

Faktor - Faktor Yang Mempengaruhi Stigma Masyarakat Tentang Lembaga Keuangan Syariah di Dusun Gempol Desa Jogodalu Benjeng Gresik

Moh Muhtarul Anam¹, Syamsyir Alamsyah Harahap², Achmad Fahim³

¹²³Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas Qomaruddin Gresik

Email : muhtarulanam2@gmail.com

Abstract: *Moh Muhtarul Anam, 2024. Factors That Influence Community Stigma Regarding Sharia Financial Institutions in Gempol Hamlet, Jogodalu Village One of the factors that makes Islamic financial institutions rarely popular is the public's negative view of Islamic banks, especially in Gempol Hamlet. This is due to the fact that the public does not understand sharia banking products and services, and customers/customers often choose bank products only based on information about the benefits that will be obtained from the product. On the other hand, Islamic banks do not provide adequate promotions and information about available products, making potential customers less interested in using them. Therefore, public understanding of sharia banking must be increased through socialization, promotion, both of usury-free sharia products and sharia institutions. The aim of this research is to describe the factors that influence public stigma about Islamic financial institutions. The type of research used is field research with a qualitative approach. The data studied in this research concerns factors that influence public stigma about sharia financial institutions in Gempol Hamlet, Jogodalu Village. The subjects of this research are the people of Gempol hamlet, Jogodalu village. Researchers use observation, interviews, and documentation to collect information. The purpose of data analysis in this research is to examine the data obtained in detail and draw conclusions from the data obtained. The research results show that institutions can do several things to support the existence of sharia financial institutions from the aspects of understanding, trust and satisfaction as well as encouraging people to use the services of sharia financial institutions. They believe that understanding is very important because understanding is the ability to explain and understand something. Confidence and satisfaction are also benchmarks for institutions to improve the quality of the services they provide.*

Keywords : *Public Stigma; Islamic Financial Institutions*

Abstrak: Moh Muhtarul Anam, 2024. Faktor Faktor Yang Mempengaruhi Stigma Masyarakat Tentang Lembaga Keuangan Syariah Di Dusun Gempol Desa Jogodalu. Salah satu faktor yang membuat Lembaga keuangan syariah jarang diminati adalah pandangan negatif Masyarakat tentang bank syariah, terutama di Dusun Gempol. Hal ini disebabkan oleh fakta bahwa masyarakat kurang memahami produk dan jasa bank syariah, dan pelanggan / nasabah seringkali memilih produk bank hanya berdasarkan informasi tentang manfaat yang akan diperoleh dari produk tersebut. Di sisi lain, bank syariah tidak memberikan promosi dan informasi yang memadai tentang produk yang tersedia, sehingga membuat calon nasabah kurang tertarik untuk menggunakannya. Oleh karena itu, pemahaman masyarakat tentang perbankan syariah harus di tingkatkan melalui sosialisasi, promosi, baik dari produk syariah tanpa riba maupun kelembagaan syariahnya. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan tentang factor-faktor yang mempengaruhi stigma masyarakat tentang lembaga keuangan syariah. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian lapangan dengan pendekatan kualitatif, data yang dikaji dalam penelitian ini menyangkut faktor yang mempengaruhi stigma

masyarakat tentang lembaga keuangan syariah di Dusun Gempol Desa Jogodalu. Subyek penelitian ini adalah masyarakat dusun gempol desa jogodalu. Peneliti menggunakan observasi, wawancara, dan dokumentasi untuk mengumpulkan informasi. Tujuan analisis data dalam penelitian ini adalah untuk menelaah data yang diperoleh secara mendetail dan menarik kesimpulan dari data yang diperoleh. Hasil penelitian menunjukkan bahwa lembaga dapat melakukan beberapa hal untuk mendukung keberadaan lembaga keuangan syariah itu dilihat dari aspek pemahaman, kepercayaan, dan kepuasan juga mendorong orang untuk menggunakan layanan lembaga keuangan syariah. Mereka percaya bahwa pemahaman sangat penting karena pemahaman adalah kemampuan untuk menjelaskan dan memahami sesuatu. Keyakinan dan kepuasan juga merupakan tolak ukur bagi lembaga untuk meningkatkan kualitas pelayanan yang mereka berikan.

Kata kunci: Stigma Masyarakat; Lembaga Keuangan Syariah

PENDAHULUAN

Menurut Dewan Syariah Nasional (DSN), lembaga keuangan syariah (LKS) adalah lembaga keuangan yang mengeluarkan produk keuangan syariah dan mendapat izin operasional sebagai lembaga keuangan. LKS harus memenuhi dua syarat: kesesuaian dengan syariah Islam dan legalitas operasi sebagai lembaga keuangan (DSN-MUI, 2003).¹ Lembaga keuangan syariah adalah badan usaha yang bekerja dalam bidang keuangan berdasarkan prinsip-prinsip syariah atau yang berasal dari ayat-ayat Al-Quran dan As-Sunnah yang berkaitan dengan etika perdagangan dan transaksi ekonomi. Tidak semua transaksi ekonomi dilarang dalam Islam, dan tidak semua juga diperbolehkan.

Salah satu hal yang dilarang oleh agama Islam adalah riba, yang merupakan penetapan kelebihan atau tambahan jumlah pinjaman yang diberikan kepada peminjam, juga dikenal sebagai sistim bunga. Firman Allah tentang riba dapat ditemukan dalam surah Ali Imran 130:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا الرِّبَا أَضْعَافًا مُضَاعَفَةً وَاتَّقُوا اللَّهَ لَعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ

Terjemah :

“Wahai orang-orang yang beriman, janganlah kamu memakan riba dengan berlipat ganda dan bertakwalah kepada Allah agar kamu beruntung”.

