Perbankan Syariah, Bank dan Lembaga Perbankan Syariah, Pengembangan Produk Perbankan Syariah, Metodologi Penelitian Keuangan dan Perbankan Syariah. Tulisan yang pernah diterbitkan di antaranya: Jurnal Syariah (2006), Harta Dalam Perspektif Islam, Pola Kemitraan Petani Kerambah Apung dengan Pemilik modal di Tepian Sungai Kapuas Kecamatan Pontianak Timur Kelurahan Parit Mayor (2007). Pola Investasi dan Pembiayaan dalam Islam (2010). Implementasi produk Pembiayaan pada BMT Mujahidin Pontianak tahun Buku 2009-2011 (2012). Perbandingan pembiayaan KPR Pada bank BRI Syariah dan Mandiri Konvensional (2016). Analisis Perbandingan Perhitungan Pembiayaan Kepemilikan Rumah Di Bank Konvensional dan Syariah (Studi Pada Bank Mandiri Dan BRI Syariah) (2017). Analisis Pengaruh faktor Internal dan Eksternal Terhadap *Market Share* Perbankan Syariah di Indonesia (2021). The Impact of the Digitalization Transformation on the Observation of manpower for Graduates of the Sharia Banking Studi Program in FEBI IAIN Pontianak (2022).



S. Purnamasari, is a Lecturer in Islamic Economics at the Faculty of Islamic Studies, Muhammad Arsyad Al-Banjari Kalimantan Islamic University, Banjarmasin, South Kalimantan.

He holds a Doctorate in Islamic Studies at the Postgraduate Program at the State Islamic University of Walisongo, Semarang. Dia Scopus ID (57226829483), Sinta ID (6052260), Publons, Wos ID (GQP-45892022), ORCID ID (0000000349546197), Google Scholars ID (<https://scholar.google.co.id/citations?user=PGyuKd8AAAAJ&hl=en>). Currently he is a member of MES South Kalimantan, ADRI, FORDEBI, IAEI, and ADPETIKISINDO, INDONESIAN COUNSELOR, IPEST. He worked on Islamic Banking and Non-Bank Financial Instruments, Introduction to Management, PAI, Arabic 1, Strategic Management, Research Methodology, and Islamic Microeconomics. Email: s.purnamasari1980@gmail.com or s_purnamasari@uniska-bjm.ac.id. Nomor Orcid: 0000-0003-4954-6197 Telepon: +62)85254849294

DR. S. PURNAMASARI, SH., S.SOS.I., MSI., C. STMI., C. PS., CIFA. Tempat & Tanggal Lahir: Pemalang, 17 Juni 1980.
Alamat Rumah: Jl. Padat Karya Komp. Perdana Mandiri Blok G.
No. 62 Sungai Andai Banjarmasin Utara Kalimantan Selatan.
Hp: 085254849294.

Email: s.purnamasari1980@gmail.com or
s_purnamasari@uniska-bjm.ac.id

Orang tua: Bapak: Drs. H. Fudhori Salim Ibu kandung:
Hj. Umroh, S. Pd.I (Almarhumah) Suami
: M. Adib Mustanir, SE

Saudara kandung : DR. Purnama Rozak, S.Sos.I., MSI (anak no
2) Salamah Hayyu Buwana Rizqi, S. Pd.I (anak no 3) Anak: 1.
Ridhia Salsabila Assa'adi (Gontor Putri 1 Mantingan Ngawi kls
5 KMI). 2. Rahma Maulida Barnia Assa'adi (Pondok Tahfidzul
Qur'an Miftahul Falah Jateng). 3. Rafanda Rasendrya Annora
Assa'adi (kls 3 SDN 1 Sungai Andai Banjarmasin)

Tempat kerja: 1. Dosen Tetap di Uniiska/Universitas Islam
Kalimantan Muhammad Arsyad Albanjari Banjarmasin 2. Dosen
Tidak Tetap/Dosen Luar Biasa: FEBI UIN Antasari
Banjarmasin.

