

SKRIPSI
PERSEPSI MASYARAKAT TIONGHOA TERHADAP
BANK SYARIAH DI KABUPATEN
ACEH BARAT DAYA



Disusun Oleh:

SRI SARMILA
NIM. 190603014

PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY
BANDA ACEH
2023 M/1444 H

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH

Yang bertandatangan di bawah ini

Nama : Sri Sarmila

NIM : 190603014

Program Studi : Perbankan Syariah

Fakultas : Ekonomi Dan Bisnis Islam

Dengan ini menyatakan bahwa dalam penulisan skripsi ini, saya:

- 1. Tidak menggunakan ide orang lain tanpa mampu mengembangkan dan mempertanggungjawabkan.***
- 2. Tidak melakukan plagiasi terhadap naskah karya orang lain.***
- 3. Tidak menggunakan karya orang lain tanpa menyebutkan sumber asli atau tanpa izin pemilik karya.***
- 4. Tidak melakukan manipulasi dan pemalsuan data.***
- 5. Mengerjakan sendiri karya ini dan mampu bertanggungjawab atas karya ini.***

Bila di kemudian hari ada tuntutan dari pihak lain atas karya saya, dan telah melalui pembuktian yang dapat dipertanggungjawabkan dan ternyata memang ditemukan bukti bahwa saya telah melanggar pernyataan ini, maka saya siap untuk dicabut gelar akademik saya atau diberikan sanksi lain berdasarkan aturan yang berlaku di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry Banda Aceh. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya.

Banda Aceh, April 2024

Yang Menyatakan

 (Sri Sarmila)

PERSETUJUAN SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI

PERSEPSI MASYARAKAT TIONGHOA TERHADAP BANK SYARIAH DI KABUPATEN ACEH BARAT DAYA

Disusun Oleh:

Sri Sarmila
Nim. 190603014

Disetujui untuk disidangkan dan dinyatakan bahwa isi dan formatnya telah memenuhi syarat penyelesaian studi pada
Program Studi Ekonomi Syariah
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh

Pembimbing I




Hafizh Maulana S.P., S.H.I., M.E.
NIP. 199001062023211015

Pembimbing II



Muksal M.E.I.
NIP. 199009022020121008

Mengetahui,
Ketua Prodi,


Dr. Nevi Hasnita, M.Ag
NIP. 197711052006042003

PENGESAHAN SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI

PERSEPSI MASYARAKAT TIONGHOA TERHADAP BANK SYARIAH DI KABUPATEN ACEH BARAT DAYA


Sri Sarmila
Nim. 190603014

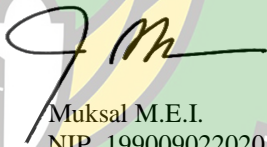
Telah Disidangkan oleh Dewan Penguji Skripsi
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry Banda Aceh
dan Dinyatakan Lulus serta Diterima Sebagai Salah Satu Syarat untuk
Menyelesaikan Program Studi Strata Satu (S-1) dalam Bidang Ekonomi Syariah

Pada Hari/Tanggal: Sabtu, 23 Maret 2023 M
10 Jumadil Akhir 1445 H
Banda Aceh
Dewan Penguji Sidang Skripsi

Ketua

Sekretaris


Hafizh Maulana S.P., S.H.I., M.E.
NIP. 199001062023211015


Muksal M.E.I.
NIP. 199009022020121008

Penguji I

Penguji II


Prof. Hafas Furgani, M.Ec
NIP. 198006252009011009


Evy Iskandar, SE., Ak., CA., CPA
NIP. 199211172020121011

Mengetahui
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
UTN Ar-Raniry Banda Aceh,


Prof. Dr. Hafas Furgani, M.Ec
NIP. 198006252009011009





KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY BANDA ACEH
UPT. PERPUSTAKAAN
Jl. Syeikh Abdur Rauf Kopelma Darussalam Banda Aceh
Telp. 0651-7552921, 7551857, Fax. 0651-7552922
Web:www.library.ar-raniry.ac.id, Email:library@ar-raniry.ac.id

**FORM PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH MAHASISWA UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIK**

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Lengkap : Sri Sarmila
NIM : 190603014
Fakultas/Program Studi : Ekonomi Dan Bisnis Islam/Perbankan Syariah
E-mail : 190603014@student.ar-raniry.ac.id

demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada UPT Perpustakaan Universitas Islam Negeri (UIN) Ar-Raniry Banda Aceh, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah:

Tugas Akhir KKU Skripsi

**Persepsi Masyarakat Tionghoa Terhadap Bank Syariah Di
Kabupaten Aceh Barat Daya**

Beserta perangkat yang diperlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini, UPT Perpustakaan UIN Ar-Raniry Banda Aceh berhak menyimpan, mengalih-media formatkan, mengelola, mendiseminasikan, dan mempublikasikannya di internet atau media lain.

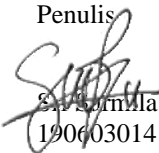
Secara *fulltext* untuk kepentingan akademik tanpa perlu meminta izin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis, pencipta dan atau penerbit karya ilmiah tersebut.


UPT Perpustakaan UIN Ar-Raniry Banda Aceh akan terbebas dari segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

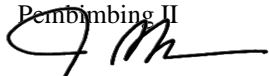
Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Banda Aceh
Pada tanggal : 29 April 2024

Mengetahui

Penulis

Sri Sarmila
190603014

Pembimbing I

Hafizh Maulana S.P., S.H.I., M.E.
NIP. 199001062023211015

Pembimbing II

Muksal M.E.I.
NIP. 199009022020121008

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Syukur Alhamdulillah kita panjatkan kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat serta karunia-Nya sehingga penulis mampu menyelesaikan penyusunan skripsi yang berjudul **“Analisis Program Pembangunan Rumah Bantuan terhadap Kesejahteraan Kaum Dhuafa dalam Perspektif Maqashid Syariah (Studi Terhadap Masyarakat Desa Lampanah Kecamatan Indrapuri Kabupaten Aceh Besar)”**. Shalawat beriring salam tidak lupa kita curahkan kepada junjungan Nabi besar kita Nabi Muhammad SAW, yang telah mendidik seluruh umatnya untuk menjadi generasi terbaik di muka bumi ini.

Dalam penulisan skripsi ini, penulis menyadari bahwa ada beberapa kesilapan dan kesulitan, namun berkat bantuan dari berbagai pihak Alhamdulillah penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini. Oleh karena itu penulis menyampaikan ucapan terima kasih yang sedalam-dalamnya kepada:

1. Dr. Hafas Furqani, M.Ec selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry.
2. Dr. Nilam Sari, M.Ag dan Ayumiati, SE., M.Si. selaku ketua dan sekretaris Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, UIN Ar- Raniry Banda Aceh.
3. Hafiih Maulana, S.P., S.HI., M.E selaku Ketua Laboratorium Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry Banda Aceh.
4. Dr. Nilam Sari, M.Ag dan Rina Desiana, M.E selaku pembimbing I dan pembimbing II yang telah banyak meluangkan waktu dan

pikiran dalam memberikan masukan-masukan dan arahan dalam menyelesaikan skripsi ini.

5. Cut Dian Fitri, SE., M.Si., Ak., CA selaku dosen Penasehat akademik yang telah membimbing serta memberikan nasehat dan motivasi terbaik untuk penulis selama menempuh pendidikan di program studi strata satu (S1) Ekonomi Syariah.
6. Seluruh dosen dan civitas akademika Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh.
7. Kedua orang tua tercinta. Ayahanda dan Ibunda yang selalu memberikan kasih sayang, do'a serta dorongan moril maupun materil yang tak terhingga agar penulis memperoleh yang terbaik dan mampu menyelesaikan studi hingga tahap akhir.
8. Teman-teman seperjuangan jurusan Ekonomi Syariah angkatan 2019 yang turut membantu serta memberi saran-saran kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

Semoga Allah SWT selalu melimpahkan rahmat dan karunia-Nya dengan balasan Akhir kata penulis ucapkan ribuan terima kasih kepada seluruh pihak yang telah membantu. Semoga bantuan yang diberikan kepada penulis dibalaskan oleh Allah SWT. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca dan pihak-pihak yang membutuhkan.

Banda Aceh, April 2023

Penulis

Putri Zahirah

TRANSLITERASI ARAB-LATIN DAN SINGKATAN
Keputusan Bersama Menteri Agama dan Menteri P dan K
Nomor: 158 Tahun 1987 – Nomor: 0543b/u/1987

1. Konsonan

No.	Arab	Latin	No.	Arab	Latin
1	ا	Tidak dilambangkan	16	ط	Ṭ
2	ب	B	17	ظ	Ẓ
3	ت	T	18	ع	'
4	ث	Ṣ	19	غ	G
5	ج	J	20	ف	F
6	ح	Ḥ	21	ق	Q
7	خ	Kh	22	ك	K
8	د	D	23	ل	L
9	ذ	Ẓ	24	م	M
10	ر	R	25	ن	N
11	ز	Z	26	و	W
12	س	S	27	ه	H
13	ش	Sy	28	ء	'
14	ص	Ṣ	29	ي	Y
15	ض	Ḍ			

--	--	--	--	--	--

2. Vokal

Vokal Bahasa Arab, seperti vokal bahasa Indonesia, terdiri dari vokal tunggal atau monoftong dan vokal rangkap atau diftong.

a. Vokal Tunggal

Vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harkat, transliterasinya sebagai berikut:

Tanda	Nama	Huruf Latin
◌َ	<i>Fathah</i>	A
◌ِ	<i>Kasrah</i>	I
◌ُ	<i>Dammah</i>	U

b. Vokal Rangkap

Vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harkat dan huruf, transliterasinya gabungan huruf, yaitu:

Tanda dan Huruf	Nama	Gabungan Huruf
◌َ ي	<i>Fathah</i> dan ya	Ai
◌َ و	<i>Fathah</i> dan wau	Au

Contoh:

كيف : kaifa

هول : haul

3. Maddah

Maddah atau vokal panjang yang lambangnya berupa harkat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda, yaitu:

Harkat dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda
اَ / اِي	<i>Fathah</i> dan <i>alif</i> atau <i>ya</i>	Ā
اِ	<i>Kasrah</i> dan <i>ya</i>	Ī
اُ	<i>Dammah</i> dan <i>wau</i>	Ū

Contoh:

قَالَ : qāla

رَمَى : ramā

قِيلَ : qīla

يَقُولُ : yaqūlu

4. Ta Marbutah (ة)

Transliterasi untuk ta marbutah ada dua.

a. Ta *marbutah* (ة) hidup

Ta *marbutah* (ة) yang hidup atau mendapat harkat *fathah*, *kasrah* dan *dammah*, transliterasinya adalah t.

b. Ta *marbutah* (ة) mati

Ta *marbutah* (ة) yang mati atau mendapat harkat sukun, transliterasinya adalah h.

- c. Kalau pada suatu kata yang akhir katanya ta *marbutah* (ة) diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang al, serta bacaan kedua kata itu terpisah maka ta *marbutah* (ة) itu ditransliterasikan dengan h.

Contoh:

رَوْضَةُ الْأَطْفَالِ : *Rauḍah al-atfāl/ rauḍatulatfāl*

الْمَدِينَةُ الْمُنَوَّرَةُ : *Al-Madīnah al-Munawwarah/
alMadīnatul Munawwarah*

طَلْحَةَ : *Ṭalḥah*

Catatan:

Modifikasi

1. Nama orang berkebangsaan Indonesia ditulis seperti biasa tanpa transliterasi, seperti M. Syuhudi Ismail, sedangkan nama-nama lainnya ditulis sesuai kaidah penerjemahan. Contoh: Ḥamad Ibn Sulaiman.
2. Nama Negara dan kota ditulis menurut ejaan Bahasa Indonesia, seperti Mesir, bukan Misr; Beirut, bukan Bayrut; dan sebagainya.

3. Kata-kata yang sudah dipakai (serapan) dalam kamus Bahasa Indonesia tidak ditransliterasi. Contoh: Tasauf, bukan Tasawuf.



ABSTRAK

Nama : Putri Zahirah
Nim : 190602021
Fakultas/Program Studi : Ekonomi dan Bisnis Islam/Ekonomi Syariah
Judul : ”Analisis Program Pembangunan Rumah Bantuan terhadap Kesejahteraan Kaum Dhuafa dalam Perspektif Maqashid Syariah (Studi Terhadap Masyarakat Desa Lampanah Kecamatan Indrapuri Kabupaten Aceh Besar)”
Pembimbing I : Dr. Nilam Sari, M.Ag
Pembimbing II : Rina Desiana, M.E

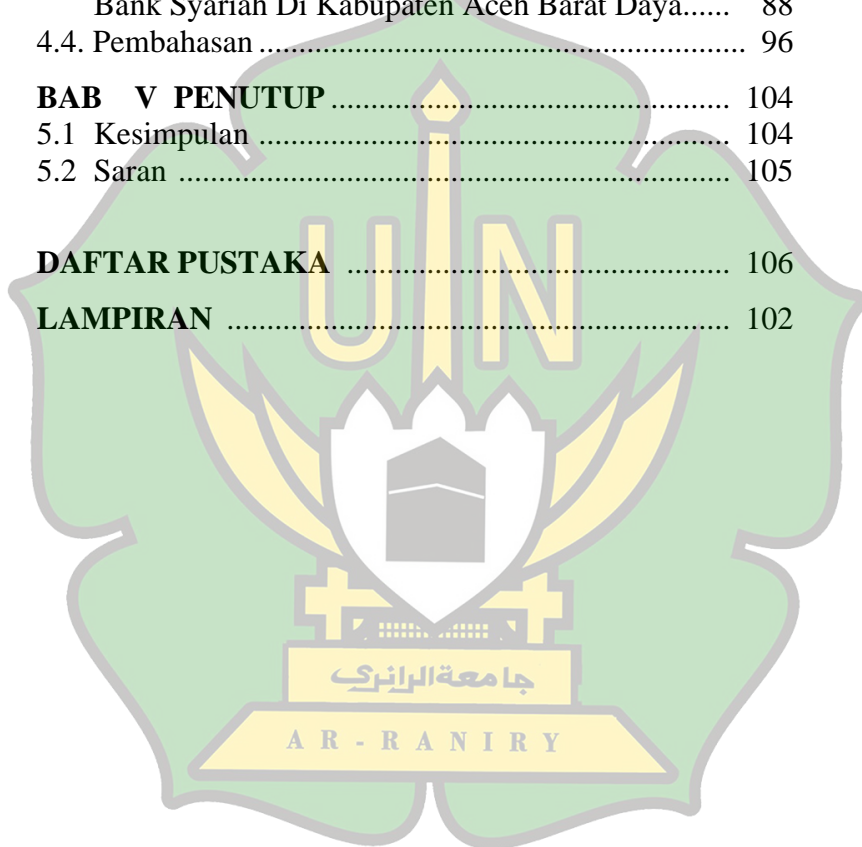
Program rumah bantuan merupakan salah satu program kebijakan Pemerintah Aceh yang disalurkan dalam rangka upaya pengentasan kemiskinan dan mensejahterakan kehidupan kaum dhuafa terutama di Desa Lampanah Kecamatan Indrapuri Kabupaten Aceh Besar. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh dari adanya program rumah bantuan terhadap kesejahteraan masyarakat dhuafa ditinjau dalam perspektif maqashid syariah. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif deskriptif dengan menggunakan metode penelitian library research dan field research melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa implementasi program pembangunan rumah bantuan desa sudah sejalan dengan Permensos RI No. 20 Tahun 2017 Tentang Rehabilitas Sosial Rumah Tak Layak Huni dan Sarana Prasarana Lingkungan. Selain itu, program pembangunan rumah bantuan ini juga sudah mampu mewujudkan kemashlahatan masyarakat dhuafa yang memenuhi pencapaian terhadap kelima aspek maqashid syariah yakni meliputi: Hifdzu Din (memelihara agama), Hifdzu Nafs (memelihara jiwa), Hifdzu Nasl (memelihara keturunan), Hifdzu ‘Aql (memelihara akal), dan Hifdzu Mal (memelihara harta).