Riba dalam ayat ini dimaksudkan sebagai utang-piutang yang ketika tidak bisa dibayar pada waktu jatuh tempo, pengutang diberi tambahan waktu, tetapi dengan ganti berupa penambahan jumlah yang harus dilunasinya.

Lembaga keuangan syariah adalah sebuah badan usaha yang kegiatannya di bidang keuangan syariah dan asetnya berupa keuangan maupun non keuangan berdasarkan prinsip syariah Islam. Setiap kegiatan operasional di dalamnya tidak boleh mengandung unsur riba atau pun unsur yang dilarang dalam agama Islam. Harapannya dengan adanya Lembaga keuangan syariah dengan prinsipnya yang berdasarkan prinsip syariah islam membuat Masyarakat akan memilih bank syariah dibanding bank konvensional, akan tetapi yang terjadi, Masyarakat lebih memilih bertransaksi keuangan di Lembaga keuangan konvensional

Salah satu faktor yang membuat Lembaga keuangan syariah jarang diminati adalah pandangan negatif Masyarakat tentang bank syariah, terutama di Dusun Gempol. Hal ini disebabkan oleh fakta bahwa masyarakat kurang memahami produk dan jasa bank syariah, dan pelanggan / nasabah seringkali memilih produk bank hanya berdasarkan informasi tentang manfaat yang akan diperoleh dari produk tersebut. Di sisi lain, bank syariah tidak memberikan promosi dan informasi yang memadai tentang produk yang tersedia, sehingga membuat calon nasabah kurang tertarik untuk menggunakannya. Oleh karena itu, pemahaman masyarakat tentang perbankan syariah harus di tingkatkan melalui sosialisasi, promosi, baik dari produk syariah tanpa riba maupun kelembagaan syariahnya.

Oleh karena itu, perkembangan Lembaga keuangan Syariah perlu mendapatkan perhatian khusus dari pihak terkait, baik dari pihak akademisi ataupun praktisi, seperti melakukan sosialisasi kepada masyarakat demi kebaikan perkembangan Lembaga keuangan Syariah sekarang dan masa yang akan datang. Karena selama ini bank Syariah kurang diminati masyarakat, khususnya di dusun Gempol desa Jogodalu. sedangkan jika bank Syariah maju dan berkembang dalam marketing dan sosialisasi terhadap Masyarakat atau, maka secara otomatis ekonomi Syariah akan menjadi sebuah kepercayaan masyarakat. karena minimnya pengetahuan akan Lembaga keuangan Syariah inilah yang memicu stigma negatif masyarakat muncul tentang Lembaga keuangan Syariah.

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif yaitu suatu penelitian yang dilakukan secara sistematis dengan mengangkat data yang ada. Penelitian ini yaitu bermaksud untuk mendapatkan informasi berkaitan dengan persepsi masyarakat terhadap Lembaga keuangan Syariah di dusun Gempol desa Jogodalu Penelitian ini bersifat kualitatif.

B. Subyek Penelitian

Warga Masyarakat khususnya di dusun Gempol Desa Jogodalu kec Benjeng Kab Gresik.

C. Tempat dan Waktu Penelitian

Waktu penelitian ini mulai dari 12 Maret 2023 sampai 07 mei 2023. Penelitian ini berlokasi di Dusun Gempol Desa Jogodalu kecamatan Benjeng Kabupaten Gresik.

D. Sumber Data

- a. Data Primer
Wawancara secara langsung dengan Masyarakat khususnya pada Dusun Gempol Desa Jogodalu Kec Benjeng Kab Gresik
- b. Data Sekunder

Dengan mengacu pada berbagai data tentang faktor yang mempengaruhi stigma masyarakat tentang bank syariah pada penelitian yang sudah ada.

E. Teknik Pengumpulan Data

a. Observasi

Yaitu peneliti melakukan pengamatan terlebih dahulu pada objek yang akan diteliti untuk mendapatkan data yang lengkap dan benar.

a. Wawancara

Yaitu peneliti melakukan wawancara untuk menggali informasi yang akurat sebagai data penelitian yang dilakukan.

b. Dokumen yang relevan

Yaitu peneliti memeriksa reduksi data dan penarikan kesimpulan untuk mengetahui keadaan yang sebenarnya.

F. Teknik Analisis Data

Peneliti menggunakan analisis data kualitatif, yang mencakup metode berikut: Dalam penelitian kualitatif, informasi dikumpulkan dari berbagai sumber dan diproses secara bertahap hingga data mencapai titik kejenuhan. Hasil dari pengamatan yang berlanjut ini mengakibatkan tingginya variasi data. Analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan dokumentasi, dengan cara mengorganisasikan data ke dalam kategori, menjabarkan ke dalam unit-unit, melakukan sintesa, menyusun ke dalam pola, memilih mana yang penting dan yang akan dipelajari, dan membuat kesimpulan sehingga mudah difahami oleh diri sendiri maupun orang lain.

Menurut Miles dan Huberman (Dr. H. Zuchri Abdussamad, 2021), analisis data kualitatif dilakukan secara interaktif dan terus menerus sampai selesai. Indikasi kejenuhan data dapat dikenali dari ketidakmungkinan untuk mendapatkan data atau informasi tambahan yang baru. Aktivitas dalam analisis meliputi reduksi data (data reduction), penyajian data (data display) serta Penarikan kesimpulan dan verifikasi (conclusion drawing / verification). Analisis data kualitatif model Miles dan Huberman terdapat 3 (tiga) tahap:

1. Tahap Reduksi Data

Mereduksi data berarti menyusutkan, memilih informasi pokok, memusatkan perhatian pada hal-hal yang signifikan, mencari tema dan pola tertentu. Dengan melakukan hal tersebut, data yang telah direduksi akan memberikan gambaran yang lebih terfokus, memudahkan peneliti untuk melanjutkan pengumpulan data, serta mempermudah pencarian data jika diperlukan. Dengan menggunakan peralatan elektronik seperti komputer mini, yang memungkinkan pemberian kode pada elemen tertentu, proses reduksi data dapat ditingkatkan. Selama proses ini, setiap peneliti akan dipandu oleh tujuan yang ingin dicapai.