Riwayat Pendidikan

1. SDN 01 Pelutan Pemalang (1993)
2. SMP N 1 Pemalang (1996)
3. MAN 1 Pemalang (1999)



Dr. Yulia S.E.I., M.Ag., lahir di Serasan Natuna Kepulauan Riau. S1 di IAIN Pontianak Jurusan Ekonomi Islam, S2 di UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta Konsentrasi Keuangan dan Perbankan Syariah selesai Tahun 2005, dan S3 di UIN Sunan Kalijaga Konsentrasi Ekonomi Islam lulus Tahun 2022. Karir sebagai Dosen IAIN Pontianak dimulai tahun 2005

sampai dengan sekarang. Mengampu mata kuliah Manajemen Keuangan Syariah, dan Pengembangan Produk Bank Syariah. Beberapa buku yang pernah diterbitkan, yaitu: *Perbankan Syariah* (2012), *Sistem Partnership pada Pembiayaan PT. Sarana Kalbar Ventura* (2020), dan *Market Share Perbankan Syariah* (2021). *Non Performing Financing Bank Syariah* (2022).



Fatimah. SAg,MA, lahir di Pontianak, Kalimantan Barat pada Agustus 1976, Ia menyelesaikan SDN 04 di tanah kelahirannya, MTS dan MA Di Salafiyah Syafi'iyah Seblak Jombang Jawa Timur, S1 diselesaikan di UNHAS Universitas Hasyim Asy'ari Tebu Ireng Jawa Timur Fakultas Syariah Jurusan Mu'amalah, selesai pada tahun 2000, S2 di UIN Syarif Hidayatullah Jakarta Program Studi Pengkajian Islam Konsentrasi Ekonomi Islam

lulus pada tahun 2008. Awal karier sebagai Asisten Dosen pada tahun 2004 kemudian pada tahun 2009-2011 mengajar di STAIN Pontianak, kemudian pada tahun 2011-2022 sebagai Pegawai UIN Syarif Hidayatullah DPK Unusia Jakarta. Mata Kuliah yang pernah diampu adalah Pendidikan Pancasila, Studi Hadist, Ekonomi Publik, Teori Ekonomi Mikro, Manajemen Aset dan Liabilitas Perbankan Syariah, Produk-Produk Perbankan Syariah Kemudian sekarang aktif mengajar sebagai dosen di IAIN Pontianak pada tahun 2023, Mata Kuliah yang diampu adalah Manajemen Aset dan Liabilitas Perbankan Syariah dan Praktikum Perbankan Syariah. Selain itu. Beberapa karya tulis ilmiah yang pernah diterbitkan, yaitu: *Kemudahan Dalam Pelaksanaan Zakat* (2009), *Prinsip Dasar Ekonomi Islam* (2010), *Sistem Keuangan Dalam Ekonomi Islam* (2018), *Prinsip-Prinsip & Produk Penghimpunan Dana Dalam Bank Syari'ah* (2018), *Jurnal Distorsi Pasar dan Rekayasa Permintaan dan Penawaran* (2021) dan beberapa penelitian yaitu: *Produk-Produk Bank Syariah Antara Teori dan Fakta* (2014), *Analisis Strategi Pemasaran dan Produksi Bahan Baku Obat Herbal Islami di Indonesia* (2016).

Isu-isu Kontemporer **PERBANKAN SYARIAH** **DI BORNEO**



Editor : Baharuddin, S.Sos.I, M.Si

Dr. Yulia, M.Ag, Nurma Sari. M.S.I, Ain Rahmi M.El, Ema Elisa M.El,
Eko bahtiar. M.El, Fatimah,.M.A, Lutfhi Sahal M.S.I, Purnama Sari..M.S.I
Indra Agus Rahman, Rilla Aprillia, Rana Aprilla Gumilar, Nur Indah Safitri,
Muhammad Ar syad Albanjari, Noor Arella Oktavianty, Norlatifah