Kata Kunci: *Program Rumah Bantuan, Kaum Dhuafa, Kesejahteraan dan Maqashid Syariah*

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL KEASLIAN	i
PERNYATAAN KEASLIAN	ii
PERSETUJUAN SKRIPSI	iii
PENGESAHAN SKRIPSI	iv
PERSETUJUAN PUBLIKASI	v
KATA PENGANTAR	vi
HALAMAN TRANSLITERASI	viii
ABSTRAK	xii
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR TABEL (jika ada)	xv
DAFTAR GAMBAR (jika ada)	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Tujuan Penelitian	6
1.4 Manfaat Penelitian	7
1.5 Sistematika Pembahasan	8
BAB II LANDASAN TEORI	10
2.1. Hakikat Persepsi	13
2.1.1 Proses Terjadinya Persepsi.....	16
2.1.2 Faktor-faktor yang mempengaruhi persepsi	18
2.1.3 indikator persepsi.....	20
2.1.4 indikator persepsi terhadap bank syariah	22
BAB III METODE PENELITIAN	66
3.1 Disain Penelitian	66
3.2 Lokasi Penelitian	67
3.3 Subjek Dan Objek Penelitian.....	67
3.4 Populasi Dan Teknik Pengambilan Sampel	68
3.5 Teknik Pengumpulan Data	69
3.6 Teknik Analisi Data.....	70
3.7 Reduksi Data	71

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	74
4.1 Gambar Umum Kota Blang Pidie.....	76
4.2 Gambar Umum Etnis Tionghoa Di Blang Pidie....	85
4.3 Persepsi Masyarakat Tionghoa Terhadap Bank Syariah Di Kabupaten Aceh Barat Daya.....	88
4.4. Pembahasan	96
BAB V PENUTUP	104
5.1 Kesimpulan	104
5.2 Saran	105
DAFTAR PUSTAKA	106
LAMPIRAN	102



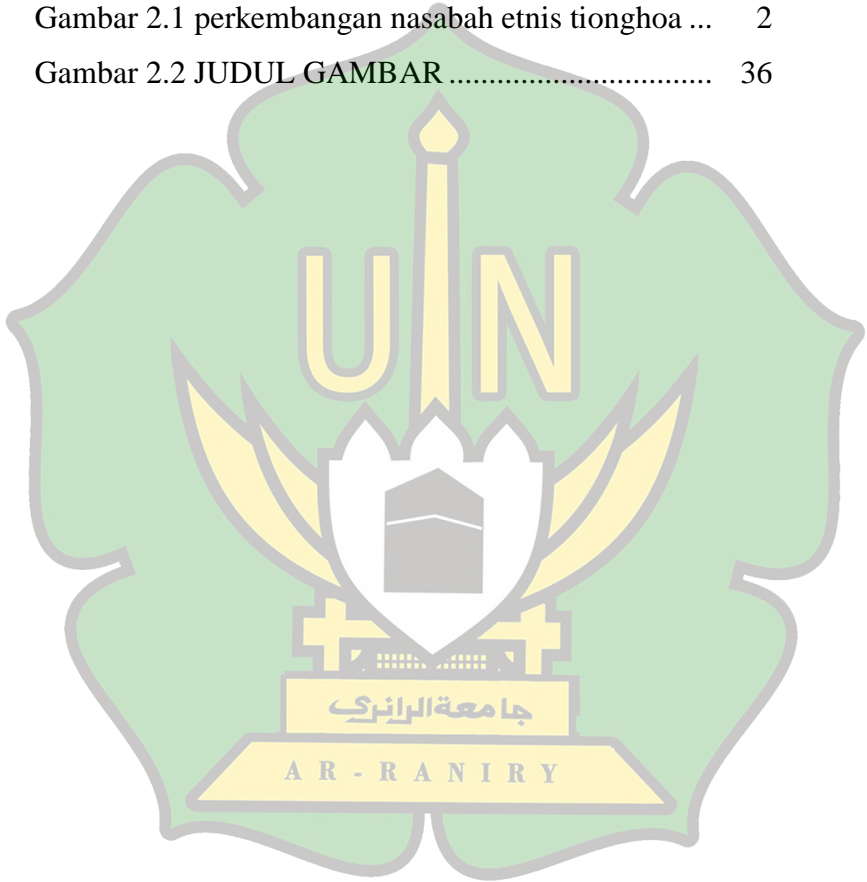
DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu..... 34



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Perkembangan jumlah etnis tionghoa di blang pidie,2018 -2023.....	1
Gambar 2.1 perkembangan nasabah etnis tionghoa ...	2
Gambar 2.2 JUDUL GAMBAR.....	36



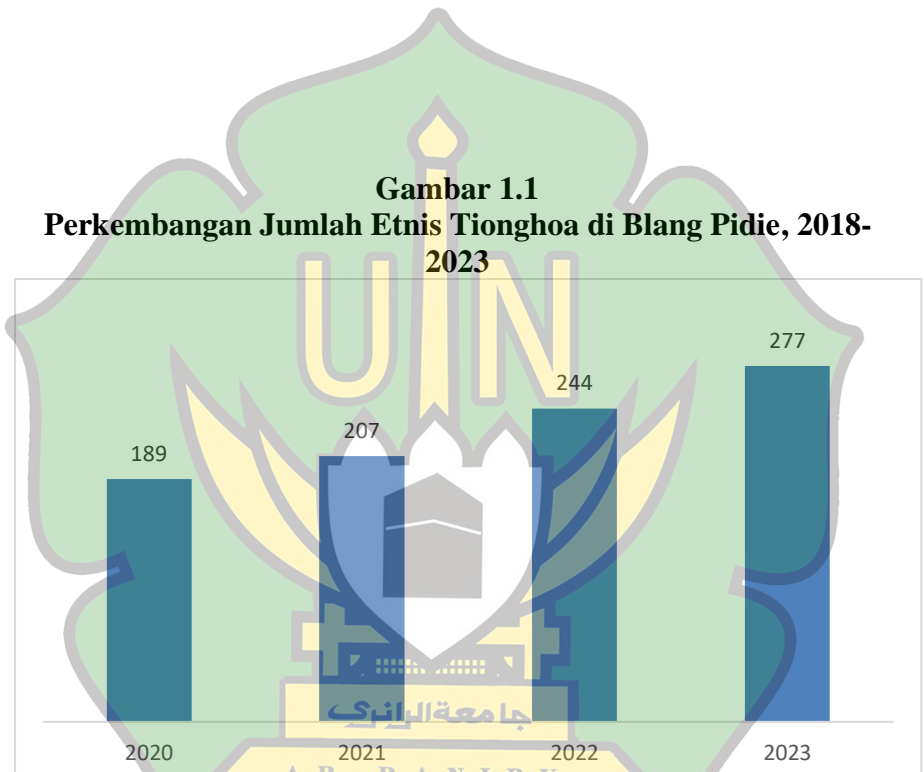
BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Kabupaten Aceh Barat Daya tepatnya di Kota Blang Pidie hingga saat ini masih eksis hidup masyarakat etnis Tionghoa berdampingan dengan masyarakat pribumi. Kota Blang Pidie menjadi pusat perdagangan yang sangat maju dan juga sering didatangi oleh warga luar untuk berbisnis dan berdagang salah satunya etnis Tionghoa yang masih menetap sampai sekarang khususnya di pasar kota Blang Pidie (Fikri, 2021: 4).

Berdasarkan hasil pengamatan awal yang peneliti lakukan dapat diketahui bahwa etnis Tionghoa yang terdapat di Kota Blangpidie tersebut cenderung berprofesi sebagai pedagang. Jenis-jenis perdagangan yang didominasi oleh etnis Tionghoa di Kota Blangpidie juga beraneka ragam mulai dari perdagangan otomotif perbengkelan, roti, kuliner hingga perdagangan ponsel. Di antara bisnis dagangan tersebut, otomotif perbengkelan merupakan bisnis dagang yang paling ditekuni oleh etnis Tionghoa. Sarana tempat untuk berdagang mereka yaitu di ruko atau rumah toko. Selain sebagai tempat usaha, ruko juga digunakan oleh pedagang etnis Tionghoa sebagai tempat tinggal. Berdasarkan penelitian Fikri (2021) keberadaan etnis Tionghoa

terus mengalami perkembangan di Kota Blang Pidie, sebagai mana terlihat pada Tabel 1.1.

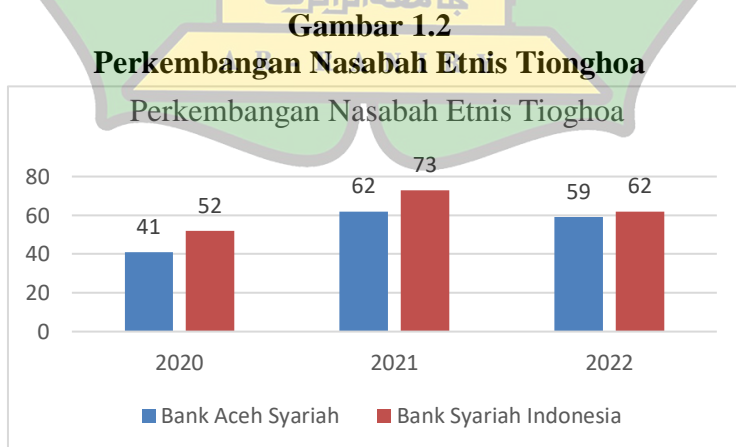


Sumber: Fikri (2021).

Masyarakat etnis Tionghoa yang ada di Kota Blang Pidie juga ikut bertransaksi dan menggunakan jasa perbankan syariah, seperti di Bank Syariah Indonesia (BSI) dan Bank Aceh Syariah (Jalilah dan Yasir, 2016). Terlibatnya etnis Tionghoa yang sebagian non muslim untuk menjadi bagian dari transaksi Bank

Syariah di Aceh tidak dilarang, hal ini sebagaimana dibuktikan dalam Pasal 1 Ayat (24) Qanun Aceh Nomor 11 Tahun 2018 Tentang Lembaga Keuangan Syari'ah bahwa mitra LKS adalah individu atau Lembaga yang melakukan aktivitas transaksi keuangan dengan LKS dan/ atau menjalin kerjasama usaha dengan LKS di Aceh. Pasal 38 Ayat (1) disebutkan kegiatan usaha LKS kepada nasabahnya termasuk etnis Tioghoa meliputi transaksi jasa keuangan, kerjasama dalam pengembangan usaha masyarakat, baik melalui penyaluran, pembiayaan, pengelolaan simpanan serta investasi kepada mitra dan/atau LKS lainnya.

Adanya ketentuan yang tidak melarang etnis tertentu termasuk etnis Tioghoa dalam bertransaksi dengan bank syariah, maka hingga saat ini sebagian besar etnis Tionghoa di Kota Blang Pidie juga memilih menjadi nasabah di Bank Syariah, seperti Bank Aceh dan BSI. Adapun perkembangan jumlah nasabah etnis Tionghoa dari kedua Bank Syariah tersebut dapat dilihat pada Gambar 1.2.



Sumber: Bank Aceh Syariah dan Bank Syariah Indonesia, 2023

Berdasarkan Gambar 1.2 di atas terlihat adanya fluktuasi jumlah nasabah di kedua Bank Syariah tersebut. Dimana pada Bank Aceh Syariah cabang Blang Pidie tahun 2020 terdapat 41 orang nasabah dari kalangan etnis Tionghoa, naik menjadi 62 dan kembali turun tahun 2022 menjadi 59 orang. Begitu juga pada Bank Syariah Indonesia cabang Blang Pidie dari 52 orang tahun 2020, naik menjadi 73 orang tahun 2021 dan turun kembali tahun 2022 menjadi 62 orang.