Penemuan adalah fokus utama penelitian kualitatif. Oleh karena itu, ketika peneliti melakukan penelitian dan menemukan sesuatu yang dianggap asing,

tidak dikenal, atau tidak memiliki pola, itu seharusnya menjadi perhatian utama dalam proses reduksi data. Analoginya, seperti melakukan penelitian di hutan, elemen-elemen seperti pohon, tumbuhan, dan binatang yang belum dikenal sebelumnya malah menjadi fokus pengamatan untuk langkah selanjutnya.

2. Tahap Penyampaian Data

Data dapat disajikan dalam penelitian kualitatif dalam bentuk bagan, uraian ringkas, flowchart, hubungan antar kategori, dan format lainnya. Akan lebih mudah untuk memahami situasi yang terjadi dan merencanakan langkah selanjutnya setelah data ditampilkan. Selain itu, disarankan untuk menggunakan grafik, matriks, jaringan kerja, diagram, dan teks naratif saat menyajikan data.

3. Tahap Penarikan dan Hasil Verifikasi

Menurut Miles dan Huberman, penarikan kesimpulan dan verifikasi merupakan langkah ketiga dalam analisis data kualitatif. Kesimpulan awal yang disampaikan pada tahap ini bersifat provisional atau sementara dan dapat berubah jika tidak ditemukan bukti yang kuat untuk mendukungnya selama proses pengumpulan data berikutnya. Namun, jika kesimpulan yang dibuat pada tahap awal tersebut didukung oleh bukti yang valid dan konsisten saat peneliti kembali ke lapangan untuk mengumpulkan data tambahan, kesimpulan tersebut menjadi lebih kredibel.

Maka dari itu, kesimpulan yang dihasilkan dari penelitian kualitatif mungkin mampu memberikan jawaban terhadap rumusan masalah yang telah dibuat sejak awal. Namun, kemungkinan juga ada bahwa kesimpulan tersebut tidak sepenuhnya memenuhi rumusan masalah, mengingat bahwa dalam penelitian kualitatif, masalah dan rumusan masalah masih bersifat provisional dan dapat berkembang seiring dengan penelitian yang dilakukan peneliti di lapangan. Kesimpulan dalam penelitian kualitatif mencakup temuan-temuan baru yang sebelumnya belum pernah muncul. Temuan tersebut dapat berupa deskripsi atau gambaran mengenai suatu objek yang sebelumnya masih kurang jelas atau tidak diketahui, namun setelah diteliti, menjadi lebih terang.

Kesimpulan juga dapat mencakup hubungan kausal atau interaktif, hipotesis, atau teori yang muncul dari hasil penelitian tersebut. Dengan merujuk pada informasi sebelumnya, setiap fase dalam proses tersebut dijalankan dengan tujuan untuk memastikan kevalidan data dengan mengkaji semua informasi yang diperoleh dari berbagai sumber melalui metode wawancara.

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Sejarah Desa Jogodalu

Babat Tanah Jawi Wetan yang ditulis oleh Wiryopanitro dari Solo dan Dr. H. J. De Graaf dari Belanda mengatakan bahwa Desa Jogodalu sebelum menjadi kota yang ramai dengan banyak penduduknya pertama kali disebut sebagai "Desa Darno", yang terletak di sebelah

timur waduk atau bendungan Desa Jogodal. Namun, saat desa Darno didirikan, waduk belum ada. Kanjeng Sunan Prapen membangun Desa Darno, yang berasal dari kata Arab "darno", yang berarti "kampung" dan "na", jadi jika digabungkan, itu berarti "kampung kita".

Penduduk desa Darno yang padat sering terkena banjir, sehingga disebut sebagai "kampung batok jamon". Kata "batok jamon" mengacu pada kata "jamon", yang berarti "air" atau "banyu". Akhirnya, penduduk desa Darno meminta sunan prapen untuk pindah ke tempat yang lebih aman dari banjir. Kanjeng sunan prapen langsung menyetujuinya. Sunan Prapen kemudian memerintahkan murid-muridnya untuk berdakwah di luar kesultanan Giri. Setelah itu, murid-muridnya meningkat. Suatu hari, salah satu siswa meminta sunan prapen untuk membangun tempat peristirahatan karena kembali ke kesultanan Giri terlalu jauh.

Dari tempat peristirahatan itu, orang ditugaskan untuk berjaga-jaga. Tempat penjagaan itu berada di sebelah selatan desa jogodal dan diberi nama "jedding", dengan "mbah Dolan" sebagai kepala penjagaan. Setelah itu, murid-murid sunan prapen mendirikan kampung kecil di sebelah barat perempatan RT. 06 yang diberi nama "kampung "kaoman", yang akhirnya menjadi desa jogodal. Menurut ilmu tasawuf sunan prapen, sponsor atau orang yang ditunjuk oleh sunan prapen adalah orang-orang yang benar-benar bersih hatinya.

Menurut sunan prapen, nama jogodal berasal dari kata bahasa Arab dala-yadullu-dallan, yang artinya menunjuk seseorang. Oleh karena itu, kata "jaga" berasal dari kata "jaga" atau "berjaga", dan kata "dal" berasal dari kata "dalam", yang merupakan nama orang yang bertugas sebagai kepala penjagaan. Pada tahun 1679 M, sunan prapen meresmikan desa jogodal dengan seluruh muridnya. Di masa lalu, desa Jogodal memiliki banyak seni, termasuk grub drum band Raden Paku dan rebana. Di sini, kelompok rebana barat dan timur terpisah.

