ANALISIS PERSEPSI APARATUR SIPIL NEGARA PRA PURNA KEMENTERIAN AGAMA KABUPATEN MADIUN PADA PENGGUNAAN PRODUK PEMBIAYAAN PENSIUN DI BANK SYARIAH

SKRIPSI



FARIDA CATUR WIJAYANTI

NIM: 210815031

Pembimbing:

ANJAR KUSUSIYANAH, M.Hum.

NIP. 1988070720193022020

PONOROGO

JURUSAN PERBANKAN SYARIAH

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PONOROGO

2020

ABSTRAK

Wijayanti, Farida Catur, 2019, Analisis Persepsi Aparatur Sipil Negara Pra Purna Kementerian Agama Kabupaten Madiun Pada Penggunaan Produk Pembiayaan Pensiun di Bank Syariah. Skripsi Jurusan Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam negeri (IAIN) Ponorogo. Pembimbing Anjar Kususiyanah, M.Hum.

Kata Kunci: Pemahaman, Keputusan, Pandangan

Setiap individu memiliki persepsi yang berbeda-beda dalam menanggapi produk pembiayaan pensiun. Alasan penulis melakukan penelitian pada aparatur sipil negara pra purna kementerian agama kabupaten Madiun dikarenakan rendahnya minat aparatur sipil negara pra purna menggunakan produk pembiayaan pensiun di bank syariah padahal mayoritas pegawai beragama Islam. Seharusnya dengan mayoritas pegawai yang beragama Islam hal ini mampu menjadi pendorong perekonomian Islam dengan bersama-sama menggunakan perbankan syariah. Dibuktikan dengan hasil wawancara kepada 13 informan dari aparatur sipil negara pra purna yang berumur 53-57 tahun yang menggunakan produk pembiayaan pensiun hanya berjumlah 3 orang. Berdasarkan latar belakang diatas rumusan masalah yang diangkat dalam skripsi ini adalah bagaimana persepsi aparatur sipil negara pra purna kementerian agama kabupaten Madiun pada penggunaan produk pembiayaan pensiun di bank syariah? Dan bagaimana faktor-faktor yang melatarbelakangi keputusan aparatur sipil negara pra purna kementerian agama kabupaten Madiun dalam produk pembiayaan pensiun di bank syariah?

Dalam penyusunan skripsi ini, penulis menggunakan metode *field research* dan menggunakan pendekatan kualitatif. Penelitian ini menggunakan pencarian data serta pengumpulan data yang dilakukan di tempat terjadinya fenomena atau kasus tertentu terjadi. Yang didukung dengan wawancara dan dokumentasi. Metode analisis data menggunakan metode analisis deskriptif (kualitatif) guna mendapatkan gambaran riil tentang persepsi aparatur sipil negara pra purna dalam memandang dan merespon keberadaan bank syariah.

Dari hasil penelitian menunjukkan bahwa aparatur sipil negara pra purna kementerian agama kabupaten Madiun memiliki anggapan bahwa informasi yang dimiliki mengenai produk pembiayaan pensiun belum terpenuhi, produk pembiayaan pensiun masih dianggap sama dengan produk bank konvensional. Dari segi keuntungan yang diperoleh dari bank syariah masih dianggap belum menguntungkan jika dibandingkan dengan bank konvensional, dan juga harga produk yang relatif lebih mahal. Faktor yang melatarbelakangi keputusan aparatur sipil negara pra purna dalam pembiayaan pensiun di bank syariah yaitu faktor sosial dimana informasi tentang pembiayan pensiun mereka peroleh dari keluarga, kerabat dan lingkungannya. Sedangkan faktor yang tidak melatarbelakangi aparatur sipil negara pra purna menggunakan pembiayaan pensiun di bank syariah yaitu faktor budaya dimana kementerian agama kabupaten Madiun melakukan penyeragaman rekening bank konvensional sehingga pegawai negeri sipil sudah terbiasa dengan bank yang sudah ada.

LEMBAR PERSETUJUAN

Skripsi atas nama saudari:

Nama : Farida Catur Wijayanti

NIM : 210815031

Jurusan : Perbankan Syariah

Judul : Analisis Persepsi Pegawai Negeri Sipil Kementerian

Agama Kabupaten Madiun pada Penggunaan Produk Pembiayaan

Pensiun di Bank Syariah

Telah diperiksa dan disetujui untuk diuji dalam ujian munaqosah.

Ponorogo, 18 November 2019

Mengetahui, Ketua Jurusan Perbankan Syariah

Agung Eko Purwana, SE, MSI.

SIPK 97109232000031002

Menyetujui, Dosen Pembimbing

Anjar Kussusiyanah, M.Hum. NIP 1988070720193022020



KEMENTERIAN AGAMA INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PONOROGO

PENGESAHAN

Skripsi atas nama saudara:

Nama : Farida Catur Wijayanti

NIM : 210815031

Jurusan/Prodi : Perbankan Syariah

Judul : Analisis Persepsi Aparatur Sipil Negara Pra Purna

Kementerian Agama Kabupaten Madiun pada Penggunaan Produk Pembiayaan Pensiun di Bank

Syariah

Skripsi ini telah dipertahankan pada sidang Munaqasah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Ponorogo pada :

Hari : Senin

Tanggal : 24 Februari 2020

dan telah diterima sebagai bagian dari persyaratan untuk memperoleh gelar sarjana dalam Ilmu Ekonomi dan Bisnis Islam pada:

Hari : Senin

Tanggal : 02 Maret 2020

Tim Penguji:

Ketua Sidang
 Ridho Rokamah, S.Ag, MSI.
 Penguji 1
 Agung Eko Purwana, SE, MSI.
 Penguji 2
 Anjar Kussusiyanah, M.Hum.

Ponorogo, 04 Maret 2020

Mengesahkan

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Dr. H. Luthfi Hadi Aminuddin, M.Ag

NIP. 197207142000031005

SURAT PERSETUJUAN PUBLIKASI

Yang bertanda tangan dibawah ini, saya:

: Farida Catur Wijayanti Nama

NIM : 210815031

: Perbankan Syariah Jurusan

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Judul Skripsi : Analisis Persepsi Aparatur Sipil Negara Pra Purna Kementerian Agama

Kabupaten Madiun Pada Penggunaan Produk Pembiayaan Pensiun Di Bank

Syariah

Menyatakan bahwa naskah skripsi/thesis telah diperiksa dan disahkan oleh dosen pembimbing. Selanjutnya saya bersedia naskah tersebut dipublikasikan oleh perpustakaan IAIN Ponorogo yang dapat di akses di ethesis.iainponorogo.ac.id. adapun isi dari keseluruhan tulisan tersebut, sepenuhnya menjadi tanggung jawab dari penulis.

Demikian pernyataan saya untuk dapat dipergunakan semestinya.

Ponorogo, 04 Maret 2020

Yang membuat pernyataan,

NIM: 210815031

PERNYATAAN KEASLIAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Farida Catur Wijayanti

NIM : 210815031

Jurusan : Perbankan Syariah

Judul : Analisis Persepsi Aparatur Sipil Negara Pra Purna Kementerian

Agama Kabupaten Madiun Pada Penggunaan Produk

Pembiayaan Pensiun di Bank Syariah

Dengan ini menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi yang saya tulis ini adalah benar-benar merupakan hasil karya sendiri, bukan pengambil alihan tulisan atau pikiran orang lain yang saya akui sebagai hasil tulisan atau pikiran saya sendiri.

Apabila dikemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan skripsi ini hasil jiplakan, maka saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut.

Ponorogo, 24 Januari 2020

Farida Catur Wijayanti

NIM: 210815031

36DAHF325730614

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan perbankan syariah selama 10 tahun terakhir luar biasa pesatnya. Namun total aset dari perbankan syariah masih sangat kecil bila dibandingkan dengan total aset seluruh perbankan secara global. Apabila dilihat dari perkembangan perbankan syariah selama sepuluh tahun terakhir di dunia yang semakin pesat ini, sudah dapat dipastikan bahwa akan terus mengalami perkembangan dan makin lama makin cepat berkembang kehadiran perbankan syariah tersebut.¹

Pemahaman dan sosialisasi terhadap masyarakat tentang produk dan sistem perbankan syariah di Indonesia masih sangat terbatas yang disebut sebagai dampak dari kurangnya pengetahuan nasabah tentang lembaga keuangan syariah atau bank syariah. Sehingga hal ini yang dapat mempengaruhi calon nasabah dalam memilih produknya.²

Setiap perbankan syariah mempunyai bermacam-macam produk yang ditawarkan sesuai dengan kebutuhan masyarakat. Pada perbankan syariah terdapat beberapa produk yakni berupa penghimpun dana, penyalur dana maupun jasa perbankan. Salah satu produk penyalur dana yang dimiliki oleh perbankan syariah adalah produk pembiayaan pensiun. Produk pembiayaan pensiun yang merupakan fasilitas yang disediakan

 $^{^{\}rm 1}$ Sutan Remy Sjahdeini, Perbankan Syariah (Jakarta: Kencana Prenadamedia Group, 2014),

² Novinawati, "Perkembangan Perbankan Syariah Di Indonesia," Juris, 2 (2015), 67.

oleh perbankan syariah untuk mengalokasikan dana pensiun yang di dapat oleh aparatur sipil negara pra purna .

Pembiayaan pensiun merupakan penyaluran fasilitas pembiayaan konsumer (termasuk untuk pembiayaan multiguna) kepada para pensiun atau aparatur sipil negara pra purna yang masa kerjanya kurang dari 5 tahun, dengan pembayar angsuran dilakukan melalui pemotongan uang pensiun langsung yang diterima oleh bank setiap bulan (pensiun bulanan) dengan menggunakan akad *murabahah* atau *ijarah*. Pembiayaan pensiun mempunyai resiko pembiayaan yang kecil atau tingkat non performing financing (NPF) yang sangat kecil atau bisa dibilang 0%, karena pembiayaan pensi<mark>un di perbankan syariah</mark> didasari oleh perjanjian kerjasama antara pihak bank dengan lembaga pengelola dana pensiun seperti PT Taspen maupun dana pensiun lainnya dan mempunyai landasan hukum berupa Surat Perjanjian Bank Indonesia No.10/357/DPbS tanggal 19 Maret 2008 tentang produk pembiayaan kepada pensiunan, yang menjamin kelancaran pembayaran angsuran nasabah dengan cara pemotongan gaji (manfaat pensiun) yang diterima oleh pensiun setiap bulannya.³ PONOROGO

Persepsi aparatur sipil negara pra purna terhadap bank syariah cukup beragam, baik mengenai bunga bank, sistem bagi hasil, jual beli dan sewa, demikian juga dengan pengetahuan dan sikap aparatur sipil negara pra purna khususnya di kantor kementerian agama kabupaten Madiun

³ PT Bank BRI Syariah, dalam https://www.brisyariah.co.id/detailProduk.php?&f=14 (diakses pada tanggal 13 Januari 2019, jam 13.00).

terhadap bank syariah, berbagai pengetahuan dan sikap yang muncul dengan berbagai alasan. Struktur pengetahuan dan sikap aparatur sipil negara pra purna yang sudah terbangun sekian lama tersebut, tentu saja tidak mudah untuk diarahkan kepada perbankan yang berazaskan syariah Islam.⁴ Sehingga pembentukan persepsi akan memberikan dampak terhadap kemajuan bank syariah juga akan mendorong aparatur sipil negara pra purna untuk dapat menggunakan produk pembiayaan pensiun di bank syariah.

Selain itu minat terhadap perbankan syariah dirasa masih sangat rendah. Hal ini terlihat dari jumlah aparatur sipil negara pra purna yang berumur 53-57 tahun yang menggunakan perbankan syariah masih rendah, dari 13 informan yang menggunakan produk pembiayaan pensiun hanya berjumlah 3 orang. Padahal mayoritas pegawai yang bekerja di kantor kementerian agama kabupaten Madiun beragama Islam. Seharusnya dengan mayoritas aparatur sipil negara pra purna yang Muslim hal ini mampu menjadi pendorong perekonomian Islam dengan bersama-sama menggunakan perbankan syariah. Hal ini terlihat pada tabel berikut.

Tabel 1.1 agama yang dianut pegawai kementerian agama kabupaten Madiun

No.	Agama	Jumlah ASN	Usia 53	Usia 54	Usia 55	Usia 56	Usia 57
1	Islam	298	4	4	3	1	1
2	Katolik	7	-	-	-	-	-
3	Kristen	3	-	-	-	-	-
	Total	308					13

⁴ Rasnawati, "Persepsi Aparatur Sipil Negara Terhadap Penggunaan Jasa Bank Syariah," Tesis (Makassar: UIN Alauddin Makassar, 2017), 6-7.

Dari tabel diatas, dapat diketahui bahwa mayoritas pegawai kementerian agama kabupaten Madiun mayoritas beragama Islam sejumlah 298 pegawai. Sedangkan pegawai yang beragam Katolik sejumlah 7 orang. Serta jumlah pegawai yang beragama Kristen sejumlah 3 orang. Selain itu jumlah pegawai yang berusia 53-57 tahun berjumlah 13 orang.

Persepsi dirasakan sangat penting karena persepsi diartikan sebagai proses pengamatan seseorang terhadap segala sesuatu di lingkungannya dengan menggunakan indera yang dimilikinya, sehingga menjadi sadar terhadap segala sesuatu yang ada dilingkungan tersebut. Persepsi memiliki pengertian berupa proses penginderaan dan penafsiran rangsangan suatu objek atau peristiwa yang diinformasikan sehingga seseorang dapat memandang, mengartikan dan menginterpretasikan rangsangan yang diterima sesuai dengan keadaan dirinya dan lingkungan di mana berada sehingga ia dapat menentukan.⁵

Persepsi tentang produk bank syariah adalah tingkat pengetahuan dan pemahaman nasabah tentang produk dan jasa bank syariah. Pemilihan produk bank oleh nasabah seringkali didasarkan pada aspek informasi mengenai manfaat yang akan diperoleh dari produk bank tersebut. Pada sisi lain, kurangnya informasi dan promosi yang memadai mengenai produk bank yang dapat menimbulkan penyimpangan-penyimpangan

⁵ Hermawan Y, "Hubungan Antara Tingkat Pendidikan Dan Persepsi Dengan Perilaku Ibu Rumah Tangga Dalam Pemeliharaan Kebersihan Lingkungan," *Jurnal Bumi Lestari Journal Of Environment*, 2 (2015), 1-16.

_

kegiatan usaha bank yang dapat merugikan nasabah dan memungkinkan calon nasabah tidak tertarik untuk memilih produk yang dimiliki bank. Persepsi tentang pemahaman terhadap produk dan jasa bank syariah akan mempengaruhi perilaku masyarakat dalam berinvestasi dan mengambil dana di bank syariah.⁶

Menurut survei awal yang dilakukan penulis pada aparatur sipil negara pra purna di kantor kementerian agama kabupaten Madiun, penulis menemukan beberapa fenomena. Kebanyakan aparatur sipil negara pra purna yang bekerja di kantor kementerian agama kabupaten Madiun masih mengikuti pengaruh dari budaya yang ada di lingkungan tempat tinggalnya, dikarenakan keberadaan perbankan syariah masih dianggap sesuatu yang baru serta aparatur sipil negara pra purna masih kesulitan memahami perbankan syariah serta produk-produknya.

Fakta yang terjadi di lapangan bahwa memang benar aparatur sipil negara pra purna hanya mengetahui produk yang mereka gunakan saja sedangkan produk lainnya kurang mendapatkan perhatian bahkan luput dari pandangan mereka. Hal ini disebabkan dari tidak optimalnya kegiatan promosi atau sosialisasi yang dilakukan bank syariah. Sehingga yang demikian ini berakibat pada masih sulitnya merubah pola pikir aparatur sipil negara pra purna untuk menggunakan produk-produk perbankan syariah, mereka masih terbiasa dengan produk bank konvensional.

⁶ "Orbazan Wazir, Wawancara, 30 Maret 2019"

Data lain yang mendukung data diatas yaitu, berdasarkan hasil wawancara terhadap aparatur sipil negara pra purna di kepegawaian kantor kementerian agama kabupaten Madiun memperoleh informasi bahwa, salah satu aparatur sipil negara pra purna tersebut kebetulan sama sekali tidak menggunakan produk pembiayaan pensiun di bank syariah dengan alasan bahwa antara perbankan syariah dengan konvensional sama saja, malah justru bank syariah lebih mahal jika dibandingkan dengan bank konvensional, selain itu dikarenakan keberadaan bank syariah yang masih baru sehingga membuat pegawai tersebut belum percaya terkait dengan dana yang akan dialokasikan pada bank syariah, dan dari segi keuntungan yang di dapatkan dari bank syariah sedikit sehingga tidak ada ketertarikan untuk menggunaka<mark>n bank syariah. Selain itu, be</mark>lum ada gambaran terkait dana pensiun yang dimilikinya karena masih terlalu jauh untuk memikirkan hal tersebut.⁷ Melihat kenyataan yang ada, perlu adanya penelitian yang membahas hal tersebut. Sehingga judul penelitian ini adalah persepsi aparatur sipil negara pra purna pada penggunaan produk pembiayaan pensiun di bank syariah. Dengan adanya penelitian ini, di harapkan dapat memberikan sumbangsih pada perbankan syariah untuk dapat dijadikan sebagai bahan evaluasi.

B. Pembatasan Masalah

Mengingat luasnya permasalahan yang akan dibahas, maka dalam penelitian ini peneliti membatasi ruang lingkupnya agar penelitian lebih

⁷ "Asikun Nasit, Wawancara, 30 Maret 2019"

terarah, terfokus, dan tidak menyimpang dari sasaran pokok penelitian. Serta dapat mempermudah proses menganalisis data itu sendiri. Oleh karena itu, peneliti membatasi pembahasan atas permasalahan yang akan di kaji, antara lain:

- Penelitian ini mengambil lokasi atau lingkup penelitian hanya pada lingkungan kantor kementerian agama kabupaten Madiun.
- 2. Pengambilan subyek atau narasumber penelitian tidak semua para aparatur sipil negara yang bekerja di kantor kementerian agama kabupaten Madiun melainkan hanya para aparatur sipil negara pra purna saja yang usia mereka berkisar antara usia 53-57 tahun atau bisa dikatakan usia 5 tahun sebelum pensiun.
- 3. Sedangkan permasalahan yang diangkat dalam penelitian ini adalah mengenai persepsi aparatur sipil negara pra purna pada penggunaan produk pembiayaan pensiun di bank syariah serta mengenai faktorfaktor yang melatarbelakangi aparatur sipil negara pra purna dalam produk pembiayaan bank syariah.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan tersebut maka dapat diperoleh rumusan masalah yang akan diteliti sebagai berikut:

1. Bagaimana persepsi aparatur sipil negara pra purna kementerian agama kabupaten Madiun pada penggunaan produk pembiayaan pensiun bank syariah? 2. Bagaimana faktor-faktor yang melatarbelakangi keputusan aparatur sipil negara pra purna kementerian agama kabupaten Madiun dalam produk pembiayaan pensiun bank syariah?

D. Tujuan Penelitian

Berdasarkan uraian latar belakang masalah dan rumusan masalah di atas, maka diperoleh tujuan penelitian yang akan dicapai dalam penelitian ini sebagai berikut:

- Untuk mengetahui persepsi aparatur sipil negara pra purna kementerian agama kabupaten Madiun pada penggunaan produk pembiayaan pensiun bank syariah.
- 2. Untuk mengetahui faktor-faktor yang melatarbelakangi keputusan aparatur sipil negara pra purna kementerian agama kabupaten Madiun dalam produk pembiayaan pensiun bank syariah.