Terjadinya fluktuasi keinginan nasabah dari kalangan Tionghoa tersebut tentu dipengaruhi oleh adanya pandangan atau persepsi tersendiri terhadap Bank Syariah tersebut, baik produk, pelayanan dan sebagainya. Persepsi merupakan proses mengorganisasikan dan memaknakan kesan-kesan indra untuk memberikan arti terhadap lingkungannya (Yuniarti (2015). Persepsi memiliki tiga indikator yaitu komponen kognitif (komponen perseptual), yaitu komponen yang berkaitan dengan pengetahuan. Komponen afektif (komponen emosional), yaitu komponen yang berhubungan dengan rasa senang atau tidak senang terhadap objek sikap. Komponen konatif (komponen perilaku), yaitu komponen yang berhubungan dengan kecenderungan bertindak terhadap objek sikap (Rifai, 2019). Ketiga komponen persepsi tersebutlah yang menjadi variabel

penelitian ini untuk melihat pandangan masyarakat etnis Tionghoa di Kabupaten Aceh Barat Daya terhadap Bank Syariah.

Terkait adanya berbagai pandangan etnis Tionghoa terhadap Bank Syariah sudah jelaskan oleh beberapa penelitian sebelumnya, seperti Penelitian Akbar (2013) menyebutkan bahwa masyarakat etnis Tionghoa tidak mengetahui seluk beluk perbankan syariah sehingga menghasilkan persepsi yang kurang memuaskan terhadap perbankan syariah. Penelitian Putri dan Mutia (2018) menyebutkan bahwa persepsi dan perilaku pedagang etnik Tionghoa terhadap bank syariah dikarenakan adanya daya tarik bonus/hadiah dari bank syariah itu sendiri.

Sementara itu, Yurita, dkk (2020) menyebutkan bahwa etnis Tionghoa non nasabah ternyata memiliki tingkat pengetahuan dan persepsi yang lebih rendah terhadap Bank Syariah dibandingkan dengan tingkat pengetahuan dan persepsi dari nasabah etnis Tionghoa non muslim. Berdasarkan latar belakang di atas, peneliti tertarik meneliti lebih lanjut dengan judul **“Persepsi Masyarakat Tionghoa Terhadap Bank Syariah di Kabupaten Aceh Barat Daya”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka penulis merumuskan masalah yang akan diteliti lebih lanjut yaitu:

1. Bagaimana persepsi masyarakat Tionghoa terhadap produk Bank Syariah di Kabupaten Aceh Barat Daya?
2. Bagaimana persepsi masyarakat Tionghoa terhadap promosi Bank Syariah di Kabupaten Aceh Barat Daya?
3. Bagaimana persepsi masyarakat Tionghoa terhadap pelayanan Bank Syariah di Kabupaten Aceh Barat Daya?
4. Bagaimana persepsi masyarakat Tionghoa terhadap sarana dan prasarana Bank Syariah di Kabupaten Aceh Barat Daya?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun yang menjadi tujuan penelitian ini ialah:

1. Untuk mengetahui persepsi masyarakat Tionghoa terhadap produk Bank Syariah di Kabupaten Aceh Barat Daya.
2. Untuk mengetahui persepsi masyarakat Tionghoa terhadap promosi Bank Syariah di Kabupaten Aceh Barat Daya.
3. Untuk mengetahui persepsi masyarakat Tionghoa terhadap pelayanan Bank Syariah di Kabupaten Aceh Barat Daya.
4. Untuk mengetahui persepsi masyarakat Tionghoa terhadap sarana dan prasarana Bank Syariah di Kabupaten Aceh Barat Daya.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat berupa:

1. Manfaat praktis

a. Bagi pihak Perbankan Syariah,

Diharapkan hasil penelitian ini dapat memberikan manfaat sebagai bahan masukan agar terus berupaya memberikan persepsi yang baik di kalangan masyarakat etnis Tionghoa terhadap bank syariah.

b. Bagi Regulator

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan bukti empiris mengenai persepsi masyarakat tionghoa terhadap Bank Syariah di Kabupaten Aceh Barat Daya, sehingga diharapkan dapat mendorong pihak regulator untuk terus memperbaiki peraturan yang sudah ada.

c. Bagi Umum

Sebagai sumbangan pemikiran dan penelitian untuk menambah wawasan pembaca, khususnya bagi saya sendiri dan juga sebagai bahan referensi untuk peneliti berikutnya tetapi dengan subjek yang berbeda dan juga sebagai tambahan pengetahuan tentang persepsi masyarakat tionghoa terhadap Bank Syariah di Kabupaten Aceh Barat Daya.

2. Manfaat teoritis

Secara teoritis, penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat sebagai berikut:

- a. Bagi peneliti selanjutnya kajian ini dapat menambah pengetahuan dan wawasan mengenai pentingnya perbankan syariah serta dapat memberikan kontribusi sebagai tambahan informasi dan referensi untuk penelitian selanjutnya yang berkaitan dengan penelitian ini.
- b. Bagi penulis, penelitian ini menjadi pengetahuan kedepannya untuk menerapkan teori yang telah dipelajari sebelumnya dan mengembangkannya. Penyusun juga dapat mendapatkan pengalaman baru dari kegiatan penelitian tersebut.

1.5 Sistematika Penulisan

BAB I : PENDAHULUAN

Pada bab pertama atau pendahuluan yang berisi beberapa sub bab yaitu: latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian serta sistematika pembahasan.

BAB II : LANDASAN TEORI

Pada bab kedua atau tinjauan pustaka dan landasan teori dapat membuat uraian tentang teori yang relevan dengan pokok pembahasan, penemuan penelitian terdahulu yang terkait dengan tema pembahasan dan kerangka berpikir.

BAB III : METODE PENELITIAN

Pada bab ketiga metode penelitian yang dapat memuat secara rinci mengenai metode yang akan digunakan dalam penelitian ini yaitu: jenis dan pendekatan penelitian, lokasi dan subjek penelitian, teknik pengumpulan data serta analisis data yang digunakan dalam penelitian ini.

BAB IV : PEMBAHASAN DAN HASIL

Pada bab keempat atau hasil dan pembahasan yang berisi tentang hasil analisis serta pembahasan terkait persepsi masyarakat tionghoa terhadap Bank Syariah di Kabupaten Aceh Barat Daya dan faktor-faktor yang mempengaruhi persepsi masyarakat tionghoa terhadap Bank Syariah di Kabupaten Aceh Barat Daya.

BAB V : PENUTUP

Pada bab kelima atau penutup yang berisi tentang kesimpulan atas pengujian dan saran dari hasil penelitian dan pembahasan hasil penelitian. Dan bagian akhir skripsi ini berisi daftar pustaka dan lampiran-lampiran.

جامعہ قادیان
BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 Perbankan Syariah

2.1.1 Pengertian Perbankan Syariah

Bank secara bahasa diambil dari bahasa Itali, yakni banco yang mempunyai arti meja. Penggunaan istilah ini disebabkan dalam realita kesehariannya bahwa setiap proses dan transaksi

sejak dahulu dan mungkin di masa yang datang dilaksanakan di atas meja. Dalam bahasa Arab, bank biasa disebut dengan *mashrof* yang bearti tempat berlangsung saling menukar harta, baik dengan cara mengambil ataupun menyimpan atau selain untuk melakukan muamalat (Yanuar, 2011).

Menurut Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 1998, tentang perubahan atas Undang-Undang Nomor 7 Tahun 1992 tentang Perbankan bahwa Bank umum adalah bank yang melaksanakan kegiatan usaha secara konvensional dan atau berdasarkan prinsip syariah yang dalam kegiatannya memberikan jasa dalam lalu lintas pembayaran. Sedang pengertian prinsip syariah itu sendiri adalah aturan berdasarkan hukum Islam.

Bank syariah adalah bank yang beroperasi sesuai dengan prinsip-prinsip Islam, yakni bank dengan tata cara dan operasinya mengikuti ketentuan-ketentuan syariah Islam. Salah satu unsur yang harus di jauhi dalam muamalah Islam adalah praktik-praktik yang mengandung unsur riba (spekulasi dan tipuan) (Firdaus, 2015).

Pada umumnya, hal yang dimaksud dengan bank syariah adalah lembaga keuangan yang usaha pokoknya memberi layanan pembiayaan kredit dan jasa dalam lalu lintas pembayaran serta peredaran uang yang beroperasi disesuaikan dengan prinsip-prinsip syariah. Bank syariah merupakan bank yang beroperasi sesuai dengan prinsip syariah Islam, mengacu kepada ketentuan-

ketentuan yang ada dalam Al-Quran dan Al-Hadist. Dengan mengacu kepada Al-Quran dan Al-Hadist, maka bank syariah diharapkan dapat menghindari kegiatan-kegiatan yang mengandung unsur riba dan segala hal yang bertentangan dengan syariat Islam.

Adapun perbedaan pokok antara bank syariah dengan bank konvensional terdiri dari beberapa hal. Bank syariah tidak melaksanakan sistem bunga dalam seluruh aktivitasnya, sedang bank konvensional memakai sistem bunga. Hal ini memiliki implikasi yang sangat dalam dan sangat berpengaruh pada aspek operasional dan produk yang dikembangkan oleh bank syariah. Bank syariah lebih menekankan sistem kerja serta partnership, kebersamaan terutama kesiapan semua pihak untuk berbagi termasuk dalam hal-hal keuntungan dan kerugian. Kehadiran bank syariah diharapkan dapat berpengaruh terhadap kehadiran suatu sistem ekonomi Islam yang menjadi keinginan bagi setiap.

2.1.2 Fungsi dan Tujuan Bank Syariah

Bank syariah adalah bank yang menjalankan fungsi intermediasinya berdasarkan prinsip-prinsip syariat Islam. Peran dan fungsi bank syariah, di antaranya sebagai berikut: (Arifin, 2017)

1. Sebagai tempat menghimpun dana dari masyarakat atau dunia usaha dalam bentuk tabungan (*mudharabah*), dan

giro (*wadiah*), serta menyalurkannya kepada sektor riil yang membutuhkan.

2. Sebagai tempat investasi bagi dunia usaha (baik dana modal maupun dana rekening investasi) dengan menggunakan alat-alat investasi yang sesuai dengan syariah.
3. Menawarkan berbagai jasa keuangan berdasarkan upah dalam sebuah kontrak perwakilan atau penyewaan.
4. Memberikan jasa sosial seperti pinjaman kebajikan, zakat dan dana sosial lainnya yang sesuai dengan ajaran Islam.
5. Menghindari riba, pembentukan perbankan syariah dimulai dengan adanya ketentuan hukum bahwa riba merupakan sesuatu yang telah diharamkan sehingga dilarang oleh agama. Dengan adanya larangan tersebut kemudian timbul pemikiran mendirikan bank syariah yang bertujuan untuk menjauhkan umat dari praktik riba dalam kegiatan usaha perbankan (Susanto, 2019).
6. Mengamalkan prinsip syariah dalam perbankan, Mengamalkan prinsip-prinsip syariah ke semua aspek kehidupan merupakan kewajiban yang telah diperintahkan oleh Allah kepada hamba-hamba-Nya. Tujuan secara mendasar mengamalkan prinsip-prinsip syariah ialah untuk mencapai kemashlahatan hidup dunia akhirat (*falah*).

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

2.1.3 Prinsip Operasional Bank Syariah

Prinsip operasional perbankan di Indonesia terdapat dua jenis bank, yaitu bank konvensional dan bank syariah, di mana ke dua jenis bank tersebut menggunakan sistem yang berbeda. Adapun prinsip dasar perbankan syariah menurut Hanan (2016) berdasarkan pada pertimbangan:

- 1) Bank syariah mengharamkan bunga dan oleh karena itu tidak menggunakan mekanisme bunga dalam operasionalnya, maka seharusnya Lembaga yang menjamin simpanan nasabahnya pun juga tidak menggunakan mekanisme bunga.
- 2) Bank syariah dalam operasionalnya menggunakan akad yang sudah ditentukan dalam fiqh Islam, maka Lembaga

yang menjamin simpanan nasabahnya pun juga harus mendasarkan pada akad yang ditentukan dalam fiqih Islam.

- 3) Bank syariah terikat dengan ketentuan apa yang boleh dilakukan dan tidak boleh dilakukan berdasarkan ketentuan agama Islam, maka lembaga yang menjamin simpanan nasabahnya pun juga harus mendasarkan pada ketentuan yang sama.

Menurut Ascarya (2018) prinsip syariah yang dipakai sebagai landasan operasional Bank Syariah diantaranya:

1. Bebas dari Bunga (riba). Dalam pengertian ini bunga dianggap sama dengan riba.
2. Bebas dari kegiatan spekulatif non produktif (judi: *maysir*).

Dalam artian tidak diperkenankan dalam system syariah seseorang melakukan sesuatu yang bersifat spekulatif, dengan keuntungan besar serta risiko yang besar.

1. Bebas dari hal-hal meragukan (*gharar*)
 - a. Menjual barang yang belum ditangan penjual,
 - b. Penjualan barang yang sulit dipindah tangankan,
 - c. Penjualan yang belum ditentukan harga, jumlah dan kualitasnya,
 - d. Penjualan yang menguntungkan satu pihak saja.
2. Bebas dari hal-hal rusak (*batil*)

- a. Jual beli barang-barang psicotropika
- b. Produk-produk yang merusak lingkungan.

Dengan demikian akan ada konsistensi antara bank syariah dengan lembaga yang menjamin simpanan dana yang ada pada bank syariah, yang pada akhirnya akan menjamin perlindungan terhadap nasabah yang ingin menjalankan agama dengan baik dan benar.

2.1.4 Perkembangan Perbankan Syariah di Indonesia

Gagasan mengenai bank yang menggunakan sistem bagi hasil telah muncul sejak lama, ditandai dengan banyaknya pemikir-pemikir muslim yang menulis tentang keberadaan bank syariah, misalnya Anwar Qureshi (1946), Naiem Siddiqi (1948), dan Mahmud Ahmad (1952). Kemudian uraian yang lebih terperinci tentang gagasan itu ditulis oleh Mawdudi (1961). Demikian juga dengan tulisan-tulisan Muhammad Hamidullah yang ditulis pada 1944, 1955; 1957; dan 1962, bisa dikategorikan sebagai gagasan pendahulu mengenai Perbankan Islam (Sudarsono, 2017: 28).