Bapak haji Hasan Affandi memimpin grub barat, dan bapak Abdullah Said memimpin grub timur. Ketika rebana mulai berkurang, muncul kesenian baru yang disebut Las Bumi. Ini adalah permainan yang menggunakan peralatan musik tradisional dan diiringi oleh nyanyian atau lagu. Mereka terbagi menjadi dua kelompok, bapak Asrikan di bagian barat dan bapak Syafi'i di bagian timur. Ketika kesenian Las Bumi mulai berkurang, muncul kesenian baru yang disebut Al Banjari. Seni hadrah, yang berarti memukul rebana sambil membaca shalawat, masih ada di desa jogodal sampai saat ini.

Banyak orang laki-laki dewasa memainkan seni hadrah ini secara bersamaan dan bergantian. Seni hadrah ini biasanya digunakan untuk menyambut pengantin, khitanan, aqiqah, dan tamu penting. Namun, al-banjari lebih populer daripada seni hadrah karena lebih modern, terkesan lucu dan menghibur, dan dibawakan oleh anak-anak dari usia sekolah dasar hingga remaja sekolah menengah atas. Banyak remaja putra mengikuti seni bela diri yang disebut setia hati terate. Seni baca Qur'an atau Qiro'ah, Tilawah, dan jepaplok juga ada. Selain itu, kain sarung yang dibuat oleh ibu-ibu di desa jogodal adalah karya seni yang sangat dihargai dan banyak dipamerkan dari tingkat kecamatan hingga Dusun.

Desa Jogodal memiliki makanan khas yang tidak dimiliki oleh desa lain. Itu disebut Ladu, dan itu berbentuk seperti bantal guling dan berwarna merah muda, dengan rasa manis dan tekstur dalam yang lembut. Ladu ini dibuat dari beras ketan yang dihaluskan, dikukus, dipanaskan di bawah sinar matahari, kemudian di gunting dan di goreng dengan pasir.

Meskipun desa Jogodalu terletak pada koordinat 7°12'36"S 112°29'2"E, desa ini memiliki tempat wisata yang mungkin tidak dimiliki oleh desa lain. Di sebelah barat desa, tepatnya di desa Gempol, ada Taman Burung. Memiliki kurang lebih 28 spesies burung, tempat ini disebut "Taman Burung". Setiap pagi, mereka terbang ke timur dan kembali ke barat menjelang maghrib. Sistem sosial di Desa Jogodalu: Menurut sejarah yang ditulis oleh penulis di awal pembahasan, desa ini tidak terdiri dari sistem kekerabatan patriarkhi atau matriarkhi.

Desa jogodalu terdiri dari struktur sosial, rasa kebersamaan, atau sistem sosial. Semua orang memiliki nasib yang sama, jadi tidak ada paksaan untuk membentuk satu komunitas dalam suatu tempat yang disebut desa tanpaa. Namun, dalam masyarakatnya, sistem kekerabatan yang luar biasa jelas terlihat. Keluarga besar satu sama lain tetap menjaga hubungan baik meskipun ada salah satu di antaranya yang berselisih paham. Di desa jogodalu ini, ada sistem sosial lainnya seperti BPD, LKMD, KARANG TARUNA, IBU-IBU PKK, KELOMPOK TANI, dll. Ada juga organisasi masyarakat yang berkaitan dengan agama seperti jama'ah pengajian, IPNU-IPPNU, FATAYAT-MUSLIMAT, GP ANSOR, IRM, dan sebagainya.

Orang-orang di desa Jogodalu tidak terlibat dalam konflik antara paham nahdlatul ulama dan muhammadiyah. Teknologi yang ada di desa Jogodalu: Penduduk desa Jogodalu menggunakan teknologi modern. sama seperti teknologi pertanian. Sekarang ada traktor yang menggantikan kerbau untuk membajak sawah, jadi jika musim panen tiba, tidak perlu lagi menggunakan alu untuk merontokkan biji padi dari batangnya karena ada mesin perontok sendiri yang lebih cepat dan efisien.

Selain itu, menggunakan alu setelah beras sudah tidak sulit lagi karena ada banyak perusahaan penggilingan padi saat ini. Teknologi perikanan dan pertanian semakin maju, menggunakan diesel sebagai alat pengairan. Namun, teknologi tradisional masih digunakan. Misalnya, untuk membuat sarung tenun, kayu-kayu yang saling dihubungkan diikat dengan kawat kecil untuk mencegah putus benang.

Alat ini dioperasikan dengan tangan dan kaki yang digerakkan secara bergantian daripada mesin. Untuk membuka benangnya hanya menggunakan ban sepeda yang sudah diambil bannya, yang dihubungkan dengan benang layangan dengan alat yang dapat berputar berbentuk bulat yang terbuat dari batang bambu, menunjukkan bahwa pembuatan sarung masih sangat tradisional, dan tidak mengherankan bahwa mereka dijual dengan harga yang cukup mahal.

B. Kondisi Populasi Desa Jogodalu

Dengan 3929 warga, Desa Jogodalu adalah desa yang padat penduduk. Mata pencaharian utama penduduk Desa Jogodalu adalah pertanian. Hampir sebagian besar masyarakatnya bekerja sebagai petani. Ada yang bekerja di ladangnya sendiri, dan ada yang bekerja sebagai buruh tani di sawah milik orang lain. Sebanyak 705 orang bekerja sebagai petani dan 800 lainnya sebagai buruh tani.