E. Manfaat Penelitian

1. Secara Teoritis

Manfaat penelitian ini diharapkan dapat menambah dan memperkaya ilmu pengetahuan dan dapat dijadikan bahan kajian pustaka bagi peminat studi lembaga keuangan Islam, khususnya perbankan syariah serta dapat menjadi referensi dan tambahan literatur bagi peneliti selanjutnya.

2. Secara Praktis

Penelitian ini akan memberikan beberapa kegunaan praktis terhadap beberapa kalangan:

- a. Pihak perbankan akan mendapatkan informasi dan kajian akademik berkaitan dengan persepsi aparatur sipil negara pra purna terhadap bank syariah.
- b. Pihak Kementerian Agama atau pemerintah akan menjadikan sebagai rujukan dalam rangka merangsang perbankan syariah di dalam melakukan upaya pemberdayaan.

F. Studi Penelitian Terdahulu

Adanya Studi penelitian terdahulu ini untuk mengetahui keterkaitan antara obyek dan fokus penelitian mengenai persepsi aparatur sipil negara pra purna di kantor kementerian agama kabupaten Madiun. Selain itu studi penelitian terdahulu dapat dijadikan sebagai perbandingan dengan penelitian yang akan dilakukan. Berikut beberapa hasil studi penelitian terdahulu:

Yosi Susanti, 2017. Dalam skripsi yang berjudul: "Persepsi Nasabah Dalam Memilih Produk Bank Syariah Mandiri Belitang (Studi Pada Bank Syariah Mandiri Belitang Kabupaten Oku Timur)". Pada skripsi ini menyimpulkan hasil penelitian bahwa persepsi nasabah dalam memilih produk yang ada pada Bank Syariah Mandiri (BSM) dipengaruhi oleh informasi dari saudara atau teman sehingga faktor ini yang paling dominan. Hal ini dikarenakan memudahkan nasabah untuk cepat mengetahui produk-produk pada Bank Syariah Mandiri (BSM) yang biasanya digunakan dari mulut ke mulut, walaupun nasabah hanya memahami produk yang mereka gunakan saja dan kurang mengetahui

produk-produk lainnya yang dimiliki pada Bank Syariah Mandiri (BSM). Perbedaan penelitian Yosi Susanti dengan yang dilakukan peneliti yaitu penelitian Yosi Susanti menggunakan teori persepsi menurut Stanton sedangkan penelitian yang dilakukan oleh peneliti menggunakan teori persepsi menurut Miftah Toha.⁸

Windi Wandiya Putri, 2016. Skripsi Universitas Islam Negeri Antasari Banjarmasin, yang berjudul: "Persepsi Nasabah Terhadap Produk Dana Pensiun Lembaga Keuangan Muamalat di PT Bank Muamalat Indonesia Tbk Kantor Cabang Pembantu (KCP) Banjarbaru". Hasil penelitian pada skripsi ini menyimpulkan bahwa persepsi nasabah terkait produk Dana Pensiun Lembaga Keuangan (DPLK) Muamalat di PT Bank Muamalat Indonesia Tbk Kantor Cabang Pembantu (KCP) Banjarbaru adalah baik, sedangkan untuk keberhasilan dan perkembangan Dana Pensiun Lembaga Keuangan (DPLK) Muamalat di PT Bank Muamalat Indonesia Tbk Kantor Cabang Pembantu (KCP) Banjarbaru terdapat dua persepsi baik dan tidak baik. Selain itu terdapat faktor yang mendasari persepsi nasabah terhadap produk Dana Pensiun Lembaga Keuangan (DPLK) Muamalat Indonesia Tbk Kantor Cabang Pembantu (KCP) Banjarbaru terbagi menjadi dua yaitu faktor internal dan faktor eksternal. Perbedaan pada penelitian yang dilakukan oleh Windi Wandiya Ayu dan peneliti yaitu terdapat pada subjek penelitian nasabah produk dana pensiun

-

⁸ Yosi Susanti, "Persepsi Nasabah dalam Memilih Produk Bank Syariah Mandiri Belitang (Studi Pada Bank Syariah Mandiri Belitang Kabupaten Oku Timur)," *Skripsi* (Lampung: UIN Raden Intan Lampung, 2017), 3.

Bank Muamalat Indonesia KCP Banjarbaru sedangkan penelitian yang dilakukan oleh peneliti dengan subjek aparatur sipil negara pra purna di kantor kementerian agama kabupaten Madiun.⁹

Penelitian yang dilakukan oleh Eka Oktavia dilakukan pada tahun 2018 dengan mengangkat masalah yang berjudul "Analisis Persepsi, Pengetahuan dan Sikap Nasabah Terhadap Keberadaan Bank Syariah (Studi Pada Bank Syariah Mandiri Kabupaten Pringsewu Lampung)." Skripsi ini mendapatkan hasil yang menyatakan bahwa persepsi nasabah terhadap keberadaan bank syariah masuk ke dalam kategori sedang dengan skor 1821 atau 56,55% dari skor ideal yang diharapkan 2705. Kategori sedang maksudnya nasabah belum mengerti betul mengenai bank syariah hal ini disebabkan oleh kurangnya pendekatan yang dilakukan oleh pihak bank syariah, sementara untuk pengetahuan nasabah terhadap keberadaan bank syariah masuk kedalam kategori sedang dengan skor 745 atau 53,98% dari skor ideal yang diharapkan 1846 kategori sedang maksudnya pengetahuan nasabah mengenai bank syariah masih sangat minim. Perbedaan penelitian Eka Oktavia dengan peneliti yaitu variabel yang digunakan dalam penelitian terdahulu mencakup persepsi, pengetahuan

_

⁹ Windi Wandiya Ayu, "Persepsi Nasabah Terhadap Produk Dana Pensiun Lembaga Keuangan Muamalat di PT Bank Muamalat Indonesia Tbk Kantor Cabang Pembantu (KCP) Banjarbaru," *Skripsi* (Banjarmasin: UIN Antasari Banjarmasin, 2016), 5.

dan sikap. Sedangkan peneliti hanya menggunakan satu variabel persepsi. 10

Penelitian yang dilakukan oleh Luqman Santoso, dilakukan pada tahun 2016 dengan mengangkat masalah yang berjudul persepsi masyarakat umum terhadap perbankan syariah (studi kasus di kabupaten Semarang). Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa variabel pengetahuan dan bagi hasil tidak berpengaruh secara signifikan terhadap persepsi masyarakat sedangkan variabel profesi memiliki pengaruh yang sangat signifikan. Perbedaan penelitian Luqman Santoso dengan penelitian ini adalah terletak pada metode kuantitatif sedangkan metode yang digunakan peneliti adalah metode kualitatif, serta variable yang digunakan penelitian Luqman Santoso berupa pengetahuan, bagi hasil, dan profesi sedangkan penelitian yang dilakukan oleh peneliti yaitu variabel persepsi. 11

Elly Nur Rohmah melakukan penelitian persepsi masyarakat muslim mengenai keberadaan lembaga keuangan syariah, kajian dalam penelitian ini bertujuan untuk mengetahui persepsi masyarakat mengenai keberadaan lembaga keuangan syariah. Dengan menggunakan metode penelitian *field reseach* dan dalam pengumpulan datanya menggunakan metode observasi dan wawancara. Hasil dari penelitian ini menunjukkan

¹⁰ Eka Oktavia, "Analisis Persepsi Pengetahuan dan Sikap Nasabah Terhadap Keberadaan Bank Syariah (Studi Pada Bank Syariah Mandiri Kabupaten Pringsewu Lampung)," *Skripsi* (Lampung: UIN Raden Intan Lampung, 2018), 105.

_

¹¹ Luqman Santoso, "Persepsi Masyarakat Umum Terhadap Perbankan Syariah (Studi Kasus di Kabupaten Semarang)," *Skripsi* (Salatiga: IAIN Salatiga, 2016), 8.

bahwa persepsi masyarakat mengenai keberadaan lembaga keuangan syariah cukup baik, akan tetapi masih banyak yang ragu-ragu mengenai sistem bagi hasilnya yang disebabkan kurangnya pemahaman masyarakat mengenai lembaga keuangan lembaga syariah. Perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitian ini terletak pada informan yang digunakan. Dimana pada penelitian terdahulu menggunakan informan masyarakat umum sedangkan pada penelitian ini menggunakan informan dikhususkan kepada aparatur sipil negara pra purna kementerian agama. Selain itu dalam pengumpulan data pada penelitian Luqman Santoso menggunakan observasi sedangkan penelitian dilakukan peneliti yang tidak menggunakan observasi. 12

Penelitian yang penulis lakukan ini tentu memiliki beberapa perbedaan dengan penelitian sebelumnya. Perbedaannya adalah *pertama* informan lebih spesifikasi dalam penelitian ini informannya adalah aparatur sipil negara pra purna kementerian agama kabupaten Madiun. *Kedua* metode pengumpulan data dalam penelitian ini adalah wawancara, wawancara yang dipilih adalah wawancara secara terstruktur tujuan agar lebih mudah dalam melakukan analisis dan pembahasan. *Ketiga* teori yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan teori persepsi menurut Miftah Toha dan Bimo Walgito sedangkan pada penelitian terdahulu menggunakan teori persepsi menurut Phillip Kotler dan Stanton.

¹² Elly Nur Rohmah, "Persepsi Masyarakat Muslim Mengenai Keberadaan Lembaga Keuangan Syariah," *Skripsi* (Yogyakarta: IAIN Walisongo, 2010), 10.

G. Metode Penelitian

1. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif karena disesuaikan dengan kebutuhan tujuan penelitian yakni, narasi dan penelitian yang dilakukan ditempat observasi dengan pihak yang bersangkutan. Sehingga penelitian dilakukan dengan mendatangi langsung ke kantor kementerian agama kabupaten Madiun untuk memahami terkait persepsi aparatur sipil negara pra purna dalam pembiayaan pensiun. Dalam penelitian kualitatif, peneliti melakukan penelitian sendiri tanpa campur tangan dari pihak lain dalam menyelesaikan masalah yang dihadapi dari penelitian tersebut. 13

Menurut David William (1995), sebagaimana yang dikutip oleh Prastowo penelitian kualitatif adalah pengumpulan data pada suatu latar alamiah, dengan menggunakan metode alamiah dan dilakukan oleh orang atau peneliti yang tertarik secara ilmiah. Kemudian tidak ketinggalan Lexy J. Moleong dalam Prastowo menyatakan bahwa penelitian kualitatif adalah penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian secara *holistic*, dan dengan cara deskripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa,

 $^{^{13}}$ Sugiyono, Metode penelitian Kuantittaif Kualitatif Dan R&D (Bandung:Alfabeta, 2015), 9.

pada suatu konteks khusus yang alamiah dan dengan memanfaatkan berbagai metode alamiah.¹⁴

Dari beberapa uraian diatas, dapat dikatakan bahwa penelitian kualitatif adalah metode (jalan) penelitian yang sistematis yang digunakan untuk mengkaji atau meneliti suatu objek pada latar alamiah tanpa ada manipulasi di dalamnya dan tanpa ada pengujian hipotesis, dengan metode-metode yang alamiah ketika hasil penelitian yang diharapkan bukanlah generalisasi berdasarkan ukuran-ukuran kuantitas, namun makna (segi kualitas) dari fenomena yang diamati.¹⁵

Sedangkan pengertian metode deskriptif menurut Nazir (1998) sebagaimana dikutip oleh Prastowo metode deskriptif adalah suatu metode yang digunakan untuk meneliti status kelompok manusia, suatu objek, suatu set kondisi, suatu sistem pemikiran, ataupun suatu kelas peristiwa pada masa sekarang. Kemudian menurut Arikunto dalam Prastowo ditegaskan bahwa penelitian deskriptif tidak dimaksudkan untuk menguji hipotesis tertentu, tetapi hanya menggambarkan "apa adanya" tentang suatu variabel, gejala, atau keadaan. 16

2. Lokasi Penelitian N O R O G

Lokasi penelitian dilakukan pada kantor kementerian agama kabupaten Madiun yang beralamatkan di Jl. Panglima Sudirman No.5 Mejayan Madiun. Dengan pertimbangan bahwa lokasi tersebut

¹⁶ Ibid..186.

_

¹⁴ Andi Prastowo, *Metode Penelitian Kualitatif dalam Perspektif Rancangan Penelitian* (Yogyakarta: Ar-Ruzz Media, 2011), 23.

¹⁵ Prastowo, Metide Penelitian Kualitatif dalam Perspektif Rancangan Penelitian, 24.

merupakan instansi pemerintahan yang mengurusi persoalan agama sehingga ada kemungkinan minat terhadap bank syariah akan muncul maka tentunya persepsi terhadap penggunaan pembiayaan pensiun di bank syariah beragam, serta data yang diperoleh peneliti terkait para aparatur sipil negara pra purna yang menggunakan pembiayaan pensiun di bank syariah masih sangat rendah, sehingga hal ini menarik untuk diteliti .

3. Sumber Data

Data adalah semua keterangan seseorang yang dijadikan responden maupun yang berasal dari dokumen-dokumen baik dalam bentuk statistik atau dalam bentuk lainnya guna keperluan penelitian dimaksud.¹⁷

Adapun untuk sumber data, menurut Prastowo dalam penelitian kualitatif terdapat dua jenis data, yaitu data primer dan data sekunder. Data primer adalah data yang diperoleh dan dikumpulkan dari sumber pertama, sementara data sekunder adalah data yang diperoleh bukan dari sumber pertama, namun sumber kedua, ketiga dan seterusnya. Sedangkan menurut Pohan terdapat berbagai sumber-sumber data diantaranya adalah pribadi atau perorangan, lembaga-lembaga, proses kegiatan, bahan-bahan dokumen, kepustakaan, peninggalan sejarah dan lain-lain.

¹⁷ Joko Subagyo, *Metode Penelitian dalam Teori dan Praktek* (Jakarta: Rineka Cipta, 2004), 87.

_

Dalam penelitian kualitatif, sumber data yang digunakan adalah dalam bentuk data primer dan sekunder. Adapun data primer yang dibutuhkan adalah data yang didapat dari hasil wawancara pada pihak dalam perusahaan dan melalui observasi. Sedangkan data sekunder dapat diperoleh dari dokumen dan proses kegiatan operasional perusahaan.¹⁸

Sumber data primer pada penelitian ini berasal dari hasil wawancara terhadap aparatur sipil negara pra purna di kantor kementerian agama kabupaten Madiun yang terdiri dari :

- a. Asikun Nas<mark>it, SH. MH (selaku Kepala K</mark>epegawaian)
- b. Muhammad Tafrikhan, S.Ag, M.Si (Kepala Seksi PD.Potren)
- c. Drs. Orbasan Wazir, M.Pd.I (Kasi Pendma)
- d. Wahyuntama, S.Ag, M.Hi
- e. Muchtar Yatim, S.Sos
- f. Ambarini, S.E.
- g. Suprapto, S.Sos
- h. Drs. Hasyim, M.Pd. I (selaku pengawas PAI)
- i. Drs. Choyyumi
- j. Drs. Muhamat Basid
- k. Drs. Tawwabin, M.Si
- l. Drs. Mukhlis
- m. Muh. Rusdi, S.Pd.I

¹⁸ Prastowo, *Metode Penelitian Kualitatif dalam Perspektif Rancangan Penelitian*, 204-205.

Sedangkan data lain diperoleh dari sumber sekunder yaitu berupa dokumen-dokumen kementerian agama sebagai penunjang kedalaman data.

4. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling strategis dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data. Tanpa mengetahui teknik pengumpulan data, maka peneliti tidak akan mendapatkan data yang memenuhi standar yang ditetapkan. Dalam penelitian ini teknik pengumpulan data yang digunakan adalah sebagai berikut:

a. Wawancara

Wawancara merupakan pertemuan dua orang untuk bertukar informasi dan ide dengan melalui tanya jawab, sehingga dapat dikonstruksikan suatu makna dalam topik tertentu,²⁰ untuk memberikan data-data yang dibutuhkan.

b. Dokumen

Dokumen adalah catatan peristiwa yang sudah berlalu. Jadi dokumen bukanlah catatan peristiwa yang terjadi saat ini dan masa yang akan datang, namun catatan masa lalu. Dokumen yang digunakan oleh peneliti dalam penelitian ini adalah berupa foto, struktur organisasi dan peraturan atau kebijakan.²¹

¹⁹ Sugiyono, Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif, 224.

²⁰ Andi Prastowo, *Metode Penelitian Kualitatif*, 212.

²¹ Ibid., 226-227.

5. Analisis 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.

Kegiatan pengumpulan data dan analisis data berlangsung secara simultan atau serentak. Prosesnya berbentuk siklus, yang di dalamnya terlibat sifat interaktif pengumpulan data dengan analisis data. Bahkan, pengumpulan data juga ditempatkan sebagai komponen integral dari kegiatan analisis data.²²

Dari data-data yang terkumpul, peneliti mendeskripsikan hasil dari data yang didapatkan dalam proses penelitian yang dilakukan. Sehingga dengan data yang di dapat peneliti dapat memberikan kejelasan yang realistis. Adapun langkah-langkah peneliti dalam analisis data sebagai berikut:

a. Reduksi Data

Reduksi data merupakan proses berfikir sensitif yang memerlukan kecerdasan dan keluasan dan kedalaman wawasan yang tinggi.²³ Sedangkan Prastowo menyimpulkan reduksi data merupakan suatu

²² Andi Prastowo, Metode Penelitian Kualitatif,46.

²³ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif*, 247.

proses pemilihan, pemusatan perhatian pada penyederhanaan, pengabstrakan, dan transformasi data "kasar" yang muncul dari catatan-catatan tertulis di lapangan. ²⁴ Setelah peneliti mendapatkan data yang dibutuhkan, maka peneliti memilih data yang digunakan. Dan data yang tidak bersangkutan dengan persepsi aparatur sipil negara pra purna pada penggunaan produk pembiayaan pensiun di bank syariah maka akan dikurangi.

b. Penyajian Data (*Display*)

Penyajian data merupakan sekumpulan informasi tersusun yang memberi kemungkinan adanya penarikan kesimpulan dan pengembalian tindakan". 25 Terkumpulnya data ataupun informasi yang didapa<mark>tkan saat dilapangan, sesu</mark>ai dengan prosedur yang lakukan memudahkan dilakukan peneliti peneliti dalam menyelesaikan masalah yang terdapat pada persepsi aparatur sipil negara pra purna pada penggunaan pembiayaan pensiun di bank syariah.

c. Kesimpulan (Verifikasi)

Kesimpulan adalah tahap awal yang dikemukakan oleh bukti-bukti yang menguatkan dan mengumpulkan data saat peneliti kembali ke lapangan. Sehingga Kesimpulan merupakan menjawab dari setiap rumusan masalah yang telah dirumuskan dan rumusan bersifat sementara dan akan berubah setelah kita berada

²⁴ Andi Prastowo, *Metode Penelitian Kualitatif*, 242.