Perbankan yang mulanya hanya ada di daratan Eropa kemudian menyebar ke Asia Barat. Sejalan dengan perkembangan daerah jajahan, maka perbankan pun ikut dibawa ke negara jajahan mereka. Di Indonesia juga tidak terlepas dari penjajahan Belanda yang mendirikan beberapa bank seperti *De Javasche Bank*, *De Post Paar Bank* dan lainnya serta bank-bank

milik pribumi, Cina, Jepang, dan Eropa seperti Bank Nasional Indonesia, Batavia Bank, dan lainnya. Di zaman kemerdekaan perbankan Indonesia sudah semakin maju, mulai dari bank pemerintah maupun bank swasta (Soemitra, 2009: 62).

Sejarah perkembangan bank syariah modern tercatat di Pakistan dan Malaysia sekitar tahun 1940, yaitu upaya pengelolaan dana jamaah haji secara nonkonvensional. Rintisan bank syariah lainnya adalah dengan berdirinya *Mit Ghamr Lokal Saving Bank* pada tahun 1963 di Mesir oleh Dr. Ahmad el-Najar. Secara kolektif gagasan berdirinya bank syariah di tingkat internasional, muncul dalam konferensi negara-negara Islam sedunia, di Kuala Lumpur, Malaysia pada tanggal 21-27 April 1969, yang diikuti oleh 19 negara peserta. Konferensi tersebut memutuskan beberapa hal, yaitu (Sudarsono, 2017: 28)

1. Tiap keuntungan haruslah tunduk kepada hukum untung dan rugi, jika tidak ia termasuk riba dan riba itu sedikit atau banyak hukumnya haram.
2. Diusulkan supaya dibentuk suatu Bank syariah yang bersih dari sistem riba dalam waktu secepat mungkin.
3. Sementara menunggu berdirinya Bank syariah, bank-bank yang menerapkan bunga diperbolehkan beroperasi. Namun jika benar-benar dalam keadaan darurat. Pembentukan bank syariah semula memang banyak diragukan, sebab:

- a. Banyak yang beranggapan bahwa sistem perbankan bebas bunga (*interest free*) adalah suatu yang tak mungkin dan tidak lazim.
- b. Adanya pertanyaan tentang bagaimana bank akan membiayai operasinya.

Tetapi di lain pihak, bank Islam adalah satu alternative sistem ekonomi Islam. Untuk lebih mempermudah berkembangnya bank syariah di negara-negara muslim perlu ada usaha bersama di antara negara muslim. Maka pada bulan Desember 1970, pada Sidang Menteri Luar Negeri negara-negara Organisasi Konferensi Islam (OKI) di Karachi, Pakistan, delegasi Mesir mengajukan sebuah proposal untuk mendirikan bank syariah.

Proposal tentang Pendirian Bank Islam Internasional untuk Perdagangan dan Pembangunan (*International Islamic Bank for Trade and Development*) dan proposal pendirian Federasi Bank Islam (*Federation of Islamic Bank*) dikaji para ahli dari delapan belas negara Islam. Pada Sidang Menteri Luar Negeri OKI di Benghazi, Libya, Maret 1973 usulan tersebut kembali diagendakan. Sidang kemudian memutuskan agar OKI mempunyai bidang yang khusus menangani masalah ekonomi dan keuangan. Bulan Juli 1973, komite ahli yang mewakili negara-negara Islam penghasil minyak bertemu di Jeddah, Arab Saudi untuk membicarakan pendirian bank syariah. Rancangan

pendirian bank tersebut, berupa anggaran dasar dan anggaran rumah tangga, dibahas pada pertemuan kedua, Mei 1974.

Pada sidang Menteri Keuangan OKI di Jeddah, 1974, disetujui rancangan pendirian Bank Pembangunan Islam atau *Islamic Development Bank (IDB)* dengan modal 12 miliar dinar atau ekuivalen 2 miliar SDR (*special drawing right*) IMF (*International Monetary Fund*). Berdirinya IDB memotivasi negara-negara Islam untuk mendirikan lembaga keuangan syariah. Pada akhir periode 1970-an dan awal dekade 1980-an, lembaga keuangan syariah bermunculan di Mesir, Sudan, negara-negara Teluk, Pakistan, Iran, Malaysia, serta Turki termasuk Indonesia pada periode 1990-an (M. Ridwan, 2018: 69). Selain itu, ada negara-negara non-muslim yang mendirikan bank Islam, seperti Inggris, Denmark, Bahamas (Benon), Swiss, dan Luxemburg. Secara garis besar, lembaga-lembaga keuangan syariah tersebut dimasukkan dalam dua kategori, yaitu bank Islam komersial (*Islamic Comercial Bank*) dan lembaga investasi dalam bentuk *International Holding Companies* (Antonio, 2016:232).

Pesatnya perkembangan bank syariah menimbulkan ketertarikan bank konvensional untuk menawarkan produk-produk bank syariah. Hal tersebut tercermin dari tindakan beberapa bank konvensional yang membuka system tertentu di dalam masing-masing bank dalam menawarkan produk bank syariah, misalnya "*Islamic windows*" di Malaysia, "*the Islamic*

transactions" di cabang Bank Mesir, dan *"the Islamic services"* di cabangcabang bank perdagangan Arab Saudi. Sementara itu Citibank mendirikan Citi Islamic Investment Bank pada tahun 1996 di Bahrain yang merupakan *wholly-owned subsidiary*. Gagasan untuk mendirikan bank syariah di Indonesia sebenarnya sudah muncul sejak pertengahan tahun 1970-an. Hal ini dibicarakan pada seminar nasional Hubungan Indonesia-Timur Tengah pada 1974 dan pada tahun 1976 dalam seminar internasional yang diselenggarakan oleh Lembaga Studi Ilmu-Ilmu Kemasyarakatan (LSIK) dan Yayasan Bhineka Tunggal Ika. Namun, ada beberapa alasan yang menghambat terealisasinya ide ini:

1. Operasi bank syariah yang menerapkan prinsip bagi hasil belum diatur, dan karena itu, tidak sejalan dengan UU Pokok Perbankan yang berlaku, yakni UU No 14/1967.
2. Konsep bank syariah dari segi politis berkonotasi ideologis, merupakan bagian dari atau berkaitan dengan konsep negara Islam, dan karena itu tidak dikehendaki pemerintah.
3. Masih dipertanyakan, siapa yang bersedia menaruh modal dalam ventura semacam itu, sementara pendirian bank baru dari Timur Tengah masih dicegah, antara lain pembatasan bank asing yang ingin membuka kantornya di Indonesia.

Akhirnya gagasan mengenai bank syariah itu muncul lagi sejak tahun 1988, di saat pemerintah mengeluarkan Paket Kebijakan Oktober (Pakto) yang berisi liberalisasi industri perbankan. Para ulama pada waktu itu berusaha untuk mendirikan bank bebas bunga, tapi tidak ada satupun perangkat hukum yang dapat dirujuk, kecuali bahwa perbankan dapat saja menetapkan bunga sebesar 0%. Setelah adanya rekomendasi dari lokakarya ulama tentang bunga bank dan perbankan di Cisarua, Bogor tanggal 19-22 Agustus 1990, yang kemudian dibahas lebih mendalam pada Musyawarah Nasional (Munas) IV Majelis Ulama Indonesia (MUI) yang berlangsung di Hotel Sahid Jaya, Jakarta, 22-25 Agustus 1990, dibentuklah kelompok kerja untuk mendirikan bank syariah di Indonesia (Pandia, 2015: 189).

Bank Muamalat Indonesia adalah bank syariah pertama di Indonesia yang lahir sebelum lahirnya Undang-undang Nomor 7 tahun 1992 yang memungkinkan berdirinya bank yang sepenuhnya melakukan kegiatan berdasarkan prinsip syariah (Sutan Remy Syahdeini, 2014: 97) BMI lahir sebagai hasil kerja tim Perbankan MUI tersebut di atas. Akte pendirian PT Bank Muamalat Indonesia ditandatangani pada tanggal 1 November 1991. Pada saat akte pendirian ini terkumpul komitmen pembelian saham sebanyak Rp. 84 miliar. Pada tanggal 3 Nopember 1991, dalam acara silaturahmi Presiden di Istana Bogor, dapat dipenuhi dengan total komitmen modal disetor awal sebesar Rp.

106.126.382.000,-. Dana tersebut berasal dari presiden dan wakil presiden, sepuluh menteri Kabinet Pembangunan V, juga Yayasan Amal Bakti Muslim Pancasila, Yayasan Dakab, Supersemar, Dharmais, Purna Bhakti Pertiwi, PT PAL, dan PT Pindad. Selanjutnya, Yayasan Dana Dakwah Pembangunan ditetapkan sebagai yayasan penopang bank syariah. Dengan terkumpulnya modal awal tersebut, pada tanggal 1 Mei 1992, Bank Muamalat Indonesia (BMI) mulai beroperasi.

Keberadaan BMI ini semakin diperkuat secara konstitusi dengan munculnya Undang-Undang (UU) No. 7 tahun 1992 tentang Perbankan, di mana perbankan bagi hasil diakomodasi. Dalam UU tersebut, pasal 13 ayat (c) menyatakan bahwa salah satu usaha Bank Perkreditan Rakyat (BPR) menyediakan Pembiayaan bagi nasabah berdasarkan prinsip bagi hasil sesuai dengan ketentuan yang ditetapkan dalam peraturan pemerintah. Menanggapi Pasal tersebut, pemerintah pada tanggal 30 Oktober 1992 telah mengeluarkan Peraturan Pemerintah Nomor 72 tahun 1992 tentang bank berdasarkan prinsip bagi hasil dan diundangkan pada tanggal 30 Oktober 1992 dalam lembaran negara Republik Indonesia No. 119 tahun 1992 (Iska, 2012: 253)

Pendirian Bank Muamalat ini diikuti oleh Bank Perkreditan Rakyat Syariah (BPRS). Namun demikian, keberadaan dua jenis lembaga keuangan tersebut belum sanggup menjangkau masyarakat Islam lapisan bawah. Oleh karena itu,

dibentuklah lembaga-lembaga keuangan mikro syariah yang disebut Baitul Maal Wattamwil (BMT). Setelah dua tahun beroperasi, Bank Muamalat mensponsori berdirinya asuransi Islam, Syarikat Takaful Indonesia (STI) dan menjadi salah satu pemegang sahamnya. Tiga tahun kemudian, yaitu 1997, Bank Muamalat mensponsori lokakarya ulama tentang reksadana syariah yang kemudian diikuti dengan beroperasinya Reksadana Syariah oleh PT Danareksa Investment Management. Pada tahun 1998 muncul Undang-Undang Nomor 10 tahun 1998 tentang perubahan Undang-Undang Nomor 7 tahun 1992 tentang Perbankan. Dalam Undang-Undang ini terdapat beberapa perubahan yang memberikan peluang yang lebih besar bagi pengembangan perbankan syariah. Dari UU tersebut disebutkan bahwa sistem perbankan syariah dikembangkan dengan tujuan:

1. Memenuhi kebutuhan jasa perbankan bagi masyarakat yang tidak menerima konsep bunga. Dengan ditetapkannya sistem perbankan syariah yang berdampingan dengan sistem perbankan konvensional, mobilitas dana masyarakat dapat dilakukan secara lebih luas terutama dari segmen yang selama ini belum dapat tersentuh oleh sistem perbankan konvensional yang menerapkan sistem bunga.
2. Membuka peluang pembiayaan bagi pengembangan usaha berdasarkan prinsip kemitraan. Dalam prinsip ini, konsep

yang diterapkan adalah hubungan investor yang harmonis (*mutual investor relationship*). Sementara, dalam bank konvensional konsep yang diterapkan adalah hubungan debitur dan kreditur (*debtor to creditor relationship*).

3. Memenuhi kebutuhan akan produk dan jasa perbankan yang memiliki beberapa keunggulan komparatif berupa peniadaan pembebanan bunga yang berkesinambungan (*perpetual interest effect*) membatasi kegiatan spekulasi yang tidak produktif (*unproductive speculation*), pembiayaan ditujukan kepada usaha-usaha yang lebih memperhatikan unsur moral.

Pemberlakuan Undang-Undang Nomor 10 tahun 1998 tentang perubahan Undang-Undang Nomor 7 tahun 1992 tentang Perbankan yang diikuti dengan dikeluarkannya sejumlah ketentuan pelaksanaan dalam bentuk SK Direksi BI/ Peraturan Bank Indonesia, telah memberikan landasan hukum yang lebih kuat bagi pengembangan perbankan syariah di Indonesia. Peraturan-peraturan tersebut memberikan kesempatan yang luas untuk mengembangkan jaringan perbankan syariah antara lain melalui izin pembukaan Kantor Cabang Syariah (KCS) oleh bank konvensional. Dengan kata lain, bank umum dapat menjalankan dua kegiatan usaha, baik secara konvensional maupun berdasarkan prinsip syariah (Sudarsono, 2017: 30-34).

Pada tanggal 16 Juli 2008, Undang-Undang Nomor 21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah disahkan yang memberikan landasan hukum industri perbankan syariah nasional dan diharapkan mendorong perkembangan bank syariah yang selama lima tahun terakhir asetnya tumbuh lebih dari (>5% per tahun namun pasarnya (*market share*) secara nasional masih di bawah 5%. Undang-undang ini mengatur secara khusus mengenai perbankan syariah, baik secara kelembagaan maupun kegiatan usaha. Beberapa lembaga hukum baru diperkenalkan dalam Undang-Undang Nomor 21 Tahun 2008, antara lain yakni menyangkut pemisahan (*spin-off*) UUS baik secara sukarela maupun wajib dan Komite Perbankan Syariah (Undang-undang Nomor 21 tahun 2008 tentang Perbankan Syariah, 2008). Selain itu terdapat beberapa PBI yang diamanahkan oleh Undang-Undang Nomor 21 Tahun 2008.

Adapun PBI yang secara khusus merupakan peraturan pelaksana dari Undang-Undang Nomor 21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah dan telah diundangkan hingga saat ini antara lain:

1. PBI No.10/16/PBI/2008 tentang Perubahan Atas PBI No. 9/19/PBI/2007 tentang Pelaksanaan Prinsip Syariah dalam Kegiatan Penghimpunan Dana dan Penyaluran Dana serta Pelayanan Jasa Bank Syariah.