Selain petani sawah, petani tambak juga mengurus kolam ikan mereka, mulai dari memelihara benih ikan hingga memanennya. Karena Gresik adalah kota industri, banyak orang

bekerja sebagai pekerja swasta di perusahaan swasta dan negara. Banyak orang bekerja sebagai guru swasta atau pegawai negeri sipil selain sebagai karyawan. Selain itu, ada yang bekerja sebagai bidan, perawat, atau dokter.

Banyak orang juga memilih untuk menjadi pedagang, baik dengan membuka toko sendiri di rumah atau berdagang di pasar-pasar; ada juga yang bekerja sebagai penjahit, pembuat sarung tenun, dan pedagang keliling. Sebagian kecil dari mereka bekerja sebagai peternak ayam dan kambing. Religi di Desa Jogodalu: Sebagian besar orang di sana beragama Islam. Islam adalah agama tunggal. Dalam pelaksanaannya, tidak ada ritual khusus yang dilakukan; hanya tradisi yang masih dilakukan secara umum di desa ini yang dilakukan. Salah satu tradisi tersebut adalah bersih desa, yang diadakan setiap tahun pada hari kemerdekaan Republik Indonesia.

Dia memulai acara dengan membawa hasil bumi ke balai desa bersama-sama, mendengarkan ceramah dari para sesepuh desa, dan kemudian makan hasil bumi tersebut bersama-sama. Selain itu, ada tradisi untuk mengadakan tahlilan menjelang hari puasa atau satu hari sebelumnya dengan membawa tumpeng dan kue apem. Selama bulan Syura, orang-orang membuat bubur yang disebut asyura. Di desa jogodalu, tradisi 3, 7, 40, 100, dan 1000 hari setelah orang meninggal masih ada. Hampir semua orang melakukannya dengan membaca tahlil dan doa bersama.

Peneliti akan membahas tentang persepsi masyarakat terhadap lembaga keuangan syariah berdasarkan pelaksanaan lembaga keuangan syariah. Mereka akan melihat aspek pemahaman, kepercayaan, dan kepuasan. Selanjutnya, peneliti akan menganalisis lebih dalam pelaksanaan tersebut. Tetapi membangun pemahaman, kepercayaan, dan kebahagiaan juga akan mendorong orang untuk menggunakan layanan lembaga keuangan syariah. Mereka percaya bahwa pemahaman sangat penting karena pemahaman adalah kemampuan untuk menjelaskan dan memahami sesuatu. Keyakinan dan kepuasan juga merupakan tolak ukur bagi lembaga untuk meningkatkan kualitas pelayanan yang mereka berikan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa lembaga dapat melakukan beberapa hal untuk mendukung keberadaan lembaga keuangan syariah, yaitu:

1. Pemahaman Masyarakat

Di sekitar Dusun Gempol Desa Jogodalu, lebih banyak lembaga keuangan syariah muncul dan berkembang. Tentu saja, hal ini memengaruhi persepsi masyarakat terhadap lembaga keuangan syariah. Kemampuan untuk menerangkan konsep dikenal sebagai pemahaman. Oleh karena itu, masyarakat menganggap pemahaman tentang perbankan syariah sangat penting.

Salah satu kebutuhan masyarakat Dusun Gempol Desa Jogodalu, yang mayoritas beragama Islam, adalah lembaga keuangan syariah. Masyarakat menyadari bahwa perbankan syariah adalah solusi untuk masalah bunga. Salah satu warga Dusun Gempol Desa Jogodalu, Ibu Sutri, telah menjadi nasabah Lembaga Keuangan Syariah sejak 2015. Ibu Sutri bilang menjadi pelanggan hanya untuk menabung karena tidak ada pemotongan bulanan.

“Saya sudah memahami tentang lembaga keuangan syariah dari dulu. Saya sudah menggunakannya karena saya memahami bahwa mereka tidak menggunakan bunga atau riba namun menggunakan bagi hasil.”

“Pemerintah menerapkan lembaga keuangan syariah karena melaksanakan perintah agama, dan agama Islam merupakan agama Kaffah yang dapat mengatur segala kegiatan umatnya, termasuk juga dalam bidang keuangan.”

Peneliti menemukan bahwa masyarakat di Dusun Gempol Desa Jogodalu memahami lembaga keuangan syariah. Sosialisasi adalah komponen penting yang dapat membantu lembaga keuangan syariah berkembang di masyarakat. Hasil dari wawancara yang dilakukan dengan individu di Dusun Gempol Desa Jogodalu menunjukkan bahwa beberapa orang memahami perbankan syariah, sementara yang lain tidak tahu sama sekali. Hasil dari wawancara dengan Ibu Istiqomah, seorang pedagang biasa yang tidak menggunakan layanan perbankan syariah, menunjukkan bahwa dia hanya mengetahui tentang lembaga keuangan syariah dari temannya dan tidak memahami mekanisme dan sistemnya.

“Saya pernah mendengar tentang lembaga keuangan syariah, tetapi saya tidak terlalu memahaminya. Lembaga syariah juga tidak pernah melakukan sosialisasi di daerah kami.”

Peneliti menemukan bahwa masyarakat Gempol Desa Jogodalu tidak tahu secara menyeluruh tentang lembaga keuangan syariah. Sebagian dari mereka hanya mengetahui tentang lembaga tersebut, tetapi mereka tidak memahami konsep dan cara lembaga tersebut beroperasi.

Hasil wawancara dengan nasabah bank konvensional, Bapak Syauki, sama: dia hanya mengikuti peraturan yang ditetapkan oleh pemerintah Gempol Desa Jogodalu tentang lembaga keuangan syariah, tetapi dia tidak tahu bagaimana lembaga keuangan syariah bekerja.