²⁵ Ibid 244

dilapangan.²⁶ Dengan demikian peneliti akan meninjau dari hasil penelitiannya yang telah dilakukan dilapangan dan menarik kesimpulannya terkait persepsi aparatur sipil negara pra purna pada penggunaan pembiayaan pensiun di bank syariah

6. Pengecekan Keabsahan Temuan

Keabsahan data merupakan konsep penting yang diperbaharui dari konsep kesahihan data (validitas) dan keandalan (reliabilitas) menurut aliran "postpositivisme". Triangulasi merupakan teknik pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu dari luar data untuk keperluan pengecekan atau sebagai pembanding data.²⁷Dalam pengecekan keabsahan data maka penulis menggunakan model triangulasi sumber, triangulasi dengan sumber data yaitu mengumpulkan informasi yang diperoleh dari berbagai sumber. Cara yang ditempuh ialah dengan melakukan pengecekan data sebagai berikut:

- a. Cek (*check*) artinya memberikan pertanyaan yang sama kepada informan.
- b. Cek ulang (recheck) yaitu mengajukan pertanyaan yang sama kepada informan tetapi pada waktu yang lain atau mengecek kembali.
- c. Cek silang (*cross check*) artinya membandingkan responden yang satu dengan yang lain kemudian diambil satu kesimpulan.

²⁶ Sugiyono, Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif, 274.

²⁷ Andi Prastowo, *Metode Penelitian Kualittatif*, 269.

H. SISTEMATIKA PEMBAHASAN

Untuk memberikan kemudahan dalam melakukan penjelasan dan pembahasan dalam menulis hasil penelitian ini, maka penulis menjelaskan secara garis besar dalam sistematika pembahasan sebagai berikut:

Bab I merupakan bab pendahuluan. Pada bab ini berfungsi sebagai gambaran umum untuk memberi pola pemikiran bagi keseluruhan isi skripsi, yang di dalamnya meliputi latar belakang masalah, pembatasan masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, kajian terdahulu, metode penelitian, dan sistematika pembahasan.

Bab II berisi kajian teori tentang pengertian persepsi, teori faktor-faktor yang mempengaruhi persepsi, teori proses terbentuknya persepsi, teori pengertian keputusan pembelian, teori tahap proses keputusan pembelian, teori faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian, teori alasan yang membentuk pengetahuan dan sikap.

Bab III berisi tentang temuan-temuan penelitian. Yaitu deskripsi data yang berkaitan dengan variabel yang akan diteliti secara objektif, meliputi persepsi aparatur sipil negara pra purna pada penggunaan produk pembiayaan pensiun di bank syariah dan faktor-faktor yang melatarbelakangi keputusan aparatur sipil negara pra purna dalam produk pembiayaan pensiun di bank syariah.

Bab IV berisi hasil analisis dari data yang telah didapatkan yang berkenaan dengan sejauh mana persepsi yang dimiliki aparatur sipil negara pra purna pada penggunaan produk pembiayaan pensiun di bank syariah dan faktor-faktor apa saja yang melatarbelakangi keputusan aparatur sipil negara pra purna dalam produk pembiayaan pensiun di bank syariah kemudian akan diuraikan secara lebih terperinci dan mendetail.

Bab V merupakan bab penutup. Pada bab ini berisi kesimpulan dan saran, yang berfungsi untuk memudahkan para pembaca dalam mengambil inti terpenting dalam skripsi.



BAB II

PERSEPSI DAN KEPUTUSAN PEMBELIAN

A. Persepsi

1. Pengertian Persepsi

Persepsi merupakan salah satu aspek psikologis yang penting bagi manusia dalam merespon kehadiran berbagai aspek dan gejala di sekitarnya. Persepsi mengandung pengertian yang sangat luas, menyangkut *intern* dan *ekstern*. Berbagai ahli telah memberikan definisi yang beragam tentang persepsi, walaupun pada prinsipnya mengandung makna yang sama.

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, persepsi adalah tanggapan (penerimaan) langsung dari sesuatu. Proses seseorang mengetahui beberapa hal melalui panca inderanya. Sedangkan menurut Sugihartono mengemukakan bahwa persepsi adalah kemampuan otak dalam menerjemahkan stimulus atau proses untuk menerjemahkan stimulus yang masuk ke dalam alat indera manusia. Persepsi manusia terdapat perbedaan sudut pandang dalam penginderaan. Ada yang mempersepsikan sesuatu itu baik atau persepsi yang positif maupun persepsi negatif yang akan mempengaruhi tindakan manusia yang tampak atau nyata.¹

Bimo Walgito mengungkapkan bahwa persepsi merupakan suatu proses pengorganisasian, penginterpretasian terhadap stimulus yang

¹ Sugihartono, dkk, *Psikologi Pendidikan* (Yogyakarta: UNY Press, 2007), 8.

diterima oleh organisme atau individu sehingga menjadi sesuatu yang berarti, dan merupakan aktivitas yang terintegrasi dalam diri individu. Respon sebagai akibat dari persepsi dapat diambil oleh individu dengan berbagai macam bentuk. Stimulus mana yang akan mendapatkan respon dari individu tergantung pada perhatian individu yang bersangkutan. Berdasarkan hal tersebut, perasaan, kemampuan berfikir, pengalaman-pengalaman yang dimiliki individu tidak sama, maka dalam mempersepsi sesuatu stimulus, hasil persepsi mungkin akan berbeda antar individu satu dengan individu lain.²

Setiap orang mempunyai kecenderungan dalam melihat benda yang sama dengan cara yang berbeda-beda. Perbedaan tersebut bisa dipengaruhi oleh banyak faktor, diantaranya adalah pengetahuan, pengalaman dan sudut pandangnya. Persepsi juga bertautan dengan cara pandang seseorang terhadap suatu objek tertentu dengan cara yang berbeda-beda dengan menggunakan alat indera yang dimiliki, kemudian berusaha untuk menafsirkannya. Persepsi baik positif maupun negatif ibarat *file* yang sudah tersimpan rapi di dalam alam pikiran bawah sadar kita. *File* itu akan segera muncul ketika ada stimulus yang memicunya, ada kejadian yang membukanya. Persepsi merupakan hasil kerja otak dalam memahami atau menilai suatu hal yang terjadi di sekitarnya.

Jalaludin Rakhmat menyatakan persepsi adalah pengamatan tentang objek, peristiwa atau hubungan-hubungan yang diperoleh

² Bimo Walgito, *Pengantar Psikologi Umum* (Yogyakarta: Andi, Ofset, 2004), 88.

³ Waidi, *The Art of Re-engineering Your Mind Of Succes* (Jakarta: Gramedia, 2006), 118.

dengan menyimpulkan informasi dan menafsirkan pesan.⁴ Sedangkan, Suharnan menyatakan: "Persepsi merupakan suatu proses menginterpretasikan atau menafsir informasi yang diperoleh melalui sistem alat indera manusia". Menurutnya ada tiga aspek di dalam persepsi yang dianggap relevan dengan kognisi manusia, yaitu pencatatan indera, pengenalan pola, dan perhatian.

Dari penjelasan di atas dapat ditarik suatu kesamaan pendapat bahwa persepsi merupakan suatu proses yang dimulai dari penglihatan hingga terbentuk tanggapan yang terjadi dalam diri individu sehingga individu sadar akan segala sesuatu dalam lingkungannya melalui indera-indera yang dimilikinya.⁵

2. Faktor-faktor yang mempengaruhi persepsi

Menurut Miftah Toha faktor-faktor yang mempengaruhi persepsi seseorang adalah sebagai berikut:⁶

- a. Faktor internal: perasaan, sikap dan kepribadian individu, prasangka, keinginan atau harapan, perhatian (fokus), proses belajar, keadaan fisik, gangguan kejiwaan, nilai dan kebutuhan juga minat, dan motivasi.
- Faktor eksternal: latar belakang keluarga, informasi yang diperoleh,
 pengetahuan dan kebutuhan sekitar, intensitas, ukuran,

⁴ Jalaludin Rakhmat, *Psikologi Komunikasi* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2012), 50.

⁵ Suharnan, *Psikologi Kognitif* (Surabaya: Kognitif, 2005), 23.

⁶ Miftah Toha, *Perilaku Organisasi Konsep Dasar dan Aplikasinya* (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2003), 154.

keberlawanan, pengulangan gerak, hal-hal baru dan familiar atau ketidak asingan suatu objek.

Sedangkan Menurut Bimo Walgito faktor-faktor yang berperan dalam persepsi dapat dikemukakan beberapa faktor, yaitu:⁷

1) Objek yang dipersepsi

Objek menimbulkan stimulus yang mengenai alat indera atau reseptor. Stimulus dapat datang dari luar individu yang mempersepsi, tetapi juga dapat datang dari dalam diri individu yang bersangkutan yang langsung mengenai saraf penerima yang bekerja sebagai reseptor.

2) Alat indera, saraf dan susunan saraf

Alat indera atau reseptor merupakan alat untuk menerima stimulus, disamping itu juga harus ada saraf sensoris sebagai alat untuk meneruskan stimulus yang diterima reseptor ke pusat susunan saraf, yaitu otak sebagai pusat kesadaran. Sebagai alat untuk mengadakan respon diperlukan motoris yang dapat membentuk persepsi seseorang.

3) Perhatian

Untuk menyadari atau dalam mengadakan persepsi diperlukan adanya perhatian, yaitu merupakan langkah utama sebagai suatu persiapan dalam rangka mengadakan persepsi. Perhatian

⁷ Bimo Walgito, *Pengantar Psikologi Umum*, 89.

merupakan pemusatan atau konsentrasi dari seluruh aktivitas individu yang ditujukan kepada sesuatu sekumpulan objek.

Faktor-faktor tersebut menjadikan persepsi individu berbeda satu sama lain dan akan berpengaruh pada individu dalam mempersepsi suatu objek, stimulus, meskipun objek tersebut benar-benar sama. Persepsi seseorang atau kelompok dapat jauh berbeda dengan persepsi orang atau kelompok lain sekalipun situasinya sama. Perbedaan persepsi dapat ditelusuri pada adanya perbedaan-perbedaan individu, perbedaan-perbedaan dalam kepribadian, perbedaan dalam sikap atau perbedaan dalam motivasi. Pada dasarnya proses terbentuknya persepsi ini terjadi dalam diri seseorang, namun persepsi juga dipengaruhi oleh pengalaman, proses belajar, dan pengetahuannya.

3. Proses terbentuknya persepsi

Proses terbentuknya persepsi didasari pada beberapa tahapan, yaitu:⁸

a. Stimulus atau Rangsangan

Terjadinya persepsi diawali ketika seseorang dihadapkan pada suatu stimulus/rangsangan yang hadir dari lingkungannya.

b. Registrasi

Dalam proses registrasi, suatu gejala yang nampak adalah mekanisme fisik yang berupa penginderaan dan syarat seseorang berpengaruh melalui alat indera yang dimilikinya. Seseorang dapat

⁸ Miftah Toha, *Perilaku Organisasi*, 145.

mendengarkan atau melihat informasi yang terkirim kepadanya, kemudian mendaftar semua informasi yang terkirim kepadanya tersebut.

c. Interpretasi

Interpretasi merupakan suatu aspek kognitif dari persepsi yang sangat penting yaitu proses memberikan arti kepada stimulus yang diterimanya. Proses interpretasi tersebut bergantung pada cara pendalaman, motivasi, dan kepribadian seseorang.

4. Persepsi positif dan persepsi negatif

Persepsi positif adalah penilaian individu terhadap suatu objek atau informasi dengan pandangan yang positif atau sesuai dengan yang diharapkan dari objek yang dipersepsikan atau dari aturan yang ada. Sedangkan, persepsi negatif merupakan persepsi individu terhadap objek atau informasi tertentu dengan pandangan yang negatif, berlawanan dengan yang diharapkan dari objek yang dipersepsikan atau dari aturan yang ada. Penyebab munculnya persepsi negatif seseorang dapat muncul karena adanya ketidakpuasan individu terhadap objek yang menjadi sumber persepsinya, sedangkan persepsi positif karena adanya kepuasan.⁹

⁹ Rahmat Hidayat, *Efisiensi Bank Syariah Teori dan Praktik* (Jakarta: Gramedia Publishing, 204), 90.

B. Keputusan Pembelian

1. Pengertian Keputusan Pembelian

Menurut Kotler keputusan membeli adalah beberapa tahapan yang dilakukan oleh konsumen sebelum melakukan keputusan pembelian suatu produk. Pengambilan keputusan membeli adalah proses pengenalan masalah (*problem recognition*), pencarian informasi, evaluasi (penilaian) dan seleksi dari alternatif produk, seleksi saluran distribusi dan pelaksanaan keputusan terhadap produk yang akan digunakan atau dibeli oleh konsumen.¹⁰

Menurut Setiadi perilaku membeli memiliki makna yakni kegiatan-kegiatan individu secara langsung terlibat dalam pertukaran uang dengan barang dan jasa serta dalam proses pengambilan keputusan yang menentukan kegiatan tersebut. Keputusan konsumen untuk membeli suatu produk selalu melibatkan aktivitas secara fisik (berupa kegiatan langsung konsumen melalui tahapan-tahapan proses pengambilan keputusan pembelian) dan aktivitas secara mental (yakni saat konsumen menilai produk sesuai kriteria tertentu yang ditetapkan setiap individu).¹¹

Kesimpulannya bahwa keputusan pembelian adalah serangkaian proses kognitif yang dilakukan seseorang untuk menentukan pilihan

http://repository.uin-suska.ac.id/6210/3/BAB%2011.pdf (diakses pada tanggal 5 November 2018 jam 22.19).

¹⁰ Sangadji dan Sopiah, *Perilaku Konsumen* (Yogyakarta: CV Andi Offset, 2013), 121.

produk yang akan di belinya sehingga akan mendorong seseorang untuk melakukan pembelian suatu produk.

2. Tahap proses keputusan pembelian

Keputusan adalah seleksi terhadap dua pilihan alternatif atau lebih.

a. Pengenalan kebutuhan

Tahap awal keputusan membeli dimana konsumen mengenal suatu kebutuhan akan produk yang dibeli. Konsumen merasa adanya perbedaan antara keadaan nyata dan keadaan yang diinginkan. Kebutuhan sangat dipicu oleh rangsangan internal (kebutuhan) dan eksternal (pengaruh pengguna produk yang serupa sesuai dengan kebutuhan).

b. Pencarian informasi

Seorang konsumen yang terpengaruh oleh stimulus akan mencari informasi lebih banyak. Konsumen mungkin hanya meningkatkan perhatian atau bahkan aktif mencari informasi.¹²

c. Evaluasi alternatif

Proses dimana konsumen menggunakan informasi yang didapat untuk mengevaluasi alternatif yang ada, proses dalam memilih produk yang akan dibeli.

d. Keputusan pembelian

Konsumen merencanakan untuk membeli produk dan kemudian membeli produk tertentu sesuai dengan kebutuhan.

¹² Setiadi, *Perilaku Konsumen Konsep dan Implikasi Untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran* (Jakarta: Prenada Media, 2005), 17.

e. Tingkah laku pasca pembelian

Tindak lanjut setelah membeli berdasarkan pada rasa puas atau tidaknya konsumen pada produk yang digunakan.¹³

 Faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian adalah sebagai berikut:¹⁴

a. Faktor budaya

Budaya adalah faktor yang mendasar dalam pembentukan normanorma yang dimiliki setiap individu yang akan membentuk atau mendorong keinginan dan perilakunya menjadi seorang konsumen. Sehingga faktor-faktor budaya inilah yang berpengaruh paling luas pada keinginan dan perilaku konsumen. ¹⁵

Faktor budaya memberikan pengaruh paling luas dan dalam pada perilaku konsumen. Budaya adalah penyebab paling mendasar dari keinginan dan perilaku seseorang. Budaya merupakan kumpulan nilai-nilai dasar, persepsi, keinginan dan perilaku yang dipelajari oleh seseorang anggota masyarakat dari keluarga dan lembaga penting lainnya.

b. Faktor sosial

Perilaku konsumen juga dipengaruhi oleh faktor sosial, seperti kelompok kecil, keluarga serta peranan dan status sosial konsumen. Perilaku seseorang dipengaruhi oleh banyak kelompok kecil.

-

¹³ Sudaryono, *Manajemen Pemasaran Teori dan Implementasi* (Yogyakarta: CV Andi Offset, 2016), 110-113.

¹⁴ Danang Sunyoto, *Perilaku Konsumen dan Pemasaran* (Yogyakarta: CAPS, 2015), 13-65.

¹⁵ Philip Kotler, Manajemen Pemasaran (Jakarta: PT. Index Kelompok Gramedia, 2005), 203.

Kelompok adalah dua orang atau lebih yang berinteraksi untuk mencapai sasaran individu atau bersama. Kelompok tersebut diantaranya adalah keluarga, dimana anggota keluarga dapat sangat mempengaruhi perilaku pembeli. Keluarga adalah organisasi pembelian konsumen yang paling penting dalam masyarakat. Keputusan pembelian keluarga, tergantung pada produk, iklan, dan situasi.

c. Faktor teknologi

Teknologi informasi adalah segala cara atau alat yang terintegrasi yang digunakan untuk menjaring data, mengolah dan mengirimkan atau menyajikan secara elektronik menjadi informasi dalam berbagai format yang bermanfaat bagi pemakainya.

d. Faktor psikologi

Keadaan psikologi seseorang dipengaruhi oleh banyak hal. Psikologi merupakan pikiran, perasaan, dan perilaku individu yang dipengaruhi oleh kehadiran orang lain secara aktual, dibayangkan, atau hadir secara tidak langsung. Pilihan pembelian seseorang dipengaruhi oleh empat faktor psikologis utama, yaitu motivasi, persepsi, pembelajaran, serta keyakinan dan sikap.

C. Alasan yang Membentuk Pengetahuan dan Sikap

Alasan yang membentuk pengetahuan dan sikap dalam memilih jasa bank syariah terdapat dalam teori bauran pemasaran yaitu 4P (*Product, Price, Place* dan *Promotion*). Bauran pemasaran terdiri atas

segala sesuatu yang dapat dilakukan perusahaan untuk memengaruhi permintaan produknya. Sementara itu untuk pemasaran jasa perlu bauran pemasaran yang diperluas dengan menambahkan unsur *People* (orang), *Physical evidence* (fasilitas Fisik), dan *Process* (Proses), sehingga menjadi 7 unsur 7P. Ketiga unsur tersebut terkait dengan sifat jasa dimana tahapan operasi hingga konsumsi merupakan suatu rangkaian yang tidak dapat dipisahkan serta mengikut sertakan konsumen dan pembeli jasa secara langsung. ¹⁶ Berikut ini adalah penjelasan tentang bauran pemasaran (7P):

1. *Produk* (Produk)

Menurut Kasmir pengertian produk adalah sesuatu yang memberikan manfaat baik dalam hal memenuhi kebutuhan sehari-hari atau sesuatu yang ingin dimiliki oleh konsumen. Sedangkan pengertian produk menurut Philip Kotler adalah sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk mendapatkan perhatian untuk dibeli, untuk digunakan atau dikonsumsi yang dapat memenuhi keinginan dan kebutuhan.¹⁷

Dari pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa produk adalah sesuatu yang memberikan manfaat baik dalam hal memenuhi kebutuhan sehari-hari atau sesuatu yang ingin dimiliki oleh konsumen. Produk biasanya digunakan untuk dikonsumsi baik untuk kebutuhan rohani maupun jasmani. Untuk memenuhi keinginan dan kebutuhan akan produk, maka konsumen harus mengorbankan sesuatu sebagai balas

¹⁶ Rambat Lupiyoadi, *Manajemen Pemasaran Jasa Teori dan Praktek* (Jakarta: Salemba Empat, 2001), 70.