2. PBI No 10/17/PBI/2008 tentang Produk Bank Syariah dan Unit Usaha Syariah.
3. PBI No 10/18/PBI/2008 tentang Restrukturisasi Pembiayaan Bank Syariah.
4. PBI No 10/23/PBI/2008 tentang Perubahan Kedua Atas PBI No. 6/21/PBI/2004 tentang Giro Wajib Minimum dalam Rupiah dan Valuta Asing bagi Bank Umum yang Melaksanakan Kegiatan Usaha Berdasarkan Prinsip Syariah.
5. PBI No.10/24/PBI/2008 tentang Perubahan Kedua Atas PBI No. 8/21/PBI/2006 tentang Penilaian Kualitas Aktiva Bank Umum yang Melaksanakan Kegiatan Usaha Berdasarkan Prinsip Syariah.
6. PBI No. 10/32/PBI/2008 tentang Komite Perbankan Syariah.
7. PBI No. 11/3/PBI/2009 tentang Bank Umum Syariah.

Agustianto juga mengemukakan bahwa perkembangan perbankan syariah di Indonesia makin pesat dan berkembang secara fantastis. Krisis keuangan global di satu sisi telah membawa hikmah bagi perkembangan perbankan syariah (Sudarsono, 2007: 30-34).

2.1.5 Perkembangan Bank Syariah di Aceh

Perbankan syariah di Aceh mempunyai potensi perkembangan yang sangat besar, karena Aceh (khususnya)

merupakan suatu daerah yang menerapkan syariat Islam secara khaffah dan juga merupakan kota yang dijuluki kota serambi Mekkah yang sangat cocok dengan produk yang ditawarkan oleh perbankan syariah (Yulianti, 2015). Berdasarkan Qanun Aceh Nomor 8 Tahun 2014 tentang Pokok-Pokok Syariat Islam, Aceh adalah daerah yang merupakan kesatuan masyarakat hukum yang bersifat istimewa yang diberi kewenangan khusus untuk mengatur dan mengurus sendiri urusan pemerintahan dan kepentingan masyarakat setempat sesuai dengan peraturan perundang-undangan dalam sistem dan prinsip Negara Kesatuan Republik Indonesia berdasarkan Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945, yang di pimpin oleh seorang Gubernur.

Aceh dapat dikatakan sebagai salah satu daerah di Indonesia yang pertama kali mencetuskan berlakunya bank dengan menggunakan sistem syariah. Hal tersebut dibuktikan dengan didirikannya sebuah bank syariah di Aceh pada tahun 1991, yaitu Bank Perkreditan Rakyat Syariah (BPRS) Hareukat Lambaro di Aceh besar. Dimana, pendirian BPRS Hareukat Lambaro hampir bersamaan dengan pendirian bank umum syariah pertama di 50 Indonesia yaitu Bank Muamalat Indonesia (BMI) yang juga didirikan pada tahun 1991 (Khalidin, 2016).

Industri perbankan syariah di Aceh mulai bertumbuh dengan baik khususnya setelah krisis ekonomi dan keuangan pada tahun 1997/1998, dimana bank-bank syariah baik bank umum

syariah, unit usaha syariah dan bank pembiayaan syariah terus berkembang dengan baik di bumi Serambi Mekkah. Perkembangan pesat tersebut ditunjukkan dengan pembukaan kantor dan cabangcabang bank syariah di seruluh pelosok Aceh setelah daerah Aceh mendapatkan otoritas dari Pemerintah Pusat dalam menerapkan syariah Islam, baik yang terkandung dalam Undang-Undang Nomor 44 Tahun 1999 tentang Keistimewaan Aceh dan UU Nomor 11 Tahun 2006 tentang Pemerintahan Aceh (Khalidin, 2017).

Aceh merupakan provinsi yang sangat kental menerapkan adat istiadat dengan keagamaan, artinya provinsi Aceh merupakan salah satu provinsi yang mengatur kehidupan masyarakatnya dengan berbagai macam peraturan berdasarkan syariah. Aceh juga merupakan provinsi yang mendukung penerapan perbankan dengan prinsip syariah, dimana di Aceh sendiri perbankan syariah mempunyai aturan tersendiri yaitu Qanun Nomor 8 Tahun 2014 tentang Pokok-Pokok Syari'at Islam. Qanun tersebut telah mewajibkan bahwa lembaga keuangan yang beroperasi di Aceh harus dilaksanakan dengan prinsip syariah, dan dengan adanya Qanun tersebut, maka lembaga keuangan syariah di Aceh memiliki legalitas yang sah. 51 Qanun tersebut juga diharapkan dapat mendorong terwujudnya perekonomian Aceh yang syariah. Pada tahun 2018 lembaga keuangan di Aceh telah memiliki Qanun khusus tentang Lembaga Keuangan Syariah

(LKS) yaitu Qanun Nomor 11 Tahun 2018. Dalam sejarah Aceh adalah provinsi yang memiliki bank daerah pertama yang beroperasi berdasarkan prinsip syariah di seluruh Indonesia, Bank Aceh melakukan konversi menjadi Bank Aceh syariah pada tahun 2016 (<https://www.acehprov.go.id>).

Dengan adanya konversi Bank Aceh menjadi Bank Aceh Syariah, perkembangan perbankan syariah di Aceh tumbuh meningkat serta adanya konversi tersebut juga ikut menyokong pertumbuhan perbankan syariah secara nasional. Pada tahun 2017 market share perbankan syariah di Aceh tumbuh lebih besar dibandingkan dengan market share perbankan syariah secara nasional, dimana, pada tahun 2017 market share perbankan syariah untuk provinsi Aceh mencapai angka sebesar 33,15%, dengan total pertumbuhan DPK sebesar 26,86%, aset sebesar 15,87% dan pembiayaan sebesar 6,61% (<https://www.ojk.go.id>).

Pertumbuhan yang dialami perbankan syariah cukup mengembirakan pada tahun tersebut, dimana pada tahun tersebut Aceh juga merupakan provinsi yang memiliki bank daerah dengan prinsip operasional berdasarkan syariah. Dalam perkembangan pertumbuhan perbankan syariah, pada tahun 2018 Aceh merupakan provinsi yang memperoleh peringkat keempat dari 10 provinsi dengan aset perbankan syariah terbesar di Indonesia. Namun, pada 52 tahun 2018 pertumbuhan perbankan syariah di provinsi Aceh mengalami penurunan yang cukup signifikan,

dimana pertumbuhan aset perbankan syariah untuk provinsi Aceh pada tahun 2018 hanya mencapai angka 2,33% saja, juga pertumbuhan pembiayaan hanya sebesar 2,20% serta pertumbuhan DPK hanya 0,61% (<https://www.ojk.go.id>).

2.2 Persepsi Nasabah

2.2.1 Pengertian Persepsi Nasabah

Definisi mengenai persepsi yang sejatinya cenderung lebih bersifat psikologis daripada hanya merupakan proses penginderaan saja, maka ada beberapa faktor yang mempengaruhi, seperti perhatian yang selektif, individu memusatkan perhatiannya pada rangsang-rangsang tertentu saja. Kemudian ciri-ciri rangsang, rangsang yang bergerak diantara rangsang yang diam akan lebih menarik perhatian. Selanjutnya adalah nilai dan kebutuhan individu, dan yang terakhir pengalaman dahulu. Pengalaman terdahulu sangat mempengaruhi bagaimana seseorang mempersepsikan dunianya (Shaleh, 2015).

Membahas mengenai istilah persepsi akan dijumpai banyak batasan atau definisi tentang persepsi yang dikemukakan oleh para ahli, antara lain yaitu: Rahkmat (2018) mengemukakan pendapatnya bahwa persepsi adalah pengalaman tentang obyek, peristiwa atau hubungan yang diperoleh dengan menyimpulkan

informasi dan menafsirkan pesan. Persepsi setiap individu dapat sangat berbeda, meskipun yang diamati benar-benar sama.

Persepsi ialah memberikan makna pada stimuli indrawi (*sensory stimuli*). Hubungan sensasi dengan persepsi sudah jelas bahwa sensasi adalah bagian dari persepsi (Rakhmat, 2018). Menurut Derato (2016) persepsi adalah pengalaman tentang objek, peristiwa, atau hubungan-hubungan yang diperoleh dengan menyimpulkan informasi dan menafsirkan pesan yang telah diterima.

Persepsi merupakan suatu proses yang didahului oleh proses penginderaan, yaitu merupakan proses diterimanya stimulus oleh individu melalui alat indra atau juga disebut proses sensoris. Namun proses itu tidak berhenti begitu saja, melainkan stimulus tersebut diteruskan dan proses selanjutnya merupakan proses persepsi. Proses persepsi tidak dapat lepas dari proses penginderaan, dan proses penginderaan merupakan proses pendahulu dari proses persepsi (Shaleh, 2018).

Menurut As'ad (2015) persepsi adalah proses stimulus dari lingkungannya dan kemudian mengorganisasikan serta menafsirkan atau suatu proses dimana seseorang mengorganisasikan dan menginterpretasikan kesan atau ungkapan indranya agar memilih makna dalam konteks lingkungannya. Hal ini juga dikemukakan oleh Sarwono (2017) yang mengartikan persepsi merupakan proses yang digunakan oleh seorang individu

untuk menilai keangkuhan pendapatnya sendiri dan kekuatan dari kemampuan-kemampuannya sendiri dalam hubungannya dengan pendapat-pendapat dan kemampuan orang lain. Sedangkan pengertian persepsi menurut Walgito (2019) adalah pengorganisasian, penginterpretasian terhadap stimulus yang diterima oleh organisme atau individu sehingga merupakan sesuatu yang berarti dan merupakan aktivitas integrated dalam diri individu.

Persepsi juga merupakan proses internal yang mana telah diakui oleh individu ketika menyeleksi dan mengatur stimuli yang berasal dari luar. Stimuli ini ditangkap oleh indera yang dimiliki seseorang, kemudian secara spontan perasaan dan pikiran individu akan memberikan makna dari stimuli yang ada tersebut. Secara sederhana, dapat dikatakan jika persepsi adalah proses individu dalam memahami hubungan atau kontak dengan dunia yang ada di sekelilingnya (Suranto, 2015).

David Krech dalam Ariani (2017) mendefinisikan persepsi sebagai peta kognitif individu bukanlah penyajian potografik dari suatu kenyataan fisik, melainkan agak bersifat konstruksi pribadi yang kurang sempurna mengenai objek tertentu, diseleksi sesuai dengan kepentingan utamanya dan dipahami sesuai kebiasaannya.

Berdasarkan pengertian di atas dapat dijelaskan bahwa persepsi adalah kecakapan untuk melihat, memahami, dan

menafsirkan suatu stimulus sehingga merupakan sesuatu yang berarti serta menghasilkan sebuah penafsiran. Selain itu, persepsi merupakan pengalaman terdahulu yang sering muncul dan menjadi suatu kebiasaan. Berbagai batasan terhadap persepsi yang dijelaskan di atas, dapat disimpulkan bahwa persepsi adalah sebagai proses mental pada individu dalam usahanya mengenal sesuatu yang meliputi aktivitas mengolah suatu stimulus yang ditangkap indera dari suatu obyek, sehingga diperoleh pengertian dan pemahaman tentang stimulus tersebut. Persepsi merupakan dinamika yang terjadi dalam diri individu disaat ia menerima stimulus dari lingkungannya.

2.2.2 Proses Terjadinya Persepsi

Menurut Thoha (2016), proses terbentuknya persepsi seseorang didasari pada beberapa tahapan berikut, yaitu:

1. Stimulus atau rangsangan, terjadinya persepsi diawali ketika seseorang dihadapkan pada suatu stimulus atau rangsangan yang hadir dari lingkungannya.
2. Registrasi, dalam proses registrasi suatu gejala yang nampak adalah mekanisme fisik yang berupa penginderaan dan saraf seseorang berpengaruh melalui alat indera yang dimilikinya.
3. Interpretasi, merupakan suatu aspek kognitif dari persepsi yang sangat penting yaitu proses memberikan arti kepada stimulus yang diterimanya. Proses interpretasi bergantung

pada cara pendalamannya, motivasi dan kepribadian seseorang.

4. Umpan balik (*feed back*), setelah melalui proses interpretasi, informasi yang sudah diterima dipersepsikan oleh seseorang dalam bentuk umpan balik terhadap stimulus.

Sementara itu menurut Shaleh (2018) proses terjadinya persepsi dapat dijelaskan sebagai berikut. Objek menimbulkan stimulus, dan stimulus mengenai alat indera atau reseptor. Perlu dikemukakan bahwa antara objek dan stimulus itu berbeda, tetapi ada kalanya bahwa objek dan stimulus itu menjadi satu, misalnya dalam hal tertekan. Benda sebagai objek langsung mengenai kulit, sehingga akan terasa tekanan tersebut. Proses stimulus mengenai alat indera merupakan proses kealaman atau proses fisik. Stimulus yang diterima oleh alat indera diteruskan oleh syaraf sensoris ke otak. Proses ini yang disebut sebagai proses fisiologis. Kemudian terjadilah proses di otak sebagai pusat kesadaran sehingga individu menyadari apa yang dilihat, atau apa yang didengar, atau apa yang diraba. Proses yang terjadi di dalam otak atau dalam pusat kesadaran inilah yang disebut sebagai proses psikologis. Dengan demikian dapat dikemukakan bahwa syaraf terakhir dari proses persepsi ialah individu menyadari tentang misalnya apa yang dilihat, apa yang didengar, atau apa yang diraba, yaitu stimulus yang dilalui oleh alat indera. Proses ini merupakan proses terakhir dari persepsi dan merupakan persepsi sebenarnya.

Respon sebagai akibat dari persepsi dapat diambil oleh individu dalam berbagai macam bentuk. Individu menerima bermacam-macam stimulus yang datang dari lingkungan. Tetapi tidak semua akan diperhatikan atau akan diberikan respon. Individu mengadakan seleksi terhadap stimulus yang mengenainya, dan di sini berperannya perhatian. Sebagai akibat dari stimulus yang dipilihnya dan diterima oleh individu, individu menyadari dan memberikan respon sebagai reaksi terhadap stimulus tersebut (Shaleh, 2018).