"Saya hanya mengetahui peraturan pemerintah mengenai lembaga keuangan syariah yang mewajibkan saya untuk beralih ke lembaga keuangan syariah yang saya ketahui bahwa bank tempatnya menabung dan juga tempat untuk meminjamkan uang, namun saya tidak mengetahui lebih lanjut mengenai lembaga keuangan syariah itu sendiri. Menurut saya lembaga keuangan syariah sama saja dengan bank konvensional."

Tidak mungkin mengatakan bahwa lembaga keuangan syariah sudah sangat populer di kalangan masyarakat. Ini karena pelaksanaannya masih relatif baru. Selain itu, bank tidak banyak melakukan sosialisasi di berbagai tempat di Dusun Gempol Desa Jogodalu.

Hasil wawancara dengan Bapak Rois, pemilik dan penggarap lahan pertanian, menunjukkan bahwa dia mengetahui tentang lembaga keuangan syariah, tetapi tidak mengetahui produk dan layanan yang tersedia. Karena Bapak Ridwan sama sekali

tidak mengetahui produk dan layanan perbankan syariah, Bapak Rois menjawab tidak.

Menurut Ajeng, seorang mahasiswa di salah satu lembaga pendidikan di Dusun Gempol Desa Jogodalu, dia hanya memahami lembaga keuangan syariah secara teoritis. Dia tidak memahaminya secara praktis.

“Saya memperoleh pemahaman tentang lembaga keuangan syariah melalui dunia pendidikan. Saya belajar tentang lembaga keuangan syariah di kampus, tetapi sebelum kuliah saya tidak memahami tentang hal tersebut”.

Hasil wawancara menunjukkan bahwa lembaga keuangan syariah hanya diketahui oleh orang-orang yang berpendidikan tinggi. Orang biasa tidak tahu apa itu lembaga keuangan syariah. Salah satu upaya yang dapat dilakukan oleh lembaga keuangan syariah adalah menyebarkan informasi ke berbagai daerah di Dusun Gempol Desa Jogodalu. Tujuan dari penyebaran informasi ini adalah untuk memperkenalkan masyarakat dengan sistem, barang, mekanisme, akad, dasar hukum, dan informasi lainnya yang berkaitan dengan perbankan syariah.

2. Keyakinan Masyarakat

Saat seseorang merasa cukup tahu dan membuat kesimpulan bahwa dia telah menemukan kebenaran, mereka menunjukkan kepercayaan. Kepercayaan adalah keyakinan umum seseorang bahwa kata-kata orang lain dapat diandalkan. Untuk mengetahui bagaimana kepercayaan masyarakat terhadap lembaga keuangan syariah dapat dipengaruhi oleh dua faktor: rasionalitas dan relasionalitas.

Menurut wawancara dengan Bapak Sumardi, diharapkan bahwa kehadiran lembaga keuangan syariah di masyarakat maka akan berdampak positif pada kesejahteraan umat dan pertumbuhan suatu ekonomi daerah. Dalam wawancaranya dengan Ibu Ni'mah, dia mengatakan bahwa kepercayaan adalah keyakinan terhadap lembaga keuangan syariah. Karena dia adalah salah satu pegawai di daerah yang menghasilkan pendapatan tetap melalui salah satu lembaga keuangan syariah, dia percaya bahwa meminjam di perbankan syariah lebih meyakinkan karena proses peminjamannya dan sistem pembayarannya tetap.

“Saya lebih suka mengambil pembiayaan di lembaga keuangan syariah daripada berhutang kepada orang lain”.

Kepercayaan adalah hal yang kuat dan dapat dipengaruhi oleh orang lain, menurut wawancara dengan Pak Ansori. Menurutnya, karena perbankan syariah mirip dengan perbankan konvensional, orang tidak yakin untuk menggunakan layanan mereka.

"Saya tidak yakin dengan perbankan syariah, menurut saya sama saja dengan perbankan konvensional untuk mencari keuntungan."

Sebagai hasil dari wawancara dengan karyawan Lembaga keuangan syariah, peneliti menemukan bahwa meskipun beberapa pelanggan memilih untuk mengubah

rekening mereka ke rekening syariah selama penerapan lembaga keuangan syariah, ada juga yang tetap memiliki rekening tradisional karena berbagai alasan. Sulit untuk bekerja sama dengan pihak luar jika harus beralih ke rekening syariah.

3. Kepuasan Masyarakat

Di sini, kepuasan diukur berdasarkan bagaimana lembaga keuangan syariah melayani masyarakat atau nasabahnya; nasabah tertentu merasa puas, sementara yang lain merasa kurang puas. Jika pelanggan puas dengan layanan yang diberikan oleh lembaga keuangan syariah, khususnya bagian front line, mereka sudah cukup puas karena karyawan yang ramah dan ramah terhadap orang lain yang mengunjungi lembaga keuangan syariah. Termasuk teller, CS, dan satpam.

Hasil wawancara dengan Ibu Rofiqoh menunjukkan bahwa dia merasa layanan perbankan syariah cukup memuaskan karena dia hanya menggunakan layanan teller untuk mengirim dan mengambil uang sejauh ini. Hal ini sejalan dengan pernyataan Bapak Ahmad, yang juga merupakan nasabah bank syariah, yang mengatakan bahwa selama dia menjadi nasabah bank syariah, tidak ada masalah yang membuatnya tidak puas.

4. Sosialisasi dan Edukasi

Tidak cukup pengetahuan masyarakat tentang lembaga keuangan syariah menyebabkan persepsi yang keliru dan menyebabkan masyarakat memilih lembaga keuangan syariah dengan sedikit atau tidak sama sekali. Hal ini tidak hanya dapat menghentikan pertumbuhan pasar bank syariah tetapi juga dapat menghentikan penerapan prinsip universal. Hasil wawancara, seperti yang ditunjukkan oleh bapak Ansori, yang menyatakan bahwa bank syariah sebanding dengan bank konvensional, dan juga ibu Sutri, yang menyatakan bahwa dia tidak mengetahui tentang lembaga keuangan syariah. Untuk lembaga dapat melakukan sosialisasi dan edukasi di daerah pedalaman atau mengadakan seminar untuk mendorong masyarakat untuk memilih lembaga keuangan syariah.