¹⁷ Rambat Lupiyoadi, Manajemen Pemasaran, 123.

jasanya, misalnya dengan cara pembelian. Di dalam strategi *marketing mix*, strategi produk merupakan unsur yang paling penting, karena dapat mempengaruhi strategi pemasaran lainnya. Pemilihan jenis produk yang akan dihasilkan dan dipasarkan akan menentukan kegiatan promosi yang dibutuhkan, serta penentuan harga dan cara penyalurannya. Strategi yang dapat dilakukan mencakup keputusan tentang acuan atau bauran produk, merk dagang, cara kemasan produk, kualitas produk dan pelayanan yang diberikan. Di dalam bank syariah, produk-produk yang ditawarkan kepada nasabah terbagi menjadi dua yaitu:¹⁸

a. Produk Penghimpunan Dana (Funding)

Funding merupakan penghimpunan dana dari masyarakat/nasabah untuk menyimpan uangnya sebagai keperluan yang akan datang. Prinsip syariah yang diterapkan dalam penghimpunan dana masyarakat adalah wadi'ah dan mudharabah.

b. Produk Penyalur Dana (Lending)

Lending merupakan proses perputaran uang yang ada di bank digunakan untuk berinvestasi kepada perusahaan atau lembaga lainnya yang nantinya akan dikembalikan lagi kepada nasabah sesuai dengan kesepakatan. Penyaluran dana atau lending terbagi dalam tiga prinsip yaitu:

1) Prinsip jual beli (bai' al-murabahah, bai' as-Salam, bai Al-Istisna')

¹⁸ Ratih Hurriyati, *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen* (Bandung: Alfabeta, 2014), 67.

- 2) Prinsip sewa (*ijarah*)
- 3) Prinsip bagi hasil (*musyarakah* dan *mudharabah*)

2. Price (Harga)

Price (harga) adalah suatu nilai tukar yang bisa disamakan dengan uang atau barang lain untuk manfaat yang diperoleh dari suatu barang atau jasa bagi seseorang atau kelompok pada waktu tertentu dan tempat tertentu. Harga berinteraksi dengan seluruh elemen lain dalam bauran pemasaran untuk menentukan efektivitas setiap elemen dan keseluruhan elemen. Sedangkan Menurut Kotler dan Amstrong harga merupakan uang yang ditagihkan untuk suatu produk atau jasa, jumlah nilai yang dipertukarkan konsumen untuk manfaat memiliki atau menggunakan produk atau jasa.

Menurut Machfoedz harga adalah sejumlah uang yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dari barang beserta pelayanannya. Harga sebagai sarana bauran pemasaran yang digunakan oleh perusahaan atau perbankan untuk mencapai tujuan pemasaran. Penetapan harga harus di koordinasikan dengan desain produk, distribusi dan penetapan promosi, untuk membentuk program promosi pemasaran yang konsisten dan efektif. Perusahaan sering menetapkan harga terlebih dahulu dan kemudian menjadikannya dasar untuk keputusan bauran pemasaran lainnya pada harga yang akan diterapkan.

¹⁹ Sudaryono, Manajemen Pemasaran, 216.

²⁰ Amstrong dan Kotler, *Dasar-dasar Pemasaran* (Jakarta: Intermedia, 1996), 340.

Di sini, Bank berfungsi sebagai *trustable company* dengan jalan meyakinkan pihak pemilik dana (nasabah) bahwa bank syariah ini memiliki divisi yang akan memantau dana mereka. Sehingga kepercayaan akan didapat dari nasabah ketika masa pemberian pola bagi hasil dilaksanakan. Divisi ini juga akan meminimalisasi resiko kerugian yang timbul akibat kecurangan (kerugian) yang diderita pihak peminjam.²¹

Dalam menentukan harga, perusahaan harus mengutamakan nilai keadilan. Jika kualitas produknya bagus, harganya tentu bisa tinggi. Sebaliknya jika seorang telah mengetahui keburukan yang ada dibalik produk yang ditawarkan, harganya pun harus disesuaikan dengan kondisi produk tersebut. Dalam penetapan harga, bank syariah tidak diperbolehkan adanya bunga, apalagi dengan adanya bunga yang sangat memberatkan masyarakat. Pada bank syariah menerapkan sistem bagi hasil. Mekanisme bagi hasil dapat didasarkan pada dua cara yaitu *profit sharing* (bagi laba) dan *revenue sharing* (bagi pendapatan).

a. *Profit Sharing* (bagi laba)

Perhitungan bagi hasil ini didasarkan pada laba dari pengelola dana, yaitu total hasil (net) dari pendapatan setelah dikurangi biaya-biaya yang dikeluarkan untuk memperoleh pendapatan tersebut. Kelebihan dari profit sharing adalah sistem keadilan dapat terpenuhi. Apabila pengelola dana mendapatkan laba kecil maka

 21 Mahmud Machfoed, $Pengantar\ Pemasaran\ Modern$ (Yogyakarta: Upp Amp Ykpn, 2005), 110.

-

pemilik dana akan mendapatkan bagi hasil yang kecil, begitupun sebaliknya.

b. Revenue Sharing (bagi pendapatan)

Perhitungan bagi hasil yang didasarkan pada *revenue sharing* (total pendapatan) yang diterima sebelum dikurangi dengan biaya-biaya yang telah dikeluarkan untuk memperoleh pendapatan tersebut. Dalam *revenue sharing* ini, kedua belah pihak akan selalu mendapatkan bagi hasil karena bagi hasil dihitung dari pendapatan *revenue*, maka pemilik dana akan memperoleh distribusi bagi hasil. Namun yang perlu digaris bawahi disini, dalam setiap pembagian bagi hasil harus sesuai yang tercantum dalam akad.

3. Place (Tempat) dan Saluran Distribusi

Menurut Lupiyoadi tempat adalah gabungan antara lokasi dan keputusan atas saluran distribusi yaitu berhubungan dengan lokasi yang strategis dan bagaimana cara penyampaian jasa pada konsumen. Sedangkan lokasi berarti dimana perusahaan harus bermarkas dan melakukan operasi. Ada tiga jenis interaksi yang mempengaruhi lokasi.²²

a. Konsumen mendatangi perusahaan: apabila keadaannya seperti ini maka lokasi menjadi sangat penting. Perusahaan sebaiknya memilih tempat dekat dengan konsumen sehingga mudah dijangkau, dengan kata lain harus strategis.

²² Rambat Lupiyoadi, *Manajemen Pemasaran*, 73.

- b. Pemberi jasa mendatangi konsumen: dalam hal ini lokasi tidak terlalu penting, tetapi yang harus diperhatikan adalah penyampaian jasa harus tetap berkualitas.
- c. Pemberi jasa dan konsumen tidak bertemu secara langsung: berarti penyedia jasa dari konsumen berinteraksi melalui sarana tertentu seperti telepon, komputer, atau surat. Dalam hal ini lokasi menjadi sangat tidak penting selama komunikasi antara kedua belah pihak terlaksana dengan baik.

4. *Promotion* (Promosi)

Menurut Kotler dan Amstrong berpendapat bahwa promosi adalah aktivitas mengkomunikasikan keunggulan produk serta membujuk pelanggan sasaran untuk membelinya. Promosi adalah kegiatan mengkomunikasikan informasi antara penjual dan pembeli potensial atau orang lain dalam saluran untuk mempengaruhi sikap dan perilaku, dapat juga diartikan sebagai aktivitas mengkomunikasikan keunggulan produk dan membujuk pelanggan sasaran pembeli.

Promosi merupakan salah satu variabel dalam bauran pemasaran yang sangat penting dilaksanakan oleh perusahaan dalam memasarkan produk jasa. Kegiatan promosi bukan saja berfungsi sebagai alat komunikasi antara perusahaan dengan konsumen, melainkan juga sebagai alat untuk mempengaruhi konsumen dalam kegiatan pembelian atau penggunaan jasa sesuai dengan keinginan dan kebutuhannya. Hal

yang perlu diperhatikan dalam promosi adalah bauran promosi yang terdiri dari:²³

- a. Periklanan
- b. Penjualan perseorangan
- c. Promosi penjualan
- d. Hubungan masyarakat
- e. Informasi dari mulut ke mulut
- f. Pemasaran langsung

Menurut Kasmir secara garis besar sarana promosi yang dapat digunakan oleh perusahaan sebagai berikut:²⁴

- a. Periklanan (*advertising*), merupakan promosi yang dilakukan dalam bentuk tayangan atau gambar atau kata-kata yang tertuang dalam spanduk, brosur, koran, majalah, televisi atau radio.
- b. Promosi penjualan (sales promotion), merupakan promosi yang digunakan untuk meningkatkan penjualan melalui potongan harga atau hadiah pada waktu tertentu terhadap produk-produk tertentu pula.
- c. Publisitas (publicity), merupakan promosi yang dilakukan untuk meningkatkan citra bank di depan para calon nasabahnya, melalui kegiatan sponsorship terhadap suatu kegiatan amal sosial atau lainnya.

²³ Rambat Lupiyoadi, *Manajemen Pemasaran*, 120.

²⁴ Kasmir, *Dasar-Dasar Perbankan* (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2010), 156.

d. Penjualan pribadi (personal selling), merupakan promosi yang dilakukan melalui pribadi-pribadi karyawan dalam melayani serta ikut mempengaruhi nasabah.

5. *People* (Orang)

Menurut Effendi menerangkan bahwa *people* berarti orang yang melayani ataupun yang merencanakan pelayanan terhadap para konsumen. Karena sebagian besar jasa dilayani oleh orang, maka orang tersebut perlu diseleksi, dilatih, dimotivasi, sehingga memberikan kepuasan terhadap konsumen dengan sikap perhatian, responsif, inisiatif, kreatif, pandai memecahkan masalah, sabar dan ikhlas.²⁵

Dengan pelayanan yang baik, maka konsumen akan merasa terlayani dengan baik dan besar kemungkinan konsumen tersebut akan kembali lagi membeli produk kita. Orang adalah semua pelaku yang memainkan peranan dalam penyajian jasa sehingga dapat mempengaruhi persepsi pembeli. Sebagaimana diuraikan di atas berkaitan dengan sumber daya manusia atau karyawan (people) sebagai penyedia jasa dalam sebuah perusahaan, dimana seorang karyawan dituntut untuk dapat berlaku professional dalam memberikan layanan terbaik kepada pelanggan, bertutur kata ramah, berpakaian rapi, sopan, dan santun. Tujuan dari adanya hubungan tersebut adalah untuk mendorong orang dalam kinerja memberikan kepuasan kepada

²⁵ Effendy, Komunikasi Teori dan Praktek (Jakarta: PT Grasindo Rosdakarya, 2010), 349.

konsumen. Terdapat empat kriteria peranan atau pengaruh dari aspek orang yang mempengaruhi konsumen:²⁶

- a. *Contactors*, orang di sini berinteraksi langsung dengan konsumen alam frekuensi yang cukup sering dan sangat mempengaruhi keputusan konsumen untuk membeli.
- b. *Modifiers*, orang di sini tidak secara langsung mempengaruhi konsumen tetapi cukup sering berhubungan dengan konsumen, contoh: resepsionis.
- c. Influencers, orang di sini mempengaruhi konsumen dalam keputusan untuk membeli tetapi tidak secara langsung kontak dengan konsumen.
- d. Isolated, orang di sini tidak secara langsung ikut serta dalam bauran pemasaran dan juga tidak sering bertemu dengan konsumen.
 Contoh: karyawan bagian administrasi penjualan, SDM, dan pemrosesan data.

6. Physical Evidence (Sarana Fisik)

Menurut Effendi menjelaskan bahwa *physical evidence* merupakan bentuk fisik, berarti konsumen akan melihat keadaan nyata dan bendabenda yang menghasilkan jasa tersebut. Sarana fisik ini merupakan satu hal yang secara nyata turut mempengaruhi keputusan konsumen untuk membeli dan menggunakan produk yang ditawarkan, unsur-unsur yang termasuk dalam sarana fisik antara lain: lingkungan fisik, dalam hal ini

²⁶ Rambat Lupiyoadi, *Manajemen Pemasaran*, 75.

bangunan fisik, peralatan, perlengkapan, logo, warna dan barang-barang lainnya, yang disatukan dengan servis atau pelayanan yang diberikan.

Dengan kata lain, sarana fisik (*physical evidence*) yang menarik atau unik menjadi daya tarik konsumen dalam membeli suatu produk. Konsep *physical avidence* berkaitan erat dengan bagaimana perusahaan mendisain tata letak ruang dan bangunan sehingga dapat menciptakan keindahan dan kenyamanan, agar dapat memperlancar proses produksi dan proses operasional.²⁷

7. *Process* (Proses)

Menurut Effendi menjelaskan bahwa proses ini terjadi diluar pandangan konsumen, konsumen tidak mengetahui bagaimana proses yang terjadi, yang penting jasa yang dia terima harus memuaskan. Jadi dapat disimpulkan bahwa proses merupakan gabungan semua aktifitas, umumnya terdiri dari prosedur, jadwal pekerjaan, mekanisme, dan halhal rutin sampai jasa dihasilkan dan disampaikan kepada konsumen.²⁸

Proses ini terjadi berkat dukungan karyawan dan tim manajemen yang mengatur semua proses agar berjalan dengan lancar. Misalnya proses pemberian jasa yang dilakukan oleh bank berupa jasa transfer, administrasi dan lain-lain. Sehingga aktivitas tersebut dapat berjalan dengan baik dengan hasil yang baik pula. Hal tersebut penting dilakukan oleh karyawan (people), manajemen dan perusahaan dalam proses (process) produksi jasa agar dapat menciptakan kualitas

²⁷ Effendy, Komunikasi Teori dan Praktek, 349.

²⁸ Ibid 349

pelayanan yang baik kepada pelanggan. Proses dapat dibedakan dalam dua cara, yaitu:²⁹

- a. Kompleksitas (*complexity*), berhubungan dengan langkah-langkah dan tahapan dalam proses.
- b. Keragaman (*divergence*), berhubungan dengan adanya perubahan dalam langkah atau tahap proses.

Sehubungan dengan dua cara tersebut terdapat empat pilihan yang dapat dipilih marketer yaitu:

- 1) Mengurangi keragaman, dalam hal ini berarti terjadi pengurangan biaya, peningkatan produktifitas dan kemudahan distribusi.
- 2) Menambah keragaman, berarti lebih cenderung ke penetrasi pasar dengan cara menambah jasa yang diberikan.
- 3) Mengurangi kompleksitas, berarti cenderung lebih terspesialisasi.
- 4) Menambah kompleksitas, berarti lebih cenderung ke penetrasi pasar dengan cara menambah jasa yang diberikan.

PONOROGO

²⁹ Rambat Lupiyoadi, *Manajemen Pemasaran*, 76.

BAB III

PERSEPSI APARATUR SIPIL NEGARA PRA PURNA TERHADAP PRODUK PEMBIAYAAN PENSIUN BANK SYARIAH

A. Gambaran Umum

1. Sejarah Kementerian Agama Kabupaten Madiun

Kantor kementerian agama kabupaten Madiun adalah salah satu instansi vertikal yang berada di tingkat kabupaten dan merupakan perpanjangan tangan kantor wilayah kementerian agama propinsi Jawa Timur, yang memiliki kewenangan menyelenggarakan sebagian tugas umum pemerintahan dan pembangunan di bidang agama di tingkat kabupaten dan bertanggungjawab kepada kepala kantor wilayah kementerian agama propinsi Jawa Timur. melaksanakan tugasnya kantor kementerian agama kabupaten Madiun menjabarkan kebijakan-kebijakan pemerintah dalam hal ini kantor wilayah kementerian agama propinsi Jawa Timur serta memperhatikan kebijakan-kebijakan pemerintah daerah kabupaten Madiun.

Berdirinya kantor kementerian agama Kab. Madiun sangat terkait dengan Kementerian Agama Republik Indonesia yang berdiri pada tanggal 3 Januari 1946 sebagai induk dari birokrasi Kementerian Agama, Sesuai dengan data tersebut diatas maka secara formal (yang tercatat), keberadaan Kantor Kementerian Agama Kab. Madiun ada pada tahun 1971. Namun menurut beberapa sumber (informasi) yang dianggap sebagai pelaku

sejarah, keberadaan Kementerian Agama di Kab. Madiun konon cikal bakalnya berasal dari gabungan Kantor Kementerian Agama Kodya dan Kabupaten, yang tempatnya berpindah pindah dan Namanya berganti ganti.

Pada saat berkantor di Masjid Baitul Hakim barat alon-alon bernama Dinas Urusan Agama Islam (DIN URAIS), tempat ini disinyalir sebagai awal mula berdirinya Kementerian Agama di Madiun. Kemudian pada tahun 1967 berubah lagi menjadi Perwakilan Departemen Agama (PERDEPAG) yang bertempat di Jl. Kolonel Marhadi. Dan setelah pergantian nama tersebut ternyata berubah lagi menjadi Dinas Pendidikan Agama (DIPENDA). Sedangkan berpisahnya Kantor Kementerian Agama Kodya dan Kabupaten ditandai dengan upaya membangun gedung (kantor) masing-masing yaitu Depag Kabupaten di Jalan Salak Ill No. 26 dan kandepag Kodya di Jl. Mayjen Panjaitan Madiun dengan menggunakan dana infaq dari seluruh pegawai dan masyarakat.

Sejak keluarnya Peraturan Presiden RI No. 47 Tahun 2009 tentang Pembentukan dan Organisasi Kementerian Negara dan penetapan Peraturan Menteri Agama RI No. 1 Tahun 2010 tentang Perubahan Penyebutan Departemen Agama Menjadi Kementerian Agama. Seluruh satuan kerja di lingkungan Kementerian Agama agar melakukan penyesuaian terhadap perubahan penyebutan tersebut, seperti logo, lencana badge, kop surat, stempel, papan nama dan kelengkapan dinas dan lainnya

maka secara otomatis nama Kantor Departemen Agama Kabupaten Madiun berubah menjadi Kantor Kementerian Agama Kabupaten Madiun.

Dengan adanya Peraturan Pemerintah Nomor 52 tahun 2010 tentang pemindahan Ibu Kota Kabupaten Madiun dari wilayah Kota Madiun ke Wilayah Kecamata Mejayan Kabupaten Madiun, maka Kantor Kementeraian Agama Kabupaten Madiun sebagai instansi vertikal yang saat itu masih berada di wilayah kota Madiun harus menyesuaikan dengan regulasi pemerintah pusat yang diteruskan dengan surat Bupati Madiun Nomor: 135.7/370/402.011/2010, tanggal 20 Juli 2010, tentang himbauan pemindahan kantor kementerian agama kabupaten Madiun, dan pada APBN tahun 2011 kantor kementerian agama kabupaten Madiun mendapat anggaran pengadaan tanah dan pada APBN tahun 2012 mendapat anggaran untuk pembangunan gedung dengan 3 tahap mulai tahun 2012 s.d. 2014.