2.2.3 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Persepsi Nasabah

Proses terbentuknya persepsi sangat kompleks dan ditentukan oleh dinamika yang terjadi dalam diri seseorang ketika ia mendengar, mencium, melihat, merasa, atau bagaimana ia memandang suatu obyek dalam melibatkan aspek psikologis dan pancainderanya. Menurut Walgito dalam Thahir (2020) terdapat dua faktor yang mempengaruhi persepsi yaitu faktor ektern dan intern.

1. Faktor Internal

Faktor yang mempengaruhi persepsi berkaitan dengan kebutuhan psikologis, latar belakang pendidikan, alat indera, syaraf atau pusat susunan syaraf, kepribadian dan pengalaman penerimaan diri serta keadaan individu pada waktu tertentu.

2. Faktor Eksternal

Faktor ini digunakan untuk obyek yang dipersepsikan atas orang dan keadaan, intensitas rangsangan, lingkungan, kekuatan rangsangan akan turut menentukan didasari atau tidaknya rangsangan tersebut.

Sementara itu, Shaleh (2018) mengemukakan faktor-faktor yang berperan dalam persepsi dapat dikemukakan adanya beberapa faktor, yaitu:

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 syaraf penerima yang bekerja sebagai reseptor. Namun sebagian terbesar stimulus datang dari luar individu.

2. Alat indera, syaraf, dan pusat susunan syaraf

Alat indera atau reseptor merupakan alat untuk menerima stimulus. Di samping itu juga harus ada syaraf sensoris sebagai alat untuk meneruskan stimulus yang diterima reseptor ke pusat susunan syaraf, yaitu otak sebagai pusat kesadaran. Sebagai alat untuk mengadakan respon diperlukan syaraf motoris.

3. Perhatian

Untuk menyadari atau untuk mengadakan persepsi diperlukan adanya perhatian, yaitu merupakan langkah

pertama sebagai suatu persiapan dalam rangka mengadakan persepsi. Perhatian merupakan pemusatan atau konsentrasi dari seluruh aktivitas individu yang ditunjukkan kepada sesuatu atau sekumpulan objek.

Sedangkan menurut Asrori (2020) faktor lainnya yang mempengaruhi pembentukan persepsi seseorang adalah sebagai berikut:

1. *Frame of Reference*, yaitu ke rangka pengetahuan yang dimiliki yang dipengaruhi dari pendidikan, bacaan, penelitian dan lain-lain.
2. *Frame of experience*, yaitu berdasarkan pengalaman yang telah dialaminya yang tidak terlepas dari keadaan lingkungan sekitarnya.

Dari hal-hal tersebut dapat dikemukakan bahwa untuk mengadakan persepsi adanya beberapa faktor yang berperan, yang merupakan syarat agar terjadi persepsi, yaitu (1) objek atau stimulus yang dipersepsi; (2) alat indera atau syaraf-syaraf serta pusat susunan syaraf, yang merupakan syaraf fisiologis; (3) perhatian, yang merupakan syaraf psikologis.

2.2.4 Indikator Persepsi

Persepsi seseorang dapat diukur dengan indikator tertentu. Menurut Walgito (2019), persepsi memiliki indikator sebagai berikut:

1. Kognitif (komponen perseptual)

Persepsi kognitif yaitu komponen yang berkaitan dengan pengetahuan, pandangan, keyakinan, yaitu hal-hal yang berhubungan dengan bagaimana orang mempersepsi terhadap objek sikap (Walgito, 2019). Menurut Suryobroto (2014: 8) persepsi kognitif mencakup pengetahuan tentang fakta, konsep, dan lebih penting lagi adalah penalaran dan kemampuan memecahkan masalah, strategi dalam permainan, kemampuan berpikir kritis. Menurut Rakhmat (2018) komponen kognitif adalah aspek intelektual, yang berkaitan dengan apa yang diketahui manusia. Menurut Walgito (2019) indikator persepsi kognitif terdiri dari pandangan, penafsiran dan penilaian individu terhadap objek yang dipersepsi.

2. Afektif (komponen emosional)

Persepsi afektif yaitu komponen yang berhubungan dengan rasa senang atau tidak senang terhadap objek sikap. Rasa senang merupakan hal yang positif, sedangkan rasa tidak senang merupakan hal yang negatif (Walgito, 2019). Menurut Suryobroto (2004: 8) persepsi afektif mencakup sifat-sifat psikologis yang menjadi unsur kepribadian yang kuat, sikap sportif, jujur, disiplin, bertanggung jawab, percaya diri dan demokrasi. Menurut Rakhmat (2018) komponen afektif merupakan aspek emosional dari faktor sosiopsikologis. Menurut Walgito (2019) indikator persepsi afektif terdiri dari

perasaan individu dalam menghadapi objek persepsi dan penilaian individu terhadap suatu objek didasarkan pada keadaan emosional.

3. Konatif (komponen perilaku)

Persepsi konatif yaitu komponen yang berhubungan dengan kecenderungan bertindak terhadap objek sikap. Komponen ini menunjukkan intensitas sikap, yaitu menunjukkan besar kecilnya kecenderungan bertindak atau berperilaku seseorang terhadap objek sikap, dengan kata lain persepsi konatif ialah persepsi yang menyangkut bagaimana kecenderungan individu bertindak terhadap objek yang dipersepsi (Walgito, 2019). Menurut Rakhmat (2018) komponen konatif adalah aspek volisional, yang berhubungan dengan kebiasaan dan kemauan bertindak.

2.2.5 Indikator Persepsi Terhadap Bank Syariah

Pada penelitian ini peneliti melihat persepsi masyarakat Tionghoa terhadap Bank Syariah khusus mencakup empat aspek, yaitu sistem bagi hasil, sistem akad, sistem pelayanan dan produk bank.

1. Produk Bank Syariah

Produk umum perbankan syariah merupakan penggabungan berkenaan cara penghimpunan dan penyaluran dana yang dilakukan oleh Bank Syariah seperti yang telah diuraikan. Produk-produk yang secara umum diaplikasikan

untuk melayani kebutuhan warga masyarakat. Produk-produk dimaksud secara teknis telah mendapat rekomendasi dari para ulama, atau dalam hal ini telah mendapat persetujuan dari Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia (DSM MUI) yang berwenang mengawasi berbagai bentuk dan produk perbankan syariah sampai pada tingkat operasionalnya.

Hasil produk umum perbankan syariah dimaksud, yang kemudian dilaporkan kepada Dewan Syariah Nasional Laporan itu mempertanyakan apakah telah sesuai dengan ketentuan syariah, atau telah menyimpang. Sebagaimana telah dipraktikkan di beberapa negara yang mayoritas berpenduduk muslim. Dalam sistem perbankan syariah, terdapat beberapa produk yang dioperasikan atau diaplikasikan dalam kehidupan sosial ekonomi masyarakat. Namun demikian, terdapat sejumlah produk perbankan syariah yang diterapkan karena beberapa alasan. Namun, telah diterapkan di beberapa negara yang mayoritas berpenduduk muslim.

Produk-produk perbankan syariah yang telah mendapat rekomendasi dari Dewan Syariah nasional untuk dijalankan menurut Ascarya (2018) antara lain sebagai berikut:

- a. Pendanaan

Produk-produk pendanaan bank syariah ditujukan untuk memobilisasi dan investasi tabungan untuk pembangunan perekonomian dengan cara yang adil sehingga keuntungan yang adil dapat dijamin bagi semua pihak. Prinsip operasional syariah yang diterapkan dalam penghimpunan dana masyarakat adalah prinsip wadi'ah dan mudharabah (Ascarya, 2018).

Tabel 2.1
Kategori Pendanaan Bank Syariah

Giro:	Tabungan:	Deposito/investasi	Obligasi/Sukuk
a. <i>Wadi'ah</i>	a. <i>Wadi'ah</i>	a. <i>Mudharabah</i>	a. <i>Mudharabah</i>
b. <i>Qardh</i>	b. <i>Qardh</i>		b. <i>Ijarah</i>
	c. <i>Mudharabah</i>		

Sumber: Ascarya (2018).

b. Pembiayaan

Berdasarkan Undang-Undang Nomor 10 tahun 1998 Tentang Perbankan yang dimaksud pembiayaan adalah penyediaan uang atau tagihan atau yang dapat dipersamakan dengna itu berdasarkan tujuan atau kesepakatan pinjam meminjam antara bank dengan pihak lain yang mewajibkan pihak peminjam untuk melunasi hutangnya setelah jangka waktu tertentu ditambah dengan sejumlah bunga, imbalan atau pembagian hasil. Sedangkan menurut Peraturan Pemerintah Nomor 9 tahun 1995 Tentang pelaksanaan simpan pinjam oleh koperasi,

pengertian pinjaman adalah “penyediaan uang atau tagihan yang dapat dipersamakan dengan itu, berdasarkan tujuan atau kesepakatan pinjam meminjam antara koperasi dengan pihak lain yang mewajibkan pihak meminjam untuk melunasi hutangnya setelah jangka waktu tertentu dengan disertai pembayaran sejumlah imbalan”.

Dari sekian banyak produk pembiayaan bank syariah, tiga produk pembiayaan utama mendominasi portofolio pembiayaan bank syariah adalah pembiayaan modal kerja, pembiayaan investasi dan, pembiayaan aneka barang dan *property* (Ascarya, 2018).

2. Promosi Bank Syariah

Promosi merupakan suatu upaya dalam menginformasikan atau menawarkan produk atau jasa yang bertujuan untuk menarik calon konsumen agar membeli atau mengkonsumsinya, sehingga diharapkan dapat meningkatkan volume penjualan (Kötler dan Keller, 2012). Sedangkan menurut Gitosudarmo (2014) mengemukakan bahwa promosi merupakan kegiatan yang ditujukan untuk mempengaruhi konsumen agar mereka dapat menjadi kenal akan produk yang ditawarkan oleh perusahaan kepada mereka yang kemudian mereka menjadi senang lalu membeli produk tersebut.

Selanjutnya definisi lain menurut Peter dan Olson (2014) menyatakan bahwa promosi adalah suatu kegiatan yang

dilakukan pemasar untuk menyampaikan informasi mengenai produknya dan membujuk konsumen agar mau membelinya. Menurut Hasan (2009), promosi adalah fungsi pemasaran yang fokus untuk mengkomunikasikan program-program pemasaran secara persuasive kepada target pelanggan calon pelanggan (*audience*) untuk mendorong terciptanya transaksi pertukaran antara perusahaan dan *audience*.

Berdasarkan definisi-definisi diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa promosi adalah kegiatan menginformasikan mengenai produk dan jasa kepada konsumen agar dapat dikenal dan membujuk konsumen untuk dapat membeli produk dan jasa.

Tujuan utama dari promosi adalah menginformasikan, mempengaruhi dan membujuk, serta mengingatkan pelanggan sasaran tentang perusahaan dan bauran pemasaran. Menurut Tjiptono (2008), secara rinci ketiga tujuan promosi tersebut dapat dijabarkan sebagai berikut:

1. Menginformasikan (*informing*), dapat berupa:
 - a. Menginformasikan pasar mengenai keberadaan suatu produk baru.
 - b. Memperkenalkan cara pemakaian yang baru dari suatu produk.
 - c. Menyampaikan perubahan harga kepada pasar.
 - d. Menjelaskan cara kerja suatu produk.

- e. Menginformasikan jasa-jasa yang disediakan oleh perusahaan.
 - f. Meluruskan kesan yang keliru.
 - g. Mengurangi ketakutan atau kekhawatiran pembeli.
 - h. Membangun citra perusahaan.
2. Membujuk pelanggan sasaran (*persuading*) untuk:
- a. Membentuk pilihan merk
 - b. Mengalihkan pilihan ke merk tertentu.
 - c. Mengubah persepsi pelanggan terhadap atribut pokok.
 - d. Mendorong pembeli untuk belanja saat itu juga.
 - e. Mendorong pembeli untuk menerima kunjungan wiraniaga (*salesman*).
2. Mengingat (*reminding*), dapat terdiri atas:
- a. Mengingat pembeli bahwa produk yang bersangkutan dibutuhkan dalam waktu dekat.
 - b. Mengingat pembeli akan tempat-tempat yang menjual produk perusahaan.
 - c. Membuat pembeli tetap ingat walaupun tidak ada kampanye iklan.
 - d. Menjaga agar ingatan pertama pembeli jatuh pada produk perusahaan. Misalnya bila pembeli ingin membeli sabun mandi.

Menurut Tjiptono (2008), adapun fungsi dari promosi yaitu:

1. Mencari dan mendapatkan perhatian dari calon pembeli. Perhatian calon pembeli harus diperoleh, karena merupakan titik awal proses pengambilan keputusan dalam hal membeli suatu produk atau jasa.
2. Menciptakan dan menumbuhkan interest. pada diri calon pembeli. Perhatian yang sudah diberikan oleh seseorang mungkin akan dilanjutkan pada tahap berikutnya. yang dimaksud pada tahap dengan ini ialah timbulnya rasa tertarik seseorang kepada produk dan jasa yang ditawarkan ini yang akan menjadi dari fungsi promosi.