5. Memperluas Jaringan

Lembaga keuangan syariah harus memperluas jaringan kantornya untuk mencapai seluruh masyarakat dan mengurangi alasan darurat untuk tidak memiliki lembaga keuangan syariah saat ini. dengan kantor cabangnya di seluruh Indonesia. Ibu Istiqomah mengeluh bahwa sulit untuk mengirimkan uang dari lembaga keuangan syariah ke bank konvensional. Bapak Ahmad juga mengatakan bahwa lembaga keuangan syariah belum siap untuk bekerja sama dengan bank konvensional, jadi mereka hanya bisa tetap di rekening konvensional.

6. Peningkatan Sumber Daya Manusia

Peningkatan kemampuan sumber daya manusia yang memahami prinsip-prinsip syariah harus diiringi dengan upaya untuk meningkatkan lembaga keuangan syariah. Perbankan konvensional masih memiliki banyak sumber daya manusia yang digunakan oleh lembaga keuangan syariah dalam hal kualitas dan kuantitas.

C. Faktor-faktor yang Berpotensi Mempengaruhi Persepsi Publik Terhadap Lembaga Keuangan Syariah

Berikut ini adalah beberapa faktor yang mempengaruhi minat masyarakat terhadap perbankan syariah: Mengingat sebagian besar masyarakat Indonesia beragama Islam, kebutuhan masyarakat akan produk perbankan atau lembaga keuangan yang menggunakan sistem syariah sangatlah wajar.

1. Produk

Produk dapat didefinisikan sebagai sesuatu yang dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen. Menurut Philip Kotler, produk didefinisikan sebagai sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar dengan tujuan untuk dibeli, digunakan, atau dikonsumsi agar dapat memenuhi keinginan dan kebutuhan. Artinya, apa pun wujudnya, selama itu dapat memenuhi keinginan dan kebutuhan pelanggan, dikatakan sebagai produk. Produk terdiri dari dua kategori umum: yang fisik atau benda berwujud dan yang tidak berwujud. Benda berwujud adalah produk yang dapat dilihat, diraba, atau dirasakan, seperti buku, meja kursi, mobil, dll. Namun, produk yang tidak berwujud biasanya disebut sebagai jasa. Jasa dapat diberikan dalam berbagai cara, seperti secara pribadi, di tempat, kegiatan organisasi, dan gagasan. Produk yang diinginkan pelanggan, baik yang berwujud maupun yang tidak berwujud, adalah produk berkualitas tinggi.

Artinya, barang yang diberikan bank kepada pelanggannya memiliki nilai yang tinggi dibandingkan dengan barang yang ditawarkan oleh bank pesaing. Produk berkualitas tinggi ini juga dikenal sebagai produk plus. Produk dapat memenuhi kebutuhan sehari-hari atau keinginan konsumen. Para ahli menggambarkan produk sebagai berikut. Menurut Philip Kotler, promosi mencakup segala sesuatu yang dapat ditawarkan kepada pasar untuk memenuhi kebutuhan atau keinginan tertentu, termasuk barang fisik, jasa pengalaman, properti, perusahaan informasi, dan gagasan.

Meskipun demikian, menurut Menurur Simorangkir, produk perbankan adalah instrumen atau perangkat yang dibuat dan dijual oleh bank. Produk yang dibeli oleh bank sangat banyak karena bank memiliki kemampuan untuk membuat berbagai jenis produk sesuai dengan keinginan pelanggan mereka.

2. Pelayanan

Kotler mendefinisikan "jasa" atau "pelayanan" sebagai setiap tindakan atau tindakan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain yang pada dasarnya tidak berwujud (tak berwujud) dan tidak menghasilkan kepemilikan tertentu. Produk jasa dapat dikaitkan dengan produk fisik atau tidak. Mereka yang menyatakan bahwa jasa adalah hasil dari tindakan juga menyatakan pendapat yang sama. Selain itu, ia menyatakan bahwa jasa terdiri dari hubungan sosial yang terdiri dari kerja sama antara produsen dan konsumen.

Kita tahu bahwa untuk memberikan layanan yang baik, seorang pekerja bank harus memiliki etika agar orang-orang yang bekerja di bank dan orang-orang yang

datang ke bank dapat saling menghargai. Pelayanan dapat didefinisikan sebagai suatu kegiatan yang membantu menyediakan segala sesuatu yang dibutuhkan orang lain atau konsumen dengan penampilan produk yang sebaik-baiknya, sehingga pelanggan menjadi puas dan kembali membeli barang.

Di bidang manajemen, beberapa ahli menguraikan secara rinci berbagai temuan yang dikumpulkan dari penelitian tersebut, di antaranya adalah sebagai berikut:

- a. Self Awareness & Self Esteem adalah kesadaran diri bahwa melayani adalah tanggung jawab dan melakukannya dengan menjaga martabat diri sendiri dan orang lain yang dilayani.
- b. Empathy & Enthusiasm adalah menunjukkan empati dan melayani pelanggan dengan penuh semangat.
- c. Reform adalah upaya untuk meningkatkan layanan.
- d. Visi dan Kemenangan, yang berarti merencanakan masa depan dan menyediakan layanan
- e. Inisiatif dan Mengesankan, yang berarti menyediakan layanan dengan penuh inisiatif dan mengesankan pihak yang dilayani

3. Promosi

Promosi adalah upaya untuk membuat pelanggan mengenal produk yang ditawarkan oleh perusahaan dan kemudian membuat mereka senang dan memutuskan untuk membeli produk tersebut. Untuk menarik dan mempertahankan pelanggan, promosi adalah sarana yang paling ampuh. Memulai kegiatan promosi dengan mengenalkan produk kepada pelanggan adalah langkah pertama. Untuk menarik dan mempertahankan pelanggan, promosi merupakan strategi yang paling ampuh untuk memasarkan produk yang sudah dirancang dengan baik agar pelanggan lebih mengenal produk tersebut.