Pada tanggal 17 April 2014 gedung baru telah diresmikan untuk penggunaannya maka seluruh kegiatan dinas dipindahkan dari kantor lama di jalan III nomor 26 kota Madiun ke gedung kantor baru di jalan Panglima Sudirman nomor 5 Mejayan Caruban. Kantor inilah yang sampai saat ini masih digunakan untuk melaksakan tugas-tugas pemerintahan dan aktifitas keumatan, yang sudah mengalami berbagai perubahan stuktur dan paradigma baru.¹

¹ Website Kementerian Agama Kab. Madiun, dalam https://madiun.kemenag.go.id/# (diakses pada tanggal 15 Mei 2019, jam 12.00).

Daftar kepala kantor kementerian agama kabupaten Madiun mulai tahun 1971 sampai tahun 2019 terdapat 17 orang kepala kantor, untuk daftar kepala kantor kementerian agama kabupaten Madiun terdapat dalam tabel sebagai berikut:

NO	NAMA	PERIODE TAHUN
1	H.A. Abdul Madjid	1971-1972
2	Hadi Sutrisno	1972-1973
3	R.M. Gatot Prawirodigdo	1973-1975
4	Drs. H. Chusni Waluyo	1975-1984
5	Drs. H. Ilyas	1984-1988
6	H. Suwoto	1988-1992
7	H. Mardjoko	1992-1993
8	Drs. H. Qowaid	1993-1995
9	Drs. H. Maeran Asyik	1995-1999
10	Drs. H. Syamsuddin	1999-2000
11	Drs. H. A. Setyadjid, SH	2000-2004
12	Drs. H. Ichsanuddin, M.Ag	2004-2007
13	Drs. H. Sofyan Djauhari	2007-2011
14	Drs. H. Hafidz, M.Si	2011-2016
15	Drs. H.M. Sakur, M.Si	2016-2017
16	Drs. H. Taufiq, M.M	2017-2019
17.	Drs. Akhmad Sururi, M.Pd	2019-Sekarang

2. Visi dan Misi Kementerian Agama Kabupaten Madiun

a. Visi

Terwujudnya Masyarakat Indonesia Yang Taat Beragama, Rukun, Cerdas, Dan Sejahtera Lahir Batin Dalam Rangka Mewujudkan Indonesia Yang Berdaulat, Mandiri Dan Berkepribadian Berlandaskan Gotong Royong.²

b. Misi³

- 1) Meningkatkan pemahaman dan pengamalan ajaran agama.
- 2) Memantapkan kerukunan intra dan antar umat beragama.
- 3) Menyediakan pelayanan kehidupan beragama yang merata dan berkualitas.
- 4) Meningkatkan pemanfaatan dan kualitas pengelolaan potensi ekonomi keagamaan.
- 5) Mewujudkan penyelenggaraan ibadah haji dan umrah yang berkualitas dan akuntabel.
- 6) Meningkatkan akses dan kualitas pendidikan umum berciri agama, pendidikan agama pada satuan pendidikan umum, dan pendidikan keagamaan.
- 7) Mewujudkan tata kelola pemerintahan yang bersih, akuntabel, dan terpercaya.

² Website Kementerian Agama Kab. Madiun, dalam https://madiun.kemenag.go.id/# (diakses pada tanggal 15 Mei 2019, jam 12.00).

³ Ibid.,



3. Struktur Organisasi Kementerian Agama Kabupaten Madiun

Gambar 2.1

B. Persepsi Aparatur Sipil Negara Pra Purna Kementerian Agama Kabupaten Madiun Pada Penggunaan Produk Pembiayaan Pensiun Di Bank Syariah

Berdasarkan Keputusan Menteri Agama (KMA) Nomor 373 Tahun 2002

Kantor kementerian agama yang terletak di jalan Panglima Sudirman No.5 Mejayan Madiun merupakan lembaga pemerintah yang mengurusi urusan pemerintahan di bidang agama untuk membantu presiden dalam menyelenggarakan pemerintahan negara. Dalam menjalankan tugas-tugasnya seluruh pegawai harus taat pada peraturan yang ada. Terlihat saat peneliti melakukan penelitian para pegawai terlihat sangat disiplin, ramah dan juga sigap dalam menjalankan tugas-tugasnya. Dengan bekerja di suatu kementerian yang mengurusi masalah agama maka, secara tidak langsung para pegawai kementerian agama akan lebih

banyak mengetahui tentang syariat Islam. Dengan pengetahuan yang mereka miliki tersebut, maka mereka akan berusaha menerapkannya dalam kehidupan mereka. Seperti halnya dalam hal menabung, berinvestasi ataupun transaksi perbankan lainnya seharusnya banyak dari mereka para pegawai yang menggunakan jasa bank syariah dalam semua kegiatan transaksinya. Setiap pegawai memiliki persepsi yang berbeda mengenai perbankan syariah. Sehingga hal tersebut yang membuat para pegawai ada yang menggunakan jasa bank syariah dan ada juga yang tidak menggunakan bank syariah sama sekali.

Persepsi merupakan sebuah proses pengamatan hingga terbentuk tanggapan yang terjadi dalam diri individu sehingga individu tersebut mengatur dan menginterpretasikan kesan-kesan sensoris mereka guna memberikan arti bagi lingkungan mereka. Pembentukan persepsi akan memberikan dampak terhadap kemajuan bank syariah juga akan mendorong masyarakat untuk dapat menggunakan jasa bank syariah sebagai lembaga keuangan. Lembaga keuangan syariah yang menawarkan produk pembiayaan pensiun dirasa belum memenuhi kebutuhan para aparatur sipil negara pra purna sehingga belum muncul kepuasan dalam menggunakan produk pembiayaan tersebut.

Seperti yang diungkapkan oleh Ambarini, S.E selaku staf bagian umum. Produk pembiayaan pensiun secara keseluruhan belum memenuhi dari kebutuhan aparatur sipil negara pra purna, masih banyak produk perbankan syariah yang hanya menyalin dari produk bank konvensional,

produk pembiayaan pensiun yang ditawarkan belum memiliki karakteristik sebagai produk perbankan syariah, sehingga terkesan monoton produknya tersebut. Begitu terasa bahwa produk pembiayaan pensiun di bank syariah dengan produk pensiun di bank konvensional yang menjadi pembeda hanyalah pada penggunaan akad dalam setiap penjualan produk tersebut. Padahal secara praktek penerapan akad tersebut kadangkala masih belum dilakukan sesuai dengan syariah. Begitu pula yang diungkapkan oleh Drs. Hasyim, M. Pd.I selaku pengawas Pendidikan Agama Islam (PAI). Saat ini keberadaan produk pembiayaan pensiun perbankan syariah belum dirasakan memuaskan. Hal ini dikarenakan produk pembiayaan pensiun ini belum menawarkan alternatif pilihan yang banyak sehingga belum banyak alternatif pilihan bagi aparatur sipil negara pra purna dalam bertransaksi perbankan, berbeda dengan bank konvensional seperti bank Mandiri, produk bank tersebut memang dibutuhkan oleh aparatur sipil negara pra purna. Produk pembiayaan di bank syariah belum memiliki variasi produk sesuai kebutuhan, inovasi produk di bank syariah masih sangat kurang.⁵ Kemudian pendapat yang lain diungkapkan oleh Drs. Choyyumi selaku pengawas. Kehadiran pembiayaan pensiun di bank syariah belum dirasa cukup memuaskan. Hal ini dikarenakan penetapan margin yang sering berubah-ubah sehingga cukup memberatkan dalam melakukan angsuran. Selain itu pembiayaan pensiun ini belum mampu memenuhi kebutuhan mendesak aparatur sipil negara pra purna .

^{4 &}quot;Ambarini, Wawancara, 11 Juni 2019"

⁵ "Hasyim, Wawancara, 11 Juni 2019"

Sehingga kehadiran produk pembiayaan pensiun ini belum mampu memberikan nilai benefit yang terasa di kalangan aparatur sipil negara pra purna.⁶

Berdasarkan hasil pemaparan narasumber diatas, dapat diketahui bahwa persepsi aparatur sipil negara pra purna pada penggunaan produk pembiayaan pensiun masih dirasa belum memuaskan. Dimana produk pembiayaan pensiun di bank syariah masih belum memberikan nilai manfaat atau nilai keuntungan bagi penggunanya dan produk memiliki kemiripan bahkan hampir sama dengan bank konvensional. Sehingga hal ini menjadikan salah satu penyebab para aparatur sipil negara pra purna kementerian agama kabupaten Madiun belum semuanya menggunakan produk perbankan syariah. Selain itu untuk produk pembiayaan pensiun di bank syariah tersebut pada nilai keuntungan yang diterima aparatur sipil negara pra purna kementerian agama kabupaten Madiun masih kalah apabila dibandingkan dengan produk bank konvensional, bahkan produk bank konvensional malah lebih variatif dan kompetitif sehingga membuat aparatur sipil negara pra purna kementerian agama kabupaten Madiun memiliki banyak alternatif pemilihan produk tersebut.

Dalam suatu penciptaan produk yang kompetitif maka didalamnya terdapat elemen *price* (harga) yang terjangkau sehingga mampu diterima oleh konsumen atau nasabah. Dalam produk pembiayaan pensiun ini harga yang dimaksudkan adalah mengenai biaya-biaya adminsitrasi dan biaya

6 "Choyyumi, *Wawancara*, 11 Juni 2019"

bulanan yang dikenakan kepada konsumen. Perbankan syariah dalam menawarkan produk pembiyaan pensiun masih terhitung menggunakan harga yang mahal sehingga belum mampu memuaskan konsumen yang memakainya. Seperti yang diungkapkan oleh Drs. Muhamat Basid selaku pengawas. Dalam pembiayaan pensiun di bank syariah dikenakan biaya yang masih mahal. Tidak hanya pada pembiayaan pensiun saja tapi hampir semua pembiayaan di bank syariah masih dikenakan biaya yang mahal. Seharusnya bank syariah dalam menetapkan biaya berdasarkan pada perhitungan bagi hasil yang diperoleh dari produktif yang dimiliki nasabah, sehingga hal ini mampu menjadi pembeda antara bank syariah dengan bank konvensional.⁷ Begitu pula yang diungkapkan oleh Drs. Tawwabin, M.Si selaku pengawas. Biaya yang dikenakan di bank syariah memang murah dimana hanya pada produk tabungan saja tidak ada potongannya. Tetapi ketika melakukan pembiayaan pensiun biaya yang ditetapkan dari pihak bank syariah terhitung mahal. Sehingga penggunaan bank syariah hanya untuk tabungan jangka panjang namun untuk melakukan pembiayaan masih harus fikir-fikir lagi.8 Sedangkan yang diungkapkan oleh Asikun Nasit, SH.MH selaku kepala kepegawaian. Bank syariah dalam menetapkan biaya di setiap produknya selalu cenderung lebih mahal. Hal ini terlihat dari penetapan biaya-biaya yang seringkali terdapat banyak tambahan yang dirasa kurang masuk akal.⁹

⁷ "Muhammat Basid, Wawancara, 11 Juni 2019"

^{8 &}quot;Tawwabin, Wawancara, 11 Juni 2019"

⁹ "Asikun Nasit, Wawancara, 11 Juni 2019"

Berdasarkan hasil pemaparan narasumber diatas, dapat dikemukakan bahwa aparatur sipil negara pra purna memiliki pandangan mahal terhadap semua produk pembiayaan di bank syariah. Sehingga itu menjadi bahan pertimbangan aparatur sipil negara pra purna untuk menggunakan bank syariah.

Penentuan lokasi bank syariah yang masih sulit dijangkau, dimana persebaran kantornya belum banyak diketahui nasabah sehingga nasabah merasa kesulitan dalam berurusan dengan bank syariah ataupun dalam mencari keberadaan bank syariah. Hal ini diungkapkan oleh Drs. Tawwabin, M. Si selaku pengawas. Keberadaan bank syariah masih sulit di jangkau, belum tersebarnya kantor-kantor cabang di setiap pusat keramaian. Sehingga dari akses yang sulit ini kehadiran bank syariah sendiri belum bisa dirasakan oleh masyarakat pada umumnya termasuk aparatur sipil negara pra purna. ¹⁰ Pendapat lain diungkapkan oleh Drs. Mukhlis selaku pengawas. Lokasi kantor bank syariah lumayan jauh, mungkin karena memang persebaran jaringan kantor bank syariah tidak seluas seperti bank konvensional.¹¹ Begitu pula juga diungkapkan oleh Suprapto, S.sos selaku pengawas. Belum umumnya persebaran keberadaan bank syariah masih belum merata khususnya di daerah sekitaran kantor kementerian agama kabupaten Madiun ini. Padahal secara letak kantor kementerian agama ini berada di kota Caruban yang semakin padat industri harusnya hal ini menjadikan bahan pertimbangan perbankan

^{10 &}quot;Tawwabin, Wawancara, 11 Juni 2019"

^{11 &}quot;Mukhlis, Wawancara, 11 Juni 2019"

syariah untuk menetapkan kantor cabangnya di daerah ini. Sehingga untuk transaksi setiap harinya seperti penarikan uang di ATM, transfer uang ataupun jual beli online saya lebih memilih menggunakan bank konvensional dikarenakan bank konvensional lebih gampang di temui dan mudah jangkauannya.¹²

Berdasarkan pemaparan narasumber di atas, dapat diketahui bahwa jaringan kantor bank syariah masih belum tersebar di setiap daerah. Masih sulitnya akses lokasi bank syariah untuk dijangkau. Sehingga kemudahan dalam mengakakses bank syariah belum dirasakan aparatur sipil negara pra purna kementerian agama kabupaten Madiun. Sehingga dari keberadaan lokasi bank syariah yang masih sulit untuk diakses maka, kegiatan promosi merupakan hal yang sudah seharusnya menjadi kegiatan yang harus dilakukan dengan totalitas. Dimana dari segi intensitasnya kegiatan promosi sangat dianjurkan untuk dilakukan sesering mungkin agar nasabah lebih mengenal produk yang ditawarkan. Selain itu kegiatan promosi yang dilakukan tetap mengutamakan nilai-nilai syariah yang keuntungannya membawa kebaikan bagi nasabah itu sendiri. Sehingga dengan mengutamakan promosi yang berisi nilai-nilai syariah tersebut menjadi pertimbangan nasabah menggunakan produk pembiayaan pensiun yang ditawarkan bank syariah tersebut. Selain itu pemilihan penggunaan media-media promosi yang tepat dan kreatif yang mampu menarik minat nasabah terhadap bank syariah.

^{12 &}quot;Suprapto, Wawancara, 11 Juni 2019"

Hal ini serupa yang diungkapkan Muchtar Yatim, S.sos, selaku pengawas. Dalam melakukan promosi seringkali bank syariah tidak terlalu menyampaikan point tentang keuntungan yang benar-benar nyata dalam menggunakan pembiayaan pensiun tersebut. Sehingga hal ini belum memberikan perubahan pada persepsi aparatur sipil negara pra purna dalam menggunakan pembiayaan pensiun di bank syariah. Hal ini serupa dengan yang diungkapkan oleh Ambarini, S.E selaku staf bagian umum. Saat ini rata-rata aparatur sipil negara pra purna mendapatkan informasi tentang bank syariah hanya dari media sosial saja itu pun jika aparatur sipil negara pra purna yang aktif dengan media sosial yang mungkin bisa mengakses informasi tentang bank syariah sehingga dirasa masih belum efektif dan efisien. Sedangkan pesan yang disampaikan masih belum jelas dan nilai-nilai syariahnya tidak diutamakan, sehingga sosialisasi yang disampaikan lebih pada produknya.

Seperti yang diungkapkan oleh Muh Rusdi, S.Pd.I selaku pengawas madrasah. Promosi dalam memasarkan produk kurang maksimal, kegiatan promosi kebanyakan menggunakan sosial media sehingga dikarenakan intensitas penggunaan sosial media yang jarang maka, hal ini tidak bisa sampai kepada nasabah khusunya nasabah yang tidak mengikuti perkembangan sosial media seperti saat ini. Selain itu pihak bank syariah pun juga jarang terjun langsung ke lapangan semisal melakukan promosi ke kantor kemenag pun juga jarang malah tidak

^{13 &}quot;Muchtar Yatim, Wawancara, 11 Juni 2019"

^{14 &}quot;Ambarini, Wawancara, 11 Juni 2019"

pernah ditemui justru yang sering melakukan promosi di kantor kementerian agama disini itu pihak dari bank konvensional sendiri. Seperti yang diungkapkan oleh Wahyun Tamma, S. Ag. M. Hi selaku penyelenggara syariah. Dalam mempromosikan produk pembiayaan pensiun ini seharusnya pihak bank lebih memanfaatkan secara maksimal kerjasama dengan lebih banyak pihak pemerintahan dan instansi pemerintahan terkait sehingga produk ini lebih banyak yang menggunakannya dan sosialisasi dapat berlangsung secara tepat sasaran dan menyeluruh sehingga sampai kepada aparatur sipil negara pra purna. Senara penggunakan produk sehingga sampai kepada aparatur sipil negara pra purna.

Dalam pemaparan narasumber di atas, dapat diketahui bahwa kegiatan promosi pada bank syariah hanya sebatas pada menjual produknya saja tanpa memperhatikan nilai-nilai syariah itu sendiri. Selain itu kegiatan promosi yang dilakukan bank syariah masih belum fleksibel dan belum menyeluruh, promosi dilakukan hanya sebatas di media sosial tidak didukung dengan media-media lainnya.

Penyampaian nilai-nilai syariah kepada nasabah tidak hanya pada kegiatan promosi semata. Namun keahlian dalam menarik minat nasabah tentunya ditentukan dari nilai pelayanan yang diberikan bank syariah tersebut. Pelayanan yang baik yang diberikan bank syariah sudah mampu dirasakan oleh nasabah. Penguatan nilai-nilai syariah begitu diutamakan sehingga pelayanan bank syariah mampu diandalkan dan mampu bersaing dengan pelayanan dari bank konvensional. Pelayanan prima, sungguh-

15 "Muh. Rusdi, Wawancara, 11 Juni 2019"

^{16 &}quot;Wahyuntama, Wawancara, 11 Juni 2019"

sungguh dengan sepenuh hati yang diberikan bank syariah cukup mampu menarik minat nasabah menggunakan bank syariah. Hal ini serupa dengan yang diungkapkan oleh Drs. Orbasan Wazir, M.Pd.I selaku Pengawas Pendidikan Madrasah Aliyah (KASI PENDMA). Pada bank syariah pelayanannya sudah baik, ketika masuk bank nasabah langsung disambut dengan salam dan dilayani dengan ramah, sehingga memudahkan nasabah dalam bertanya tentang hal-hal yang tidak dimengerti.¹⁷

Begitu pula yang diungkapkan oleh Muhammad Tafrikhan, S.Ag, M.Si selaku Kepala Seksi Pendidikan Pondok Pesantren (KASI PD PONTREN). Pada bank syariah semua elemen front office seperti satpam, customer service (CS), dan teller melayani dengan sepenuh hati dan bersungguh-sungguh. Pegawainya berbusana rapi dan selalu tampil fresh. Satpam yang selalu membukakan pintu dan selalu menanyakan tentang keperluan nasabah datang ke bank syariah. Sehingga itu benar-benar sangat membantu nasabah terutama mereka-mereka calon nasabah baru yang masih bingung ketika baru pertama kali datang ke bank syariah. ¹⁸ Selanjutnya yang diungkapkan oleh Drs. Mukhlis selaku Pengawas. Pelayanan yang diberikan bank syariah sangatlah baik dan sangat memuaskan. Pada saat melayani nasabah, pegawainya memberikan pelayanan yang cepat sehingga sangatlah efisien dan tidak menyita waktu

¹⁷ "Orbasan Wazir, Wawancara, 11 Juni 2019"

¹⁸ "Muhammad Tafrikhan, Wawancara, 11 Juni 2019"

yang banyak. Ketika memberikan penjelasan kepada nasabah sangat cepat tetapi juga jelas sehingga masih bisa dengan mudah dimengerti. 19

Berdasarkan hasil pemaparan narasumber diatas, maka diketahui bahwa pelayanan yang diberikan bank syariah saat ini masih dinilai baik dan sesuai dengan prinsip syariah, sehingga pelayanan bank syariah masih bisa diandalkan dibandingkan dengan pelayanan bank konvensional. Malahan pelayanan bank syariah jauh lebih baik daripada bank konvensional.