Menurut Huda (2017) secara garis besar ada empat macam sarana promosi yang digunakan oleh perbankan adalah sebagai berikut:

1. Periklanan (*Advertising*)

Iklan atau advertising adalah bentuk komunikasi yang melibatkan media massa maupun sosial media tentang produk, layanan, atau gagasan dari organisasi atau perusahaan. Bagi perusahaan, iklan adalah alat promosi yang berperan penting untuk menawarkan produk atau jasa kepada masyarakat luas. Dari modal iklan, perusahaan harus membuat iklan yang sangat menarik agar konsumen membeli produknya. Perusahaan juga harus memperhatikan strategi dan memilih media yang sesuai dengan kebiasaan masyarakat untuk memasang iklan tanpa melanggar aturan. Misalnya,

terdapat konsumen yang senang membaca koran atau menonton televisi, maka perusahaan harus membuat iklan sesuai target audience atau target market yang akan dituju. Hal tersebut diperlukan agar promosi berjalan dengan efektif dan efisien. Menurut Indriyo (2014) dalam periklanan mempunyai sifat-sifat sebagai berikut:

a. Memasyarakat (*Public Presentation*)

Dengan iklan yang baik dan tepat akan dapat menjangkau masyarakat luas dengan cepat. Dapat memberikan pengaruh terhadap barang yang ditawarkan oleh penjual. Karena pesan yang dirancang dalam iklan adalah sama untuk semua target audiens atau konsumen sehingga motivasi pembelian konsumen akan dapat dikenali.

a. Kemampuan membujuk

Periklanan mempunyai daya bujuk yang tinggi (sangat persuasif), hal ini disebabkan periklanan dapat dimuat berkali-kali. Dengan demikian para calon pembeli dapat membanding-bandingkan dengan iklan dibuat pesaing. Format iklan memberikan pesan yang positif akan citra perusahaannya.

b. Ekspresif (*expressiveness*)

Periklanan mempunyai kemampuan untuk mendramatisir produk sekaligus juga perusahaannya. Hal

ini disebabkan periklanan menggunakan seni cetak, warna, suara dan formalnya yang menarik.

c. Impersonal (tidak terhadap orang tertentu saja)

Periklanan merupakan bentuk komunikasi yang hanya menolong. Oleh karena itu konsekuensinya tidak dapat menanggapi respon atau tanggapan secara langsung dari pembaca iklan. Dalam hal ini iklan kurang luwes.

d. Efisien

Periklanan dikatakan efisien, karena periklanan dapat menjangkau masyarakat luas, terutama secara geografis. Sehingga biaya persatuan untuk promosi menjadi rendah atau murah.

2. Promosi Penjualan (*Sales Promotion*)

Promosi penjualan adalah suatu aktivitas yang dilakukan oleh sebuah perusahaan guna memasarkan produk atau jasanya dalam penempatan dan aturan tertentu agar menarik minat konsumen. Promosi penjualan di sini bertujuan agar jumlah nasabah meningkat. Oleh karena itu, perusahaan memerlukan gagasan-gagasan menarik dalam membuat promosi dalam penjualan produk atau jasanya agar konsumen tertarik. Contoh promosi penjualan adalah memberikan diskon, memberikan kupon atau *voucher*, memberikan sampel produk, serta mengadakan kontes atau *giveaway*. Adapun manfaat yang didapat dari kegiatan promosi penjualan:

- a. Dari segi komunikasi, jika perusahaan memberikan informasi tentang produk atau jasanya dengan baik, maka hal tersebut akan menarik perhatian nasabah dan segera membeli.
- b. Dari segi insentif, perusahaan akan diuntungkan jika semangat menawarkan produk atau jasanya ke nasabah.
- c. Invitasi, dari kegiatan promosi penjualan, diharapkan nasabah segera melakukan pembelian produk.

3. Penjualan Personal (*Personal Selling*)

Personal Selling merupakan penjualan secara langsung yang dilakukan oleh pegawai perusahaan dengan konsumen agar dapat memberikan pengaruh positif dan intensif serta dapat mengetahui ambisi, antusiasme, dan gaya hidup konsumen. Ada beberapa cara dalam personal selling, yaitu:

- a. *Door to door selling*, yaitu penjualan dari rumah ke rumah.
- b. *Mail Order*, yaitu penjualan berdasarkan pesanan melalui katalog produk atau dari promosi produk di sosial media.
- c. *Telephone Selling*, yaitu penjualan melalui telepon secara langsung.

d. *Direct Selling*, yaitu menawarkan produk secara langsung kepada masyarakat.

4. Hubungan Masyarakat (*Public Relations*)

Hubungan Masyarakat merupakan bagian penting dalam bauran promosi suatu perusahaan. Tugas perusahaan dalam menjalankan sebuah misi public relations adalah merencanakan serta membagikan informasi agar citra perusahaan dapat dikelola dan diawasi dengan baik. Sedangkan Jefkins (2012) mendefinisikan *public relations* sebagai suatu perencanaan komunikasi internal maupun komunikasi eksternal antara suatu perusahaan dengan masyarakat untuk memperoleh tujuan khusus dengan cara memberikan pengertian satu sama lain. Pada intinya, public relations merupakan ilmu untuk memahami agar membentuk alterasi positif. Dramatisasi dan kredibilitas merupakan sifat spesifik dari hubungan masyarakat.

5. Pemasaran Langsung

Pemasaran langsung merupakan suatu kegiatan komunikasi secara langsung antara pihak perusahaan dan konsumen yang di targetkan agar terciptanya korelasi yang baik antara keduanya. Kegiatan pemasaran langsung dapat melalui telemarketing, catalog, poster, website, dan lain-lain. Adapun beberapa ciri-ciri pemasaran langsung adalah:

- a. *Non-public* yaitu pesan promosi umumnya dikirim kepada orang-orang tertentu.
- b. *Customized* yaitu pesan promosi yang dikirim khusus untuk membujuk individu tertentu.
- c. *Up-to-date* yaitu pesan promosi terkini.
- d. Interaktif, yaitu pesan yang dapat berubah sewaktu-waktu berdasarkan *feedback* yang diterima dari konsumen.

3. Sistem Pelayanan

Sistem pelayanan pada dasarnya adalah kegiatan yang ditawarkan oleh organisasi atau perorangan kepada konsumen yang bersifat tidak berwujud dan tidak dapat dimiliki. Maka bisa dikatakan bahwa sistem pelayanan bank syariah adalah perilaku yang ditujukan kepada nasabah. Farida (2022) mengemukakan sebagai berikut:

- a. *Compliance* (Pemenuhan)
 - (1) Sesuai dengan hukum dan prinsip-prinsip Islam.
 - (2) Tidak ada bunga yang diambil atau diberikan kepada produk pembiayaan atau tabungan.
 - (3) Ketentuan produk atau layanan yang Islami.
 - (4) Ketentuan pembiayaan bebas bunga.
 - (5) Ketentuan produk-produk investasi bagi hasil.
- b. *Assurance* (jaminan)
 - (1) Nasabah merasa aman dalam bertransaksi

- (2) Pegawai bersikap sopan kepada nasabah
- (3) Pegawai memiliki pengetahuan untuk atas pertanyaan-pertanyaan nasabah
- (4) Bank member perhatian individual kepada nasabah.

c. *Reliability* (kehandalan)

- (1) Janji bank kepada nasabah untuk melakukan sesuatu pada waktu tertentu, dilakukannya sesuai dengan yang dijanjikan.
- (2) Member pelayanan yang terbaik pada pelayanan pertama kali dan seterusnya.
- (3) Memberikan pelayanan tepat waktu sesuai dengan yang dijanjikan
- (4) Bebas dari rekaman kesalahan

d. *Tangibility* (bentuk fisik)

- (1) Peralatan modern
- (2) Fasilitas fisik menarik secara visual
- (3) Penataan dan pengaturan ruang selalu diperhatikan oleh bank
- (4) Bahan yang berkaitan dengan pelayanan bank (seperti pamphlet atau pernyataan) dalam bentuk fisik yang menarik.

e. *Empathy* (empati)

- (1) Bank memiliki jam kerja yang sesuai bagi semua nasabah

(2) Bank memiliki pegawai yang member perhatian personal kepada nasabah

(3) Bank memiliki perhatian yang baik kepada nasabah.

f. *Responsiveness* (ketanggapan)

(1) Pegawai mengatakan yang sebenarnya kepada nasabah ketika melayani

(2) Pegawai bank memberikan pelayanan secara cepat kepada nasabah

(3) Pegawai selalu ingin membantu nasabah

(4) Pegawai tidak pernah kerepotan dalam menanggapi permintaan nasabah.

Adapun tata cara melayani nasabah pada perbankan yang profesional menurut Farida (2022) yaitu:

- a. Cepat, waktu pelayanan tidak terlalu lama.
- b. Tepat, dilayani sesuai dengan keinginan nasabah.
- c. Cermat, jangan ada yang menyimpang dari prosedur yang berlaku.
- d. Cekatan, petugas harus cepat tanggap dalam pelayanan.
- e. Teliti, dapat melaksanakan tahapan-tahapan pekerjaan tanpa kesalahan.
- f. Benar, sesuai dengan aturan yang berlaku.
- g. Ramah, dalam pelayanan.

- h. Sopan, jangan tinggi hati atau sombong.
- i. Simpatik, pelayanan yang menarik hati dan menyenangkan.
- j. Mengalah, jangan berdebat dengan nasabah.
- k. Fleksibel, menyesuaikan dengan perilaku dan keinginan nasabah.
- l. Penuh perhatian, mengetahui keinginan dan penolakannya.
- m. Menyenangkan, jangan membuat nasabah kecewa.
- n. Memuaskan, memenuhi kebutuhan nasabah dengan cara yang sebaik-baiknya.
- o. Bersih, diri dan lingkungan kerja.
- p. Sehat, kelihatan segar tidak loyo dan mengantuk.
- q. Rapi, cara berpakaian dan bekerja.
- r. Indah, tata ruang, penempatan perlengkapan/berkas kantor.
- s. Serasi, jenis perlengkapan kantor dan tata warnanya.
- t. Penampilan, penampilan pegawai dan bangunan kantor.
- u. Tertip, tidak serampangan dan berdasarkan skala prioritas.
- v. Aman, melindungi kepentingan nasabah.
- w. Canggih, menggunakan peralatan yang mendukung pelayanan.

4. Sarana dan Prasarana Bank Syariah

Menurut Kasali (2017) sarana dan prasarana atau fasilitas dapat didefinisikan sebagai sarana dan prasarana yang disertakan perusahaan untuk diberikan kepada nasabah. Biasanya fasilitas disertakan pada produk yang ditawarkan oleh perusahaan kepada nasabah mereka. Seperti halnya standar kualitas pelayanan, fasilitas yang tersedia berada pada fungsi yang maksimal, dimana dalam hal ini adalah untuk kepuasan nasabah. Segala fasilitas yang disediakan diharapkan mampu memenuhi semua kebutuhan nasabah yang akan bertransaksi keuangan mereka di bank. Sehingga bank mampu melaksanakan fungsi sebagai lembaga penyedia jasa dibidang keuangan tersebut. Mesin produksi, alat-alat kantor dan tenaga kerja.

Mengingat pentingnya fasilitas ini perusahaan rela mengeluarkan modal yang besar untuk membeli peralatan atau mesin-mesin canggih yang harganya mahal asalkan perusahaan bisa berproduksi secara optimal. Demikian halnya dengan fasilitas yang diberikan dalam suatu produk perbankan, fasilitas yang diberikan pihak bank semakin beragam, semuanya memberikan kemudahan yang diberikan oleh pihak bank, misalnya fasilitas ATM, pembayaran telepon, listrik dan PAM, serta fasilitas lainnya. Definisi lain juga menjelaskan bahwa, fasilitas merupakan penampilan,

kemampuan sarana prasarana dan keadaan lingkungan sekitarnya dalam menunjukkan eksistensinya kepada eksternal yang meliputi fasilitas fisik (gedung), perlengkapan dan peralatan. Fasilitas dapat berupa alat, benda- benda, perlengkapan, uang, ruang tempat kerja (Surya, dkk, 2015 : 4).

Fasilitas dalam Islam dapat berupa fisik seperti gedung, ruangan yang nyaman, dan sarana dan prasarana lainnya, yang membuat nasabah merasa nyaman namun tidak menonjolkan kemewahan. Dari beberapa definisi di atas bahwa fasilitas adalah sarana prasarana yang diberikan pihak bank untuk mempermudah nasabah dalam bertransaksi dan memberikan kenyamanan bagi nasabahnya.

Indikator - indikator tersebut dijabarkan berdasarkan perusahaan jasa, bank termasuk perusahaan jasa dikarenakan jasa dapat diartikan sesuatu yang tidak berwujud dalam bentuk fisik atau konstruksi, seperti kenyamanan, hiburan, kesenangan atau kesehatan, pemecahan atas masalah yang dihadapi konsumen, bank juga hanya lembaga pelantara keuangan dalam aktivitasnya berkaitan dengan masalah uang, yaitu memindahkan uang, menerima dan membayarkan kembali uang nasabah, membeli dan menjual surat-surat berharga dan memberi jaminan bank (Arief : 2006: 23).

2.3 Etnis Tionghoa

2.3.1 Pengertian Tionghoa

Etnis atau suku merupakan suatu kesatuan sosial yang dapat dibedakan dari kesatuanyang lain berdasarkan akar dan identitas kebudayaan, terutama bahasa. Dengan kata lain etnis adalah kelompok manusia yang terikat oleh kesadaran dan identitas tadi sering kali dikuatkan oleh kesatuan bahasa (Koentjaraningrat, 2017). Dari pendapat di atas dapat dilihat bahwa etnis ditentukan oleh adanya kesadaran kelompok, pengakuan akan kesatuan kebudayaan dan juga persamaan asal-usul.

Wilbinson (Koentjaraningrat, 2017) mengatakan bahwa pengertian etnis mungkin mencakup dari warna kulit sampai asal usus acuan kepercayaan, status kelompok minoritas, kelas stratafikasi, keanggotaan politik bahkan program belajar. Selanjutnya Koentjaraningrat (2017) juga menjelaskan bahwa etnis dapat ditentukan berdasarkan persamaan asal-usul yang merupakan salah satu faktor yang dapat menimbulkan suatu ikatan.

Berdasarkan teori-teori di atas dapat disimpulkan bahwa etnis atau suku merupakan suatu kesatuan sosial yang dapat membedakan kesatuan berdasarkan persamaan asal-usul seseorang sehingga dapat dikategorikan dalam status kelompok mana ia dimasukkan.

Etnis Tionghoa yang berada di Indonesia bukan berasal dari satu kelompok saja, tetapi terdiri dari berbagai suku bangsa dari dua propinsi di negara Tionghoa yaitu, Fukian dan Kwantung. Daerah ini merupakan daerah yang sangat penting di dalam perdagangan orang Tionghoa. Sebagian besar dari mereka adalah orang-orang yang sangat ulet, tahan uji dan rajin (Koentjaraningrat, 2017).