Dalam kegiatan ini, setiap bank berusaha untuk memasarkan semua barang dan jasa yang dimilikinya, baik secara langsung maupun tidak langsung. Studi ini berfokus pada promosi yang dilakukan oleh bank syariah untuk memperkenalkan barang dan jasa mereka kepada masyarakat luas. Pada dasarnya, promosi adalah jenis komunikasi pemasaran yang berfokus pada aktivitas pemasaran yang bertujuan untuk menyampaikan informasi, memengaruhi, membujuk, dan menginspirasi pasar sasaran untuk menerima, membeli, dan mempromosikan produk perusahaan yang bersangkutan.

Selanjutnya, sistaningrum menyatakan bahwa produk adalah salah satu komponen dari bauran pemasaran, atau marketing mix. Sebagai proses berlanjut, promosi dianggap sebagai salah satu elemen penting dalam manajemen pemasaran, menurut pendapat para ahli tersebut. Ini karena promosi dapat memicu aktivitas tambahan di perusahaan. Promosi adalah penyebaran informasi oleh penjual kepada

pembeli untuk memengaruhi sikap dan tingkah laku sehingga tujuan untuk meningkatkan penjualan diharapkan dapat dicapai.

Promosi penjualan menawarkan pengalaman membeli yang luar biasa. Promosi penjualan mencakup alat untuk mempromosikan konsumen, seperti kupon, sampel, pengembalian uang, potongan harga, tempat, hadiah, hadiah langganan, percobaan gratis, garansi, promosi silang, pajangan dan demonstrasi di toko tempat pembelian, dan promosi bisnis dan wiraniaga. Sebagian besar bisnis, termasuk distributor, pengecer, manufaktur, asosiasi perdagangan, dan organisasi nirlaba, menggunakan strategi promosi penjual. Sebagai contoh, dalam kasus yang terakhir, gereja sering mengadakan acara seperti bingo, perta teater, makan malam kesaksian, dan bazar.

Alat promosi penjualan berbeda secara spesifik. Contoh gratis mendorong pelanggan untuk mencoba, sementara jasa penjualan gratis bertujuan untuk mempererat hubungan pelanggan-pengecer dalam jangka panjang. Untuk konsumen, promosi penjualan bertujuan untuk mendorong pembeli dalam unit yang lebih besar, mendorong orang yang bukan pemakai untuk mencoba produk, dan menarik konsumen yang sering berganti merek dari pesaing. Untuk pengecer, promosi penjualan bertujuan untuk mendorong pengecer supaya menjual lebih banyak produk daripada pesaing mereka.

KESIMPULAN

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif deskriptif yang bertujuan untuk meningkatkan jumlah minat / nasabah dan membangun citra positif Masyarakat tentang Lembaga keuangan syariah yang selama ini kurang diminati oleh masyarakat. Data ini diperoleh dengan melakukan wawancara langsung kepada pihak nasabah atau Masyarakat setempat, serta mengumpulkan review alasan Masyarakat mengapa kurang meminati Lembaga keuangan syariah.

Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa lembaga keuangan syariah menggunakan strategi yang dianggap berbeda untuk melakukan promosi dan berkomunikasi dengan publik. Strategi-strategi ini dianggap dapat menarik minat pelanggan dan masyarakat, sehingga menciptakan citra positif tentang lembaga keuangan syariah di masyarakat yang selama ini kurang diminati. Selain itu, strategi yang digunakan memanfaatkan efek psikologis pelanggan—pelanggan akan senang jika dilayani dengan baik, misalnya dengan memberikan penjelasan yang sempurna tentang produk yang ada. Selain itu, lembaga keuangan syariah sangat memperhatikan penggunaan media sosial yang sedang populer saat ini, seperti TikTok, Instagram, dan Facebook, serta media sosial yang lebih tua, seperti radio dan koran.

Terlihat bahwa lembaga keuangan syariah telah melakukan penilaian terhadap pendekatan yang telah diterapkannya. Identifikasi evaluasi program dan elemen "with what effect" dalam model Braddock menunjukkan hal ini. Karena itu, masyarakat menyambut baik kebijakan tersebut. Ciri-ciri positif lainnya berasal dari faktor-faktor teknis seperti perlakuan yang sopan dan keramahan karyawan lembaga keuangan syariah saat ini, yang menarik minat masyarakat untuk mulai menggunakan lembaga keuangan syariah.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdussamad, H., Zuchri, H., & Sik, M. S. (2021). *Metode penelitian kualitatif*. CV. Syakir Media Press.
- Arikunto, S. (1995). *Sarasehan (Roundtable) sebagai teknik dalam implementasi kurikulum muatan lokal*. *Dinamika Pendidikan*, 2(2).
- Assyarikah: *Journal of Islamic Economic Business*. (2021). 1(1), 66–97.
- Muzakir, A., et al. (2022). Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi minat masyarakat menabung di bank syariah (Studi pada masyarakat Desa Lajut Kecamatan Praya Tengah). *Jurnal Perbankan Syariah*, 1(1), 9–18.
- Yaya, R. (2020). *Akuntansi perbankan syariah: Teori dan praktik kontemporer*. Salemba Empat.