Akses penunjang pelayanan yang baik haruslah didukung juga dengan adanya sarana fisik yang mumpuni. Dimana bangunan-bangunan kantor syariah yang sudah mampu menunjukkan identitas syariah dengan adanya logo syariah. Sehingga hal ini mampu mempermudah nasabah untuk menemukan bank syariah. Selain itu penggunaan atribut ataupun ornamen-ornamen syariah yang mampu menunjukkan identitas syariah yang tetap terjaga.

Hal ini serupa dengan yang diungkapkan oleh Ambarini, S.E selaku staf bagian umum. Saat ini kantor bank syariah tidak terlalu sulit ditemukan. Sudah ada bangunan fisik kantor bank syariah yang jelas dan mudah ditemukan dengan adanya pencantuman sign syariah dan logo Ib untuk seluruh kantor yang bisa melayani transaksi syariah.²⁰ Seperti yang diungkapkan oleh Drs. Tawwabin, M.Si selaku pengawas. Bank syariah saat ini sudah memadai dan layak baik dari tampilan maupun dari

^{19 &}quot;Mukhlis, Wawancara, 11 Juni 2019"

²⁰ "Ambarini, Wawancara, 11 Juni 2019"

atributnya. Kantor bank syariah tidak perlu menggunakan ornamen ataupun atribut Timur Tengah sebagai identitas bank syariah, tetapi lebih pada kesan yang diberikan harus bernuansa syariah, sehingga lebih mengena kepada nasabah.²¹ Selain itu yang diungkapkan oleh Asikun Nasit, SH.MH selaku kepala kepegawaian. Keadaan fisik bank syariah sudah memadai sehingga dirasa mampu bersaing dengan bank konvensional. Namun hal ini belum menjadikan ketertarikan dikarenakan bangunan fisik yang memadai belum tentu menentukan suatu kualitas bank itu sendiri sehingga hal ini diharapkan bahwa bank syariah tidak hanya menjual produk dari segi keadaan fisik semata namun lebih pada kemanfaatan nilai produk itu sendiri.²²

Berdasarkan hasil pemaparan narasumber di atas, diketahui bahwa perbankan syariah lebih menjual pada keadaan fisik bangunan untuk mampu mempengaruhi sikap aparatur sipil negara pra purna dalam memilih bank syariah. Bank syariah belum mampu menjual konsep dan produk yang memang dibutuhkan aparatur sipil negara pra purna tentunya secara syariah. Sehingga nilai manfaat dari suatu produk belum didapatkan.

Perbankan syariah dalam menjual produk pembiayaan syariah tidak terlepas dari semua proses yang harus dilakukan. Seringkali proses yang ada di perbankan syariah masih berbelit-belit. Apalagi proses pengajuan pembiayaan pensiun yang masih dirasakan sulit. Padahal setiap

²¹ "Tawwabin, Wawancara, 11 Juni 2019"

²² "Asikun Nasit, Wawancara, 11 Juni 2019"

nasabah yang mengajukan pembiayaan adalah mereka-mereka yang membutuhkan dana cepat dan tentunya mereka menginginkan proses yang cepat. Sehingga dari proses yang cepat ini mampu menarik minat nasabah menggunakan pembiayaan pensiun. Dimana harusnya proses yang cepat mampu menjadi daya tarik ataupun daya saing dengan bank konvensional. Hal ini seperti yang diungkapkan oleh Drs. Choyyumi selaku pengawas. Pada pembiayaan pensiun di bank syariah proses pengajuannya dipersulit. Padahal semua persyaratan sudah dipenuhi dan tentunya nasabah membutuhkan dana cepat. Tetapi pihak bank malah mengulur-ulur kesannya justru mempersulit. Walaupun pembiayaan yang diajukan diterima bank syariah tetapi prosesnya memang begitu lama. Sehingga proses di bank konvensional jauh lebih baik dibandingkan dengan bank syariah. sehingga hal ini belum sesuai dengan harapan aparatur sipil negara pra purna.²³

Seperti yang diungkapkan oleh Suprapto, S.Sos selaku pengawas. Rumitnya skim pembiayaan di bank syariah menjadikan adanya keraguan dalam melakukan pembiayaan di bank syariah. Adanya survei kelayakan yang sangat rumit sehingga memperlambat proses pembiayaan disetujui. Sehingga pembiayaan di bank syariah memakan banyak waktu. ²⁴ Begitu pula yang diungkapkan oleh Drs. Orbasan Wazir, M.Pd.I selaku kepala seksi Pengawas Pendidikan Madrasah Aliyah (KASI PENDMA). Persaingan di dunia perbankan sangatlah maju, sehingga untuk bisa

²³ "Choyyumi, Wawancara, 11 Juni 2019"

²⁴ "Suprapto, Wawancara, 11 Juni 2019"

bersaing dengan bank konvensional maka bank syariah harus berani berinvestasi di bidang teknologi perbankan. Sehingga dengan teknologi yang semakin canggih diharapkan semua proses dari pembiayaan dapat dikendalikan dengan teknologi sehingga hal ini mampu meminimalisir waktu supaya proses pembiayaan dapat berjalan dengan cepat dan mampu memenuhi kebutuhan aparatur sipil negara pra purna.²⁵

Berdasarkan hasil pemaparan narasumber di atas, dapat diketahui bahwa bagi aparatur sipil negara pra purna proses pembiayaan di bank syariah masih sangat rumit dan memerlukan waktu yang lama sehingga penggunaan teknologi perbankan yang canggih diharapkan mampu mengatasi permasalahan yang berkaitan dengan lamanya proses pembiayaan di bank syariah.

C. Faktor-Faktor Yang Melatarbelakangi Keputusan Aparatur Sipil Negara Pra Purna dalam Produk Pembiayaan Pensiun Di Bank Syariah

Faktor-faktor yang melatarbelakangi keputusan aparatur sipil negara pra purna dalam produk pembiayaan pensiun di bank syariah merupakan suatu hal yang harus diperhatikan agar mampu menentukan langkah jitu dalam menerapkan strategi dalam pengembangan produk pembiayaan pensiun di bank syariah. Sehingga diharapkan produk dapat diterima dan digunakan oleh aparatur sipil negara pra purna kementerian agama kabupaten Madiun secara maksimal. Keputusan yang diambil akan

²⁵ "Orbasan Wazir, *Wawancara*, 11 Juni 2019"

menggiring pada persepsi aparatur sipil negara pra purna. Sehingga persepsi dibentuk dengan baik agar mampu mamberikan dampak positif bagi perkembangan dan kemajuan bank syariah. Selain itu dengan pembentukan persepsi juga akan mendorong laju pertumbuhan ekonomi berjalan dan masyarakat dapat mempercayakan pengelolaan keuangannya dengan melakukan pembiayaan pada bank syariah.

Pembentukan persepsi akan memberikan dampak terhadap kemajuan bank syariah juga akan mendorong masyarakat untuk dapat menggunakan jasa bank syariah sebagai lembaga keuangan. Persepsi dirasakan sangat penting, karena persepsi adalah sebuah proses pengamatan dan terbentuk tanggapan yang terjadi dalam diri individu sehingga individu tersebut mengatur dan menginterpretasikan kesan-kesan sensoris mereka guna memberikan arti bagi lingkungan mereka.

Faktor budaya menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi aparatur sipil negara pra purna pada penggunaan produk pembiayaan pensiun di bank syariah. Budaya merupakan hal mendasar dalam pembentukan norma-norma yang dimiliki oleh setiap individu yang mendorong pada keinginan dan perilakunya sebagai seorang konsumen. Budaya dalam lingkungan kerja setiap individu pastinya berbeda-beda tergantung dimana lingkungan ia bekerja. Seperti halnya di lingkungan kementerian agama kabupaten Madiun budaya yang terbangun di dalamnya yaitu dimana setiap semua pegawainya sudah secara otomatis adanya penyeragaman rekening hal ini dilakukan semata-mata untuk

memudahkan dalam penerimaan gaji. Pada kantor kementerian agama kabupaten Madiun ini semua pegawai diseragamkan dengan menggunakan rekening bank konvensional. Sehingga hal ini menjadikan penggunaan bank konvensional lebih maksimal jika dibandingkan dengan penggunaan bank syariah yang masih belum merata dan hanya sebagian saja. Selain itu dengan adanya budaya penyeragaman rekening ini dirasa menjadikan pegawai terbiasa dengan bank konvensional yang sudah dari awal ditunjuk untuk penerimaan gaji tersebut. Namun ada juga aparatur sipil negara pra purna yang menggunakan bank syariah berangkat dari keyakinan menjalankan agama secara sepenuhnya.

Hal ini ser<mark>upa dengan yang diungkap</mark>kan oleh Drs. Choyyumi selaku pengawas. Kepemilikan rekening di bank syariah hanya sebagai syarat untuk mela<mark>kukan pembiayaan pensiun</mark> saja, sedangkan semua transaksi seperti menabung, penarikan ATM, dll melalui bank konvensional hal itu dikarenakan gaji yang diterima itu pun juga melalui bank konvensional. Sehingga jika harus menggunakan 100% bank syariah masih dirasa belum fleksibel.²⁶ Begitu pula sejalan dengan yang diungkapkan oleh Muhammad Tafrikhan, S.Ag, M.Si selaku kepala seksi pendidikan pondok pesantren. Membuka rekening di bank syariah hanya digunakan menabung dalam hal sedangkan penggunaan konvensional menjadi suatu kewajiban dikarenakan penerimaan gaji dari

²⁶ "Muchtar Yatim, Wawancara, 11 Juni 2019"

kantor melalui bank konvensional (BNI).²⁷ Begitu pula yang diungkapkan oleh Drs. Orbasan Wazir, M.Pd.I selaku kepala seksi pendidikan. Penggunaaan bank konvensional karena gaji yang diterima melalui bank konvensional dan penggunaannya hanya sebatas menerima gaji saja selain itu semuanya dialihkan ke bank syariah sehingga semua transaksi seperti menabung, penarikan ATM, pembiayaan kesemuanya itu menggunakan bank syariah. Berangkat dari keyakinan ingin menjalankan agama secara sepenuhnya maka hal ini mendorong pada penggunaaan bank syariah secara totalitas.²⁸

Berdasarkan hasil pemaparan narasumber diatas, maka dapat diketahui bahwa aparatur sipil negara pra purna kementerian agama kabupaten Madiun sudah terbiasa dengan bank yang sudah mereka gunakan dari awal sampai sekarang. Selain itu instansi dimana mereka bekerja mengharuskan juga membuka rekening di bank yang sudah ditunjuk untuk penyamaan rekening dan mempermudah dalam penarikan gaji. Sehingga faktor budaya inilah yang menjadi kebiasaan aparatur sipil negara pra purna dengan bank yang sudah ditentukan oleh instansi tempat bekerjanya.

Selama aparatur sipil negara pra purna bekerja maka sudah seharusnya menaati semua peraturan instansi yang sudah ditentukan. Sehingga semua budaya yang ada dilingkungan kerja lambat laun akan menjadikan kebiasaan bagi pegawai yang bekerja. Namun tidak dapat

²⁷ "Muhammad Tafrikhan, Wawancara, 11 Juni 2019"

²⁸ "Orbasan Wazir, Wawancara, 11 Juni 2019"

dipungkiri jika faktor sosial terutamanya keluarga ataupun kerabat dekat mampu mempengaruhi keputusan seseorang dalam memilih suatu hal. Dimana keluarga merupakan elemen paling penting pada organisasi pembelian dalam masyarakat. Sehingga peran keluarga ataupun orang-orang terdekat mampu mempengaruhi keputusan seseorang. Dimana dengan adanya kerabat ataupun keluarga maka informasi-informasi mengenai sesuatu yang dianggap masih baru dengan adanya kerabat maka akan ada pertukaran informasi bahkan mampu mempengaruhi keputusan untuk memilih ataupun tidak memilih.

Hal ini serupa dengan yang diungkapkan oleh Wahyuntama, S.Ag, M.Hi selaku penyelenggara syariah. Rasa tertarik terhadap bank syariah dikarenakan mengetahui informasi tentang pembiayaan pensiun dari kakak yang sudah dulu menggunakan pembiayaan pensiun tersebut, sehingga dari informasi yang didapatkan dari kerabat ini menjadikan adanya pengaruh yang baik dan ketertarikan untuk menggunakan pembiayaan pensiun di bank syariah.²⁹ begitu pula dengan yang diungkapkan oleh Suprapto, S.sos selaku staf pendidikan madrasah. Rasa ketertarikan terhadap bank syariah khususnya pembiayaan pensiun ini karena dorongan dari teman-teman sekantor yang sudah lebih dulu menggunakan pembiayaan pensiun. Makanya dari informasi yang didapatkan ini mendorong untuk menggunakan pembiayaan pensiun di bank syariah.³⁰ Hal ini serupa juga yang diungkapkan oleh Muh. Rusdi, S.Pd.I selaku

_

²⁹ "Wahyuntama, Wawancara, 11 Juni 2019"

^{30 &}quot;Suprapto, Wawancara, 11 Juni 2019"

pengawas madrasah. Penyampaian informasi yang didapatkan terkait bank syariah melalui mulut ke mulut teman-teman sekantor yang sudah mengetahui terlebih dulu, sehingga muncullah ketertarikan untuk lebih mengenal dan bahkan mungkin menggunakan bank syariah.³¹

Berdasarkan hasil pemaparan narasumber di atas, dapat diketahui bahwa Faktor sosial yang timbul dengan adanya dorongan dari lingkungan sekitar (keluarga, teman, atasan, dll). Dorongan ini dapat berupa rangsangan ataupun informasi-informasi yang diterima sehingga hal ini mampu mempengaruhi aparatur sipil negara pra purna untuk menggunakan pembiayaan pensiun di bank syariah.

Saat ini perkembangan teknologi di dunia industri perbankan syariah sudah sangat canggih dan berkembang pesat. Dengan adanya teknologi yang canggih ini akan berdampak pada pelayanan yang cepat, penyampaian informasi yang akurat dan menyeluruh. Selain itu dengan adanya teknologi yang canggih maka hal ini akan menjadikan perkembangan perbankan syariah akan mampu bersaing dengan perbankan konvensional dan mampu untuk diandalkan. Namun kecanggihan teknologi yang digunakan perbankan syariah ini belum tersosialisasikan kepada masyarakat sehingga sudah tentu hal ini belum mampu menarik minat masyarakat. Hal ini serupa dengan yang diungkapkan oleh Asikun Nasit, SH.MH selaku kepala kantor kepegawaian. Saat ini teknologi yang digunakan di perbankan syariah sudah cukup canggih, bahkan sudah

³¹ "Muh. Rusdi, Wawancara, 11 Juni 2019"

memadai terhitung hampir sama dengan bank konvensional, hanya saja informasi terkait kecanggihan teknologi ini belum tersosialisasikan dengan baik sehingga belum tersampaikan kepada masyarakat. Begitu pula yang diungkapkan oleh Muhammad Tafrikhan, S.Ag, M.Si selaku kepala seksi pendidikan pondok pesantren (KASI PD PONTREN). Bank syariah telah menggunakan teknologi perbankan yang canggih dan memadai sehingga sudah mampu bersaing dengan bank konvensional, namun karena belum banyak masyarakat yang mengetahui kecanggihan penggunaan teknologi pada bank syariah sehingga persepsi masyarakat masih menganggap bank syariah masih ketinggalan dalam penggunaan teknologi perbankannya tersebut. Kemudian yang diungkapkan oleh Muchtar Yatim, S.sos selaku staf pendidikan madrasah. Penggunaan teknologi perbankan syariah sudah canggih, hanya saja dalam bukti-bukti kecanggihan teknologi yang digunakan tersebut belum banyak diketahui masyarakat sehingga hal ini belum mampu menarik minat menggunakan bank syariah.

Berdasarkan hasil pemaparan narasumber diatas, dapat diketahui bahwa penggunaan teknologi perbankan pada bank syariah sudah memadai dan canggih sehingga hampir sama dengan bank konvensional sehingga mampu bersaing dengan bank konvensional. Namun dikarenakan sosialisasi ataupun promosi yang kurang maksimal hal ini berdampak pada ketidaktahuan masyarakat tentang hal itu sehingga persepsi masyarakat terhadap bank syariah sangatlah minim. Padahal

^{32 &}quot;Asikun Nasit, Wawancara, 11 Juni 2019"

^{33 &}quot;Muhammad Tafrikhan, Wawancara, 11 Juni 2019"

^{34 &}quot;Muchtar Yatim, Wawancara, 11 Juni 2019"

promosi menjadi salah satu strategi pemasaran yang berfungsi untuk menjelaskan produk secara menyeluruh dan luas kepada masyarakat.

Kondisi psikologis berdampak pada kenyamanan, ketenangan, kepuasan bahkan adanya rasa aman dalam hati. Sehingga agar psikologi pada produk yang ditawarkan tersebut mampu membuat tenang ataupun aman bagi aparatur sipil negara pra purna kementerian agama kabupaten Madiun maka produk pembiayaan pensiun menawarkan berbagai alternatif kemudahan baik dari segi pembayaran. Maka hal ini akan memicu adanya kelonggaran psikologi bagi nasabahnya tanpa adanya rasa cemas dalam membayar angsuran. Kemudian dengan berangkat dari keyakinan akan pri<mark>nsip-prinsip syariah yang dig</mark>unakan, yang mana hal ini berdampak juga p<mark>ada ketenangan psikologi aparatur sipil negara pra</mark> purna kementerian agama kabupaten Madiun yang menggunakan bank syariah. hal ini sesuai dengan yang diungkapkan oleh Drs. Orbasan Wazir, M.Pd.i selaku KASI PENDMA. Adanya fasilitas kemudahan dari pembiayaan pensiun yang tidak membebani nasabah sejak awal dengan sistem pembayaran langsung secara otomatis dengan pemotongan gaji. Maka hal ini memberikan kelonggaran psikologis yang diperlukan nasabah untuk dapat berusaha secara tenang dan sungguh-sungguh dalam melakukan kewajiban membayar.³⁵

Begitu pula yang diungkapkan oleh Drs. Chayyumi selaku pengawas. Produk pembiayaan pensiun sudah sesuai dengan prinsip

35 "Suprapto, Wawancara, 11 Juni 2019"

ataupun aturan-aturan syariah sehingga akan lebih terasa bahwa pembiayaan pensiun di bank syariah merupakan pembiayaan yang amanah dan bisa dipertanggung jawabkan hingga membuat hati tenang dalam menggunakan pembiayaan ini.³⁶ Selain itu yang diungkapkan oleh Ambarini, S.E selaku staf bagian umum. Pada dasarnya pengaplikasian pembiayaan pensiun dengan sistem syariah ini belum terlaksana dengan baik. Masih adanya kejanggalan-kejanggalan yang masih dirasa tidak sesuai dengan sistem yang ada. Hal ini memberikan keraguan nasabah dalam melakukan pembiayaan pensiun sehingga menjadikan keresahan dalam hati.³⁷

Berdasarkan hasil pemaparan narasumber diatas, maka dapat diketahui bahwa psikologis yang dimaksud adalah informasi yang masuk melalui alat indera selanjutnya informasi yang diperoleh akan mempengaruhi dan melengkapi usahanya untuk memberikan arti terhadap lingkungan sekitar. Kurangnya informasi yang diperoleh menyebabkan individu tersebut tidak mengenal pembiayaan pensiun. Maka hal ini berakibat pada tidak adanya minat atau tidak ada ketertarikan untuk menggunakan produk tersebut sehingga informan tersebut tidak pernah mencoba dan tidak punya pengalaman terhadap bank syariah.

^{36 &}quot;Choyyumi, Wawancara, 11 Juni 2019"

³⁷ "Ambarini, Wawancara, 11 Juni 2019"

BAB IV

ANALISIS PENGGUNAAN DAN FAKTOR-FAKTOR YANG MELATARBELAKANGI DALAM PEMBIAYAAN PENSIUN DI BANK SYARIAH

A. Analisis Persepsi Aparatur Sipil Negara Pra Purna pada Penggunaan Produk Pembiayaan Pensiun di Bank Syariah

Produk biasanya digunakan untuk dikonsumsi baik untuk kebutuhan rohani maupun jasmani. Untuk memenuhi keinginan dan kebutuhan akan produk, maka konsumen harus mengorbankan sesuatu sebagai balas jasanya, misalnya dengan cara pembelian. Produk pembiayaan pensiun merupakan fasilitas yang disediakan oleh perbankan syariah untuk mengalokasikan dana pensiun yang didapat oleh aparatur sipil negara pra purna yang masa kerjanya kurang dari 5 tahun dengan membayar angsuran melalui pemotongan uang pensiun langsung yang diterima oleh bank setiap bulan dengan menggunakan akad *murabahah* dan *ijarah*.

Tujuan utama bank syariah dalam menciptakan produknya adalah dimana produk tersebut mampu memberikan kepuasan kepada pelanggan baik berupa barang maupun jasa. Perbankan syariah dalam memasarkan produknya kepada nasabah harusnya produk tersebut mampu memberikan manfaat nyata yang dapat dirasakan oleh semua konsumen yang menggunakan produk yang ditawarkan tersebut. Sehingga bank syariah dalam penciptaan produk dan desain produk harus bisa memenuhi kebutuhan nasabahnya. Maka hal ini mampu menggiring nasabah

memiliki persepsi baik terhadap produk tersebut hingga nasabah akan melakukan pembelian terhadap produk di bank syariah.

Pada kenyataannya bahwa persepsi yang dimiliki aparatur sipil negara pra purna kementerian agama kabupaten Madiun pada penggunaan produk pembiayaan pensiun di bank syariah dengan memiliki bahan pertimbangan dalam memilih bank dengan melihat dari segi produk pembiayaan pensiun yang ditawarkan. Produk pembiayaan pensiun yang ditawarkan tersebut masih belum memiliki nilai manfaat atau benefit yang nyata bagi penggunanya. Saat ini produk pembiayaan pensiun yang ditawarkan bank syariah masih memiliki kesamaan dengan produk konvensional hanya saja yang membedakan dari segi kemasan dan namanya saja, sehingga aparatur sipil negara pra purna kementerian agama kabupaten Madiun belum sepenuhnya menggunakan produk pembiayaan pensiun. Penggunaan produk tersebut akan dilakukan apabila produk tersebut mampu memberikan keuntungan yang lebih bila dibandingkan dengan produk di bank konvensional.

Produk pembiayaan pensiun pada perbankan syariah dianggap belum terdapat nilai keuntungan yang memuaskan jika dibandingkan dengan bank konvensional, bahkan aparatur sipil negara pra purna kementerian agama kabupaten Madiun masih beranggapan bahwa produk pada bank konvensional lebih bervariasi dan kompetitif sehingga dengan adanya suguhan produk semacam itu jadi lebih mudah dalam memilih alternatif lain dalam memilih produk di bank syariah.

Selain dari segi produk yang masih belum memuaskan, saat ini praktik yang dilakukan oleh sebagian industri perbankan syariah masih belum sesuai dengan konsep dasar dari bank syariah itu sendiri. Dimana mereka dalam menawarkan produknya seringkali tidak sesuai dengan prosedur-prosedur yang telah ditentukan. Melihat semua persepsi aparatur sipil negara pra purna kementerian agama kabupaten Madiun tersebut maka hal ini dikarenakan faktor sumber daya manusia yang belum memahami bentuk teori dan konsep dari bank syraiah itu sendiri. Sehingga yang terjadi bahwa praktik di lapangan mengarah pada kesamaan antara produk bank syariah dengan produk bank konvensional. Maka kondisi yang seperti ini perlu untuk segera diluruskan sehingga tidak ada persepsi yang salah mengenai praktik bank syariah dengan bank konvensional yang dianggap sama padahal secara teori dan konsep tidaklah sama.

Price (Harga) yang ditetapkan dalam pembiayaan pensiun yaitu semua biaya yang dibebankan kepada nasabah meliputi biaya-biaya administrasi ataupun biaya bulanan. Harga adalah sejumlah uang yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dari barang beserta pelayanannya. Penetapan harga harus di koordinasikan dengan desain produk, distribusi dan penetapan promosi, untuk membentuk program promosi pemasaran yang konsisten dan efektif. Perusahaan sering menetapkan harga terlebih dahulu dan kemudian menjadikannya dasar untuk keputusan bauran pemasaran lainnya pada harga yang akan diterapkan.

Aparatur sipil negara pra purna kementerian agama kabupaten Madiun memiliki persepsi mahal terhadap penetapan harga pada produk pembiayaan pensiun di bank syariah. Sehingga hal ini masih menjadi salah satu bahan pertimbangan bagi aparatur sipil negara pra purna kementerian agama kabupaten Madiun dalam memilih menggunakan perbankan syariah. Namun tidak sedikit dari mereka yang beranggapan pembiayaan pensiun di bank syariah relatif mahal itu umumnya memperoleh informasi dari teman atau rekan kerja. Selain itu terdapat keunggulan dimana bank syariah memiliki sitem bagi hasil yaitu antara pihak pemoda<mark>l dan pihak yang menjal</mark>ankan usaha sama-sama berkontribusi dalam mendapatkan suatu keuntungan untuk menggunakan produk pembiayaan pensiun di bank syariah. Kedua belah pihak sama-sama diuntungkan, selain itu kedua belah pihak akan selalu mendapatkan bagi hasil karena bagi hasil dihitung dari total pendapatan.

Pandangan aparatur sipil negara pra purna kementerian agama kabupaten Madiun terhadap mahalnya penentuan harga pada produk pembiayaan di bank syariah tidak seutuhnya benar, hal ini dikarenakan tidak semuanya biaya-biaya tersebut menjadi keuntungan bank akan tetapi semua biaya-biaya tersebut akan kembali kepada nasabah pengguna pembiayaan tersebut.

Place atau tempat disebut juga lokasi atau saluran distribusi, yaitu berhubungan dengan lokasi bank yang strategis dan cara penyampaian

jasa dapat sampai kepada konsumen. Pada bisnis perbankan *place* merupakan jaringan kantor cabang untuk melakukan pendistribusian produk dan jasa yang ditawarkan. Untuk saat ini jaringan distribusi tidak hanya mengenai jaringan kantor cabang, melainkan jaringan teknologi informasi seperti internet banking, SMS/*m-banking*, *phone banking*, *mobile banking*, serta Anjungan Tunai Mandiri (ATM).

Bank syariah dalam menawarkan produknya lebih memilih menggunakan tipe interaksi dimana konsumen mendatangi bank, sehingga dalam hal ini penentuan lokasi yang strategis menjadi sangat penting. Maka untuk itu idealnya perbankan haruslah memilih lokasi yang berdekatan atau pun lokasi yang strategis dengan instansi terkait, selain itu akses menuju lokasi yang mudah untuk diakses oleh kendaraan umum sehingga memudahkan konsumen mendatangi bank.

Pada kenyataan yang ada saat ini, bahwa bank syariah dalam persebaran jaringan kantornya belum menyebar secara merata dan lokasinya belum bisa dijangkau dengan mudah. Bank syariah harus lebih memperhatikan hal-hal lainnya dalam menentukan lokasi yang strategis, penentuan lahan parkir, dan sarana pendukung lainnya seperti lokasi tersebarnya mesin-mesin ATM secara merata dan luas cakupannya. Meskipun saat ini industri perbankan telah berupaya memberikan kemudahan-kemudahan dalam melakukan transaksi. Selain itu bank syariah juga telah berupaya bersama-sama lebih kompetitif guna meningkatkan mutu kualitas pelayanan yang

memuaskan kepada nasabahnya dengan memberikan kemudahan bagi nasabahnya.

Namun saat ini yang terjadi secara praktik di lapangan bahwa bank syariah belum berani memutuskan langsung untuk terjun membuka jaringan kantor cabang ataupun kantor kas di seluruh wilayah kabupaten ataupun kecamatan, yang mana potensi populasi masyarakat muslim khususnya mayoritas yang beragama Islam berada di daerahdaerah pedesaan. Maka seharusnya bank syariah lebih berani lagi dalam mengambil langkah dan sikap yang tepat untuk menjadi pionir bagi laju roda perekonomian di daerah pedesaan. Hal ini sesuai dengan misi bank syariah didirika<mark>n agar mampu untuk memb</mark>angkitkan ekonomi umat. Selain itu untuk jaringan mesin-mesin ATM penempatan lokasinya belum luas dan merata, sehingga harusnya bank syariah lebih meningkatkan kerjasama dengan supliyer penyedia jasa jaringan ATM agar tidak ada lagi keterbatasan jaringan ATM sehingga tidak menimbulkan beban biaya yang harus dikenakan kepada nasabah, sehingga dari point keterbatasan jaringan ATM tersebut menjadikan kendala tidak kompetitif dalam menjaring minat nasabah menggunakan bank syariah.

Promotion (Promosi) merupakan kegiatan yang biasanya dilakukan melalui iklan dengan menggunakan media sosial, media massa, ataupun televisi. Setiap kegiatan promosi haruslah menggunakan konsep diantaranya, seperti periklanan, penjualan perseorangan,

promosi penjualan, hubungan masyarakat, informasi dari mulut kemulut, serta pemasaran langsung. Promosi adalah salah satu variabel dalam bauran pemasaran yang sangat penting harus dilakukan oleh bank dalam memasarkan produknya kepada nasabah. Selain itu kegiatan promosi tidak hanya sebagai alat komunikasi antara pihak bank dengan nasabah, melainkan juga sebagai alat untuk membujuk ataupun menarik nasabah untuk melakukan pembelian terhadap produk yang ditawarkannya tersebut.

Saat ini kegiatan promosi yang dilakukan bank syariah masih sebatas hanya menjual produk semata dengan meraup keuntungan yang banyak, kegiatan promosi harusnya lebih pada mensosialisasikan dampak penggunaan dari sistem riba terhadap kehidupan ekonomi masyarakat, selain itu dalam kegiatan promosi harusnya lebih memberikan wawasan kepada aparatur sipil negara pra purna mengenai manfaat menggunakan bank syariah yang mampu berimplikasi pada kesejahteraan umat. Sehingga hal ini dapat merubah pola pikir ataupun persepsi aparatur sipil negara pra purna kementerian agama kabupaten Madiun terhadap bank syariah. Selain itu perlu adanya sosialisasi jaringan kantor, dukungan teknologi informasi atau jaringan online yang digunakan bahwa bank syariah memiliki dukungan teknologi yang memadai dan tidak kalah dengan perbankan konvesional.

Kegiatan promosi umumnya dilakukan dengan menggunakan pamplet, brosur, media sosial, media elektronik seperti radio, televisi,

dll. Sehingga pemilihan media promosi yang tepat dan efektif akan mampu mempengaruhi aparatur sipil negara pra purna kementerian agama kabupaten Madiun menggunakan bank syariah. Media yang paling efektif digunakan untuk mensosialisasikan bank syariah kepada masyarakat muslim khususnya selain melalui media cetak dan elektronik sebaiknya bank syariah menggunakan jasa instansi-instansi pemerintah untuk menjalin kerjasama dan berpartisipasi aktif mengenalkan bank syariah kepada masyarakat luas termasuk aparatur sipil negara pra purna di wilayah instansi-instansi terkait. Jadi seharusnya bank syariah perlu bersinergi untuk mensosialisasikan manfaat atau keuntungan, keunggulan, serta perbedaan antara bank syariah dengan bank konvensional kepada para kepala pemerintahan, sehingga para kepala pemerintahan memiliki persepsi yang sama mengenai bank syariah yang dapat diinformasikan kepada masyarakat luas. Selain itu promosi juga dapat dilakukan dari mulut ke mulut sehingga hal ini mampu dirasakan lebih efektif dalam membentuk persepsi masyarakat dalam mengenalkan ataupun mensosialisasikan bank syariah PONOROGO

People (Orang) adalah semua pelaku bisnis keuangan yang memerankan dalam pemasaran produk yang bertujuan untuk mempengaruhi persepsi konsumen untuk melakukan pembelian. Salah satu ciri utama bisnis keuangan adalah dominannya unsur pendekatan pribadi (personal approach) yang dimulai dari front office, back office

sampai kepada tingkat manajerial. Faktor *people* ikut andil dalam membentuk *image* bank syariah itu sendiri, dimana seorang karyawan (*people*) dituntut untuk dapat berlaku professional dalam memberikan layanan terbaik kepada pelanggan, bertutur kata ramah, berpakaian rapi, sopan, dan santun. Dengan pelayanan yang baik yang diberikan bank syariah maka konsumen akan merasa terlayani dengan baik sehingga besar kemungkinan konsumen akan kembali lagi membeli produk yang ditawarkan. Maka hal itu akan mengantarkan bank syariah memiliki *image* yang semakin kuat di masyarakat.

Sumber daya manusia atau karyawan merupakan aset yang dimiliki bank dalam mengembangkan perbankan sesuai dengan tujuannya untuk mencapai keuntungan secara *financial* maupun secara *goodwill*. Semua sikap dan tindakan karyawan bahkan penampilan karyawan dan cara berpakaian sekalipun memiliki pengaruh yang besar terhadap persepsi konsumen dan keberhasilan penyampaian produk yang ditawarkan. Maka dari itu faktor *people* merupakan bagian terpenting dalam membentuk *image* bank di mata nasabah.

Faktor *people* dalam industri perbankan berkaitan dengan pelayanan terhadap nasabah. Saat ini pelayanan yang diberikan bank syariah sudah memuaskan sehingga pelayanan yang diberikan bank syariah sudah mampu bersaing dan bisa diandalkan dari pada dengan bank konvensional. Semua karyawan *front office* melayani nasabah dengan sopan, dan mengenakan busana yang menutup aurat.

Physical evidence (Sarana Fisik) merupakan keadaan nyata yang diamati konsumen sehingga turut andil berperan dalam mempengaruhi keputusan konsumen dalam memilih atau menggunakan produk yang ditawarkan tersebut. Dengan kata lain physical evidence yang unik dan menarik menjadi daya tarik tersendiri bagi konsumen untuk membeli produk yang ditawarkan. Dalam bisnis perbankan physical evidence meliputi sarana fisik berupa gedung kantor, area banking hall, mesinmesin ATM, lahan parkir yang luas dan aman, akses kantor yang strategis mudah dijangkau baik dengan menggunakan kendaraan umum maupun kendaraan pribadi. Dengan gedung kantor yang nyaman dan aman maka akan membentuk persepsi aparatur sipil negara pra purna dalam menggunakan bank syariah, sementara faktor yang lainnya akan diabaikan oleh konsumen.

Namun kondisi saat ini yang terjadi di lapangan bahwa *physical evidence* yang ada di bank syariah lebih diunggulkan, hal ini dilakukan untuk mempengaruhi persepsi aparatur sipil negara pra purna kementerian agama kabupaten Madiun. Namun *feedback* dari aparatur sipil negara pra purna terkait dengan *physical evidence* tidak menjadikan sarana fisik tersebut sebagai dasar memilih bank syariah untuk bertransaksi melainkan yang diutamakan adalah nilai manfaat produk dan akses yang mudah serta jaringan yang luas yang dibutuhkan. Selain itu bank syariah belum bisa menjual konsep dan produk yang memang dibutuhkan aparatur sipil negara pra purna

kementerian agama kabupaten Madiun yang sesuai dengan syariah. Jadi bank syariah harus lebih memperhatikan poin-poin yang lainnya seperti pengenalan produk kepada masyarakat luas serta lebih memberikan akses yang lebih mudah kepada nasabah.

Process (Proses) ini dapat berjalan berkat dukungan karyawan dan tim menejerial yang mengatur semua proses agar tetap berjalan lancar sesuai yang diharapkan. Proses merupakan hal penting yang harus dilakukan juga dalam bauran pemasaran, dimana proses ini di dalamnya meliputi sistem dan prosedur, termasuk persyaratan ataupun ketentuan yang diberlakukan oleh bank syariah terhadap produk yang ditawarkan kepada konsumen. Proses di dalam bank syariah yang berjalan cepat dan akurat akan meningkatkan daya saing suatu industri perbankan sebagai upaya untuk menarik minat konsumen. Sehingga proses penting dilakukan agar dapat teraplikasi yang diwujudkan dalam pelayanan yang baik kepada pelanggan.

Keinginan aparatur sipil negara pra purna kementerian agama kabupaten Madiun terkait proses di bank syariah adalah adanya dukungan terhadap kemajuan teknologi informasi yang dapat digunakan secara online di seluruh jaringan kantor bank syariah serta dapat menggunakan ribuan ATM yang tersebar secara meluas di pusat-pusat keramaian. Sehingga diperlukan adanya sosialisasi baik berupa panduan penggunaan teknologi perbankan seperti brosur tentang penggunaan

ATM maupun pemberian informasi yang terus menerus di setiap kantor cabang syariah.

Namun pada kenyataannya saat ini dalam hal proses pengajuan pembiayaan di bank syariah, aparatur sipil negara pra purna kementerian agama kabupaten Madiun memandang bahwa proses di bank syariah relatif lama dan skim pembiayaan yang rumit sehingga sulit di fahami sehingga seringkali adanya kebingungan yang dialami oleh konsumen. Tentunya hal ini menjadi tantangan bagi praktisi perbankan untuk menyederhanakan prosedur dan proses pembiayaan yang mudah untuk meningkatkan daya saing dengan bank konvensional dengan tetap menggunakan prinsip kehati-hatian sesuai dengan prosedur dalam memberikan pembiayaan. Proses dan prosedur tersebut mampu diatasi dengan sistem pembiayaan berbasis online atau menggunakan score card dalam menganalisa kelayakan dalam melakukan pembiayaan. Pelayanan yang maksimal dan kemajuan teknologi yang digunakan membuktikan adanya semangat dan iktikad untuk maju sehingga akan selalu meningkatkan pelayanan yang memuaskan pada konsumen dan penggunaan teknologi informasi yang memadai dalam mengembangkan industri perbankan syariah di Indonesia.

B. Analisis Faktor-Faktor yang Melatarbelakangi Keputusan Aparatur Sipil Negara Pra Purna dalam Produk Pembiayaan Pensiun di Bank Syariah

Budaya yang terbentuk pada kantor kementerian agama di kabupaten Madiun mengharuskan semua pegawainya baik aparatur sipil negara pra purna maupun non aparatur sipil negara pra purna untuk membuka rekening yang sudah ditentukan dan disepakati, hal ini bertujuan agar mempermudah dalam penarikan gaji. Sehingga faktor budaya inilah yang menjadikan keterbiasaan dengan bank yang sudah ada, yang mana para pegawai sudah terbiasa dengan bank yang sudah mereka gunakan sejak awal sampai sekarang. Selain dengan keterbiasaan menggunakan bank yang sudah ada, para pegawai juga sudah terbiasa dengan pelayanan yang baik yang diberikan oleh petugas serta karyawan yang bekerja di bank tersebut.

Selain itu ada juga yang menggunakan bank konvensional hanya karena gaji yang mereka terima melalui bank konvensional, setelah itu gaji yang telah diterima tersebut dialihkan ke rekening bank syariah yang dimilikinya. Hal itu dilakukan karena pegawai tersebut menyadari bahwasanya industri perbankan syariah haruslah didukung dikarenakan perbankan syariah dalam menjalankan usahanya berbasis nilai-nilai syariah. Selain itu, pegawai yang menggunakan bank syariah didasari karena mereka mengetahui melakukan pembiayaan pensiun di bank syariah lebih aman dibandingkan di bank konvensional, dimana pada

bank syariah adanya sistem bagi hasil dan beroperasinya sesuai dengan nilai-nilai Islam. Adapula yang menggunakan bank syariah hanya karena pegawai tersebut melakukan pembiayaan pensiun di bank syariah atau bisa dikatakan sebagai syarat agar pembiayaan disetujui pihak pemilik dana. Mengingat pembiayaan yang dilakukan di bank syariah tidak memberatkan seperti halnya di bank konvensional.

Minat yang dimiliki aparatur sipil negara pra purna kementerian agama kabupaten Madiun pada produk pembiayaan pensiun di bank syariah masih rendah. Sehingga sosialisasi atau promosi bank syariah sangatlah disarankan untuk mengkomunikasikan mekanisme tentang bank syariah kepa<mark>da aparatur sipil negara pra p</mark>urna . Kegiatan sosialisasi tidak hanya berorientasi memperkenalkan keberadaan bank syariah tetapi juga memperkenalkan produk, mekanisme, instrument-instrumen, serta nilai-nilai syariah yang dipegang bank syariah dalam mengoperasikan usahanya. Apabila kegiatan promosi mampu dilakukan secara intensif oleh bank syariah agar dikenal dikalangan pegawai, khususnya di kantor kementerian agama kabupaten Madiun. Namun hal ini tidak dapat dipungkiri bahwa partisipasi aparatur sipil negara pra purna dapat teraktualisasi apabila mereka mendukung dan membuka diri dengan adanya bank syariah itu sendiri, alangkah lebih baiknya mereka mau menggunakan bank syariah dalam kehidupannya. Sehingga jika aparatur sipil negara pra purna cenderung bersikap menutup mata, acuh tak acuh maka mereka akan bersikap pasif.

Perilaku konsumen dilatarbelakangi oleh faktor-faktor sosial, seperti kelompok acuan/referensi, keluarga, serta peran dan status sosial. Sehingga faktor-faktor sosial tersebut menuntut adanya sumber daya manusia yang berkompeten agar mampu menjadi faktor pendukung dalam perkembangan perbankan syariah baik dari segi kualitas maupun kuantitasnya. Namun jika melihat dengan realita yang ada di lapangan menunjukkan bahwa masih banyak sumber daya manusia yang menjalankan bank syariah tidak memiliki pengalaman akademis dan praktisi dalam perbankan Islam. Sehingga hal ini tentu sangat mempengaruhi profesionalisme dan produktivitas perbankan syariah tersebut. Kompetensi sumber daya manusia pada perbankan syariah yang kurang memadai tersebut akan berpengaruh pada kemampuan pengembangan bank syariah itu sendiri menjadi lambat.

Namun fakta yang ada dilapangan bahwa faktor sosial yang melatarbelakangi aparatur sipil negara pra purna dalam menggunakan pembiayaan pensiun di bank syariah, hal ini timbul karena dorongan lingkungan sekitar. Anggota keluarga sangat melatarbelakangi perilaku pembeli. Dimana keluarga merupakan organisasi pembelian konsumen paling penting dalam masyarakat, dan pengaruh tersebut telah diteliti secara ekstensif. Sehingga keputusan seseorang dalam memilih menggunakan produk pembiayaan di bank syariah juga dilatarbelakangi oleh karakteristik pribadi seperti umur pembeli, tahap siklus hidup, pekerjaan, situasi ekonomi, gaya hidup, serta kepribadian dan konsep diri

Perkembangan teknologi informasi perbankan syariah dapat dimanfaatkan sebagai peluang untuk melakukan promosi ekstra intensif melalui media elektronik maupun media cetak, namun yang perlu diperhatikan adalah muatan isi materi promosi yang harus bermuatan mengenai informasi pengetahuan yang bermanfaat kepada konsumen. Pemanfaatan media-media promosi harus mampu dibaca baik oleh perbankan syariah agar mampu memberikan informasi yang bermanfaat bagi masyarakat dan bisa memperkenalkan perbankan syariah yang masih asing di telinga masyarakat.

Pada kenyataannya saat ini penggunaan teknologi informasi ini belum dimanfaatkan secara maksimal oleh pihak perbankan syariah itu sendiri. Hal ini dapat dirasakan dari kurangnya pengetahuan aparatur sipil negara pra purna kementerian agama kabupaten Madiun mengenai produk bank syariah. Perbankan syariah belum mengoptimalkan kegiatan promosinya dengan pemanfaatan teknologi informasi yang canggih sehingga belum dirasakan secara maksimal oleh aparatur sipil negara pra purna kementerian agama kabupaten Madiun. Padahal sejatinya kegiatan promosi merupakan poin yang penting yang harus dilakukan perbankan syariah guna memperkenalkan produknya baik dari segi fisik maupun dari segi merk secara luas kepada konsumen.

Namun pada kenyataan yang terjadi saat ini bagi aparatur sipil negara pra purna kementerian agama kabupaten Madiun beranggapan bahwa produk pembiayaan pensiun di bank syariah masih dirasakan sulit untuk dipahami. Hal ini dikarenakan konsep margin masih dianggap sebagai hal yang baru. Produk pembiayaan pensiun ini masih sangatlah dianggap baru karena selama ini mereka mendapatkan informasi yang sangat terbatas baik melalui media eletronik, cetak ataupun media sosial, bahkan informasi yang didapatkan secara langsung dari pihak bank syariah pun masih dirasa kurang maksimal.

Selain itu, pengetahuan aparatur sipil negara pra purna kementerian agama kabupaten Madiun terkait dengan produk pembiayaan pensiun di bank syariah sangatlah minim. Kemungkinan hal ini terjadi karena kegiatan promosi yang dilakukan masih kurang efektif dan efisien dan sasaran pasar yang dituju pun belum bisa menyeluruh kepada masyarakat secara umum dan aparatur sipil negara pra purna secara khusus. Sehingga hal ini bisa dikatakan bahwa segmentasi pasar yang dituju perbankan syariah adalah orang-orang yang mengerti secara konsep dan orang-orang yang memiliki alasan spiritual atau religius dalam menggunakan perbankan syariah. Namun jika dihubungkan dengan realita yang ada maka hal itu tidak sejalan, karena berdasarkan faktanya yang menggunakan bank syariah karena dilandasi unsur keagamaan atau religius cenderung lebih sedikit jika dibandingkan mereka-mereka yang mengerti unsur agama yang malah justru mereka tidak menggunakan bank syariah sama sekali.

Faktor psikologi memiliki hubungan yang erat dengan perasaan atau emosi seseorang. Aktivitas seseorang yang didorong oleh minat

akan membawa pada keberhasilan sehingga akan menimbulkan perasaan senang dan akan memperkuat minat yang sudah dimiliki, begitu juga sebaliknya aktivitas yang tidak didukung oleh minat maka tidak akan mendapatkan keberhasilan justru akan membawa pada kegagalan. Jika dikaitkan dengan produk perbankan syariah minat dalam hal ini adalah brand image perbankan syariah. Apabila brand image yang dibangun belum mampu memberikan jaminan atau kepuasan pada konsumen, maka yang akan terjadi konsumen tidak akan melakukan pembelian terhadap produk yang ditawarkan tersebut. Sehingga bisa jadi brand image tidak menjadi faktor bagi konsumen untuk memilih menggunakan bank syariah.

Image yang diyakini oleh konsumen dari sebuah merk sangatlah bervariasi dari persepsi masing-masing individu. Apabila image yang tertanam dalam produk baik, maka konsumen akan merasa puas dan akan membeli produk tersebut. Namun sebaliknya jika image yang tertanam dalam diri individu buruk maka konsumen akan merasa tidak puas bahkan tidak akan melakukan pembelian ulang terhadap produk tersebut. Sehingga image yang positif akan menjadi kekuatan pada brand yang digunakan pada produk tersebut. Dalam psikologi kognitif terkait dengan adanya memori yang erat kaitannya dengan brand image. Brand image merupakan persepsi dan keyakinan yang dilakukan oleh konsumen terhadap merek, seperti tercermin dalam refleksi memori konsumen akan asosiasinya terhadap merek produk tersebut.

Pada kenyataannya aparatur sipil negara pra purna kementerian agama kabupaten Madiun memiliki pandangan bahwa perkembangan perbankan syariah masih mengadopsi dari perbankan konvensional yang diberi label syariah dan pada sistem yang tidak jauh berbeda dengan perbankan konvensional. Selain itu kemunculan perbankan syariah terbilang masih baru bila dibandingkan dengan perbankan konvesional sehingga hal ini menimbulkan anggapan bahwa *image* syariah belum menjadi faktor yang mendasari aparatur sipil negara pra purna kementerian agama kabupaten Madiun memilih menggunakan bank syariah.

Faktor psikologi dapat dikatakan sebagai informasi yang masuk melalui alat indera kemudian informasi yang diperoleh tersebut akan mempengaruhi dan melengkapi usaha guna memberikan arti terhadap lingkungan sekitarnya. Belum maksimalnya informasi yang diperoleh konsumen yang menjadikan aparatur sipil negara pra purna kementerian agama kabupaten Madiun tidak mengenal bank syariah, sehingga hal ini mengakibatkan tidak adanya ketertarikan atau tidak adanya minat untuk menjadi nasabah di bank syariah. Hal ini akan berdampak pada tidak adanya keinginan untuk mencoba bahkan tidak memiliki pengalaman tentang bank syariah. Oleh sebab itu, orang yang tidak memiliki pengalaman dan tidak pernah menjadi nasabah bank syariah.

Memang pada dasarnya naluri seorang muslim akan memilih menggunakan bank syariah dengan harapan bahwa kepuasan dari apa yang dipilihnya tersebut. Selain itu rasa aman yang dirasakan konsumen bahwa sistem yang dijalankan di bank syariah sudah sesuai dengan prinsip-prinsip syariah. Namun jika pada kenyataannya adalah bank syariah sama saja dengan bank konvensional, dan bank syariah merupakan bank konvensional yang hanya diberi label syariah dan tidak menjalankan sistem syariah yang ada, maka rasa aman yang diharapkan konsumen tidak muncul sehingga akan timbul rasa keraguan dalam diri konsumen. Padahal yang diinginkan konsumen adalah dengan memilih bank syariah aka<mark>n memberikan rasa aman n</mark>amun ternyata sama saja dengan bank konvensional. Malahan keberadaan bank konvensional jauh lebih dulu dari pada bank syariah. Selain itu peminat bank konvensional jauh lebih banyak dari bank syariah sehingga tidak dipungkiri jika aparatur sipil negara pra purna kementerian agama kabupaten Madiun yang mayoritas muslim lebih memilih menggunakan bank konvensional dari pada bank syariah.

PONOROGO

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan rumusan masalah, tujuan penelitian, dan pembahasan yang telah dipaparkan pada bab terdahulu, maka dalam penelitian ini dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

- 1. Persepsi yang dimiliki aparatur sipil negara pra purna kementerian agama kabupaten Madiun memiliki anggapan bahwa informasi yang dimiliki mengenai produk pembiayaan pensiun belum terpenuhi, produk pembiayaan pensiun masih dianggap sama dengan produk bank konvensional. Dari segi keuntungan yang diperoleh dari bank syariah masih dianggap belum menguntungkan jika dibandingkan dengan bank konvensional, dan juga harga produk yang relatif lebih mahal.
- 2. Faktor yang melatarbelakangi keputusan aparatur sipil negara pra purna menggunakan pembiayaan pensiun di bank syariah yaitu faktor sosial dimana informasi tentang pembiayan pensiun mereka peroleh dari keluarga, kerabat dan lingkungannya. Sedangkan faktor yang tidak melatarbelakangi keputusan aparatur sipil negara pra purna menggunakan pembiayan pensiun di bank syariah yaitu faktor budaya dimana kementerian agama kabupaten Madiun melakukan penyeragaman rekening bank konvensional sehingga aparatur sipil negara pra purna sudah terbiasa dengan bank yang sudah ada.

B. Saran

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan dapat diketahui bahwa persepsi aparatur sipil negara pra purna kementerian agama kabupaten Madiun memiliki anggapan bahwa informasi yang dimiliki mengenai produk pembiayaan pensiun belum terpenuhi, produk pembiayaan pensiun masih dianggap sama dengan produk bank konvesnional. Dari segi keuntungan yang diperoleh dari bank syariah belum menguntungkan jika dibandingkan dengan bank konvensional, dan juga harga produk yang relatif lebih mahal. Selain itu faktor-faktor yang melatarbelakangi aparatur sipil negara dalam pembiayaan pensiun di bank syariah yaitu faktor sosial dan faktor budaya. Namun peneliti menyadari masih terdapat banyak kekurangan di dalamnya. Untuk itu peneliti memberikan saran agar dapat memberikan gambaran sebagai bahan pertimbangan dan penyempurnaan penelitian selanjutnya terkait dengan penelitian yang serupa. Maka penulis memberikan saran sebagai berikut:

- Dengan kurangnya pemahaman aparatur sipil negara pra purna terhadap produk bank syariah seharusnya lembaga keuangan syariah melakukan sosialisasi pada instansi pemerintah.
- 2. Dengan adanya anggapan terkait produk bank syariah dengan bank konvensional sama maka pihak bank syariah dalam membuat produk harus ada modifikasi produk agar menjadi lebih menarik dan berbeda dengan bank konvensional.

- 3. Dengan adanya anggapan bahwa keuntungan yang diperoleh di bank syariah belum menguntungkan maka pihak bank syariah harusnya meningkatkan kualitas produk yang diciptakan dengan adanya diferensiasi produk.
- 4. Selain itu dengan adanya anggapan bahwa produk bank syariah yang relatif mahal maka seharusnya bank syariah melakukan penetapan harga produk dengan menetapkan harga ganjil atau sedikit di bawah harga dengan tujuan agar calon nasabah mengira produk yang akan dibelinya lebih murah.
- 5. Bank syariah seharusnya memberikan pelayanan terbaiknya agar aparatur sipil negara yang telah menggunakan produknya merasa puas dan mampu mempengaruhi kerabat ataupun lingkungan sekitarnya.
- 6. Bank syariah hendaknya melakukan kerjasama dengan instansi pemerintahan, dan untuk instansi pemerintahan lebih membuka diri dan tidak bersifat pasif dengan keberadaan bank syariah.



DAFTAR PUSTAKA

- Amstrong dan Kotler. Dasar-dasar Pemasaran. Jakarta: Intermedia, 1996.
- Effendy. Komunikasi Teori dan Praktek. Jakarta: PT Grasindo Rosdakarya, 2010.
- Hidayat, Rahmat. *Efisiensi Bank Syariah Teori dan Praktik*. Jakarta: Gramedia Publishing, 2004.
- Hurriyati Ratih. *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*. Bandung: Alfabeta, 2014.
- Kasmir. Dasar-Dasar Perbankan. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2010.
- Kotler, Phillip. Manajemen Pemasaran. Jakarta: PT Index Kelompok Gramedia, 2005.
- Lupiyoadi, Rambat. *Manajemen Pemasaran Jasa Teori dan Praktek*. Jakarta: Salemba Empat, 2001.
- Machfoed, Mahmud. *Pengantar Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Upp Amp Ykpn, 2005.
- Prastowo, Andi. Metode Penelitian Kualitatif dalam Perspektif Rancangan Penelitian. Yogyakarta: Ar-Ruzz Media, 2011.
- Rahmat, Jalaluddin. *Psikologi Komunikasi*. Bandung: Remaja Rosdakarya, 2007.
- Sangadji dan Sopiah. Perilaku Konsumen. Yogyakarta: CV Andi Offset, 2013.
- Setiadi. Perilaku Konsumen Konsep dan Implikasi Untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran. Jakarta: Prenada Media, 2005.
- Sjahdeini, Sutan Remy. *Perbankan Syariah*. Jakarta: Kencana Prenadamedia Group, 2014.
- Subagyo, Joko. *Metode Penelitian dalam Teori dan Praktek*. Jakarta: Rineka Cipta, 2004.
- Sudaryono. *Manajemen Pemasaran Teori dan Implementasi*. Yogyakarta: CV Andi Offset, 2016.
- Sugihartono, dkk. *Psikologi Pendidikan*. Yogyakarta: UNY Press, 2007.
- Sugiyono. *Metode penelitian Kuantittaif Kualitatif Dan R&D*. Bandung:Alfabeta, 2015.

- Suharnan. Psikologi Kognitif. Surabaya: Kognitif, 2005.
- Sunyoto, Danang. Perilaku Konsumen dan Pemasaran. Yogyakarta: CAPS, 2015.
- Toha, Miftah. *Perilaku Organisasi Konsep Dasar dan Aplikasinya*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2003.
- Waidi. The Art of Re-engineering Your Mind Of Succes. Jakarta: Gramedia, 2006.
- Walgito, Bimo. Pengantar Psikologi Umum. Jakarta: Andi Ofset, 2004.

DAFTAR WEB

- Website Kementerian Agama Kab. Madiun, dalam https://madiun.kemenag.go.id/# (diakses pada jam 12.00).
- PT Bank BRI Syariah, dalam https://www.brisyariah.co.id/detailProduk. php?&f=14 (diakses pada tanggal 13 Januari 2019, jam 13.00).
- http://repository.uin-suska.ac.id/6210/3/BAB%2011.pdf (diakses pada tanggal 5 November 2018 jam 22.19).

DAFTAR JURNAL

- Novinawati. "Perkembang<mark>an Perbankan Syariah Di Ind</mark>onesia." dalam *Juris*, 2. 2015. 67.
- Rasnawati, Persepsi Aparatur Sipil Negara Terhadap Penggunaan Jasa Bank Syariah (Tesis UIN Alauddin Makassar).
- Yoni, Hermawan. "Hubungan Antara Tingkat Pendidikan Dan Persepsi Dengan Perilaku Ibu Rumah Tangga Dalam Pemeliharaan Kebersihan Lingkungan," *Jurnal Bumi Lestari Journal Of Environment*, 2. 2015.1-16.

PONOROGO