Koentjaraningrat (2017) lebih lanjut berpendapat bahwa Tionghoa dapat dikelompokkan menjadi dua bagian, yaitu Tionghoa Totok dan Tionghoa Keturunan. Tionghoa Totok adalah orang Tionghoa yang lahir di Tionghoa dan Indonesia, dan merupakan hasil dari perkawinan sesama Tionghoa. Tionghoa keturunan adalah orang Tionghoa yang lahir di Indonesia dan merupakan hasil perkawinan campur antara orang Tionghoa dengan orang Indonesia. Haryono (2016) menambahkan, masyarakat Tionghoa di pulau Jawa umumnya adalah suku Hokkian. Menurut Haryono (2016) orang Tionghoa Totok dimaksudkan sebagai orang Tionghoa yang dilahirkan di negeri Tionghoa yang menetap di Indonesia dan generasi anaknya yang lahir di Indonesia. Anak dari Tionghoa Totok masih tetap dianggap Tionghoa Totok karena kultur dan orientasi hidup cenderung masih pada negeri Tionghoa. Orang Tionghoa keturunan dimaksudkan sebagai orang Tionghoa yang lahir dan telah lama menetap di Indonesia selama generasi ketiga atau lebih.

Perbedaan lama menetap ini pada umumnya berpengaruh pada kuat lemahnya tradisi Tionghoa yang dianut.

Orang Tionghoa Totok cenderung lebih kuat memegang tradisi Tionghoa yang berasal dari nenek moyangnya, sehingga segala perbuatannya memiliki kekhasan dibandingkan dengan Tionghoa Keturunan. Pada orang Tionghoa keturunan nilai tradisi Tionghoa yang berasal dari nenek moyang telah meluntur, sehingga dalam hal-hal tertentu segala sepak terjangnya kurang menonjol kekhasannya sebagai orang Tionghoa. Namun demikian pada saat-saat tertentu kekhasannya sebagai orang Tionghoa masih tampak juga. Meskipun di antara dua kelompok etnis Tionghoa ini ada bedanya, tetapi keduanya memiliki akar yang sama yang dapat dibedakan dengan kebudayaan setempat.

Jadi, dapat disimpulkan bahwa Etnis Tionghoa adalah seseorang yang berasal dari negara Tionghoa yang tinggal di Indonesia baik dari kelompok Tionghoa Totok maupun Tionghoa Keturunan.

2.3.2 Sejarah Singkat Etnis Tionghoa

Orang-orang Tionghoa yang berada di Indonesia, sebenarnya asli keturunan dari orang-orang Tionghoa yang datang ke Indonesia, mereka pada umumnya berasal dari Propinsi Fujian dan Guangdong di bagian Cina selatan. Mereka pada dasarnya terdiri dari beberapa suku bangsa seperti Hokkian dan Kanton. Pada masa Dinasti Tang daerah selatan Cina tersebut merupakan

tempat yang sangat strategis untuk perdagangan, dari tempat tersebut timbul lah keinginan untuk memperluas kolega perdagangan mereka dengan melakukan pelayaran. Dalam perjalanan perdangan, orang Tionghoa sering bersinggah lalu mereka menetap di wilayah Laut Cina Selatan. Salah satunya adalah kepulauan Nusantara (kini Republik Indonesia) (Ibrahim, 2009).

Menurut Benny G. Setiono (2012), sekitar pada abad 14 di Jakarta (dulu Sunda Kelapa) telah ditemukan penduduk dengan bermata rata-rata sipit dan berkulit putih. Dan pada abad XVI terjadi migrasi besar-besaran ke daerah Jawa. Rata-rata alasan meninggalkan negeri mereka karena ekonomi dan perang yang terus terjadi.

Pada masa Kolonial Belanda, orang-orang Tionghoa mendapatkan fasilitas yang baik, hal ini dijadikan oleh pemerintah kolonial untuk sebagai alasan mereka perantara dagang dengan penduduk pribumi. Orang-orang Tionghoa sendiri juga dianggap sebagai penghambat pribumi dalam bidang perdagangan. Dari sikap kurang bersahabat ini, muncul kekerasan yang tertuju kepada etnis Tionghoa. Sebagai contoh yaitu kejadian Perang Jawa 1825-1830 dan pembantaian orang-orang Tionghoa di Batavia tahun 1740 (Peter, 2006).

Kasus-kasus yang terjadi di atas merupakan sebagian contoh kejadian yang menimpa etnis Tionghoa khususnya pada

zaman Kolonial Belanda. Terlepas dari itu semua, peran etnis Tionghoa juga tidak bisa dianggap enteng, mereka juga berperan dalam berbagai bidang. Contohnya, Tionghoa Hwee Koan yang didirikan tahun 1900 yaitu mendirikan sekolah-sekolah untuk memajukan dalam bidang pendidikan. Pada tahun 1934 sudah mencapai 450 sekolah. Selain di bidang pendidikan, etnis Tionghoa juga mengambil peran dalam bidang ekonomi di Indonesia, yaitu dengan mendirikan Siang Hwee (kamar dagang orang Tionghoa) tahun 1906 di Batavia. Peran Siang Hwee sendiri yaitu lebih menyerupai konsulat China saat konsul kerajaan tidak ada. Dalam hal ini, kekayaan merupakan hal sangat penting dalam pemilihan pemimpin Siang Hwee (Justian, 2009).

2.4 Teori Perilaku Konsumen

Menurut Setiadi (2019) “Perilaku konsumen adalah suatu tindakan-tindakan nyata individu atau kumpulan individu, misalnya suatu organisasi yang dipengaruhi oleh aspek eksternal dan internal yang mengarahkan mereka untuk memilih dan mengkonsumsi barang atau jasa yang diinginkan.” Arianty (2019) “perilaku konsumen dapat diartikan adalah tindakan yang dilakukan oleh konsumen dalam pengambilan keputusan berdasarkan keinginan yang ada pada dirinya dan memperoleh manfaat setelah mengkonsumsi terhadap pilihan dari keputusan yang telah diambil, manfaat itu dipaparkan menjadi dua bentuk

yaitu nilai guna cardinal dan nilai guna ordinal atau dapat dikatakan nilai guna yang kepuasannya dapat dihitung, dan nilai guna yang kepuasannya tidak dapat dihitung.”

Menurut Kotler dan Keller (2016:179), “perilaku konsumen adalah studi tentang bagaimana individu, kelompok dan organisasi memilih, membeli, menggunakan dan bagaimana barang, jasa, ide, atau pengalaman untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan mereka.” Perilaku konsumen dibagi menjadi perilaku yang rasional dan irasional. Kedua jenis perilaku tersebut dijelaskan sebagai berikut ini (Wirapraja et al., 2021):

1. Perilaku bersifat rasional adalah perilaku konsumen ketika melakukan pembelian barang lebih mengedepankan pada pemikiran logis dan bersifat secara umum. Konsumen dengan perilaku rasional seperti membeli barang sesuai dengan kebutuhan seperti kebutuhan mendesak, kebutuhan primer, memilih barang yang memberikan kegunaan yang optimal atau yang dapat memberikan kepuasan, membeli barang yang memiliki kualitas baik, membeli barang sesuai dengan kemampuan keuangan konsumen.
2. Perilaku bersifat irasional adalah perilaku konsumen ketika membeli barang tidak didasarkan pada pemikiran logis namun karena adanya faktor lain seperti diskon, hadiah, iming-iming lain yang ditawarkan begini

pemasaran kepada konsumen, seperti pembelian produk karena daya Tarik iklan, pembelian produk karena merek, dan pembelian produk karena lifestyle dan status sosial.

Menurut Kotler (2021) bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen antara lain faktor kebudayaan, faktor sosial, faktor personal dan psikologis.

1. Faktor Budaya

Budaya diartikan sebagai seperangkat pola perilaku yang diperoleh secara sosial dan diekspresikan melalui simbol-simbol melalui bahasa dan cara-cara lain kepada anggota masyarakat. Budaya mencakup pengetahuan, nilai-nilai, keyakinan, kebiasaan dan perilaku yang berkembang dan dijadikan acuan sebagian masyarakat dalam bermasyarakat. Kelas sosial, sub-budaya, dan sosial sangat mempengaruhi perilaku pembelian konsumen.

2. Faktor Sosial

Faktor sosial merupakan faktor yang berkaitan dengan kesatuan sosial yang menjadi tempat individu berinteraksi satu sama lain karena adanya hubungan antara mereka. Selain faktor budaya, faktor sosial seperti kelompok referensi, keluarga serta peran sosial dan status juga mempengaruhi perilaku pembelian.

3. Faktor Pribadi

Faktor pribadi diartikan sebagai karakteristik individual yang merupakan perpaduan sifat, temperamen, kemampuan umum dan bakat yang dalam perkembangannya dipengaruhi oleh interaksi individu dengan lingkungannya. Keputusan pembeli juga dipengaruhi oleh karakteristik pribadi. Faktor pribadi meliputi usia dan tahap dalam siklus hidup pembeli, pekerjaan dan keadaan ekonomi. Kepribadian dan konsep diri, serta gaya hidup dan nilai.

4. Faktor Psikologis

Titik awal untuk memahami perilaku konsumen adalah rangsangan pemasaran luar seperti ekonomi, teknologi, politik, budaya. Satu perangkat psikologi berkombinasi dengan karakteristik konsumen tertentu untuk menghasilkan proses keputusan dan keputusan pembelian konsumen. Empat proses psikologis (motivasi, persepsi, pembelajaran, memori) secara fundamental mempengaruhi tanggapan konsumen terhadap stimuli pemasaran.

a. Penelitian Terkait

Penelitian yang akan dilakukan adalah kajian terbaru dan tidak diambil dari kajian sebelumnya, karena dari beberapa kajian yang penulis jumpai belum ada kajian terkait “Persepsi

Masyarakat Tionghoa Terhadap Bank Syariah di Kabupaten Aceh Barat Daya”. Terdapat beberapa kajian terdahulu yang relevan dengan apa yang akan penulis kaji. Berbagai penelitian di atas terlihat adanya persamaan dan perbedaan mendasar dengan apa yang peneliti lakukan, untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada Tabel 2.2 di bawah ini.

Tabel 2.2
Kajian Penelitian Terdahulu

No	Nama Penulis dan Judul Penelitian	Metode Penelitian	Persamaan	Perbedaan
1	Yurita, dkk (2020) Analisis Faktor-Faktor Preferensi Etnis Tionghoa terhadap Bank Syariah di Indonesia	Pendekatan kualitatif dan jenis penelitian deskriptif	Persamaan mendasar terlihat pada subjek yang diteliti yakni sama-sama etnis Tionghoa	Variabel yang diteliti pada penelitian sebelumnya terkait preferensi terhadap bank syariah, sedangkan peneliti fokus pada persepsi masyarakat Tionghoa terhadap bank syariah.
2	Saputra, dkk (2020) Perilaku Keputusan Pembelian Yang di Pengaruhi Faktor Psikologi Pada Etnis Tionghoa (Studi Pengguna Produk Bank XYZ TBK)	Pendekatan kuantitatif penelitian Asosiatif Kasual	Persamaan mendasar terlihat pada subjek yang diteliti yakni sama-sama etnis Tionghoa	Penelitian sebelumnya mengkaji tentang perilaku keputusan etnis Tionghoa dalam penggunaan produk bank, sedangkan kajian ini terfokus pada persepsi etnis Tionghoa terhadap Bank Syariah
3	Putri Apria Ningsih (2018) Persepsi dan Prilaku Pedagang Etnik Tionghoa Terhadap Bank Syariah di Kota Jambi	Deskriptif kuantitatif	Penelitian ini memiliki persamaan mendasar pada aspek persepsi etnis Tionghoa	Penelitian sebelumnya tidak menghususkan kajiannya pada aspek persepsi, melainkan juga perilaku. Sedangkan subjek penelitian terfokus pada etnis Tionghoa

No	Nama Penulis dan Judul Penelitian	Metode Penelitian	Persamaan	Perbedaan
1	Yurita, dkk (2020) Analisis Faktor-Faktor Preferensi Etnis Tionghoa terhadap Bank Syariah di Indonesia	Pendekatan kualitatif dan jenis penelitian deskriptif	Persamaan mendasar terlihat pada subjek yang diteliti yakni sama-sama etnis Tionghoa	Variabel yang diteliti pada penelitian sebelumnya terkait preferensi terhadap bank syariah, sedangkan peneliti fokus pada persepsi masyarakat Tionghoa terhadap bank syariah.
2	Saputra, dkk (2020) Perilaku Keputusan Pembelian Yang di Pengaruhi Faktor Psikologi Pada Etnis Tionghoa (Studi Pengguna Produk Bank XYZ TBK)	Pendekatan kuantitatif penelitian Asosiatif Kasual	Persamaan mendasar terlihat pada subjek yang diteliti yakni sama-sama etnis Tionghoa	Penelitian sebelumnya mengkaji tentang perilaku keputusan etnis Tionghoa dalam penggunaan produk bank, sedangkan kajian ini terfokus pada persepsi etnis Tionghoa terhadap Bank Syariah
				yang berprofesi sebagai pedang.
4	Tiara Andini (2015) Persepsi Etnis Tionghoa Terhadap Perbankan Syariah di Kota Padang.	Pendekatan kualitatif dan jenis penelitian deskriptif	Persamaan mendasar terlihat pada subjek yang diteliti yakni sama-sama etnis Tionghoa	Daerah Sumatera Barat yang mempunyai bagian dari budaya Indonesia, memiliki tradisi adat yang mengutamakan nilai-nilai kebersamaan dengan prinsip kegotongroyongan dengan dasar berat sama dipikul dan ringan sama dijinjing. Tradisi adat Minangkabau dengan terdapat 11 Bank

No	Nama Penulis dan Judul Penelitian	Metode Penelitian	Persamaan	Perbedaan
1	Yurita, dkk (2020) Analisis Faktor-Faktor Preferensi Etnis Tionghoa terhadap Bank Syariah di Indonesia	Pendekatan kualitatif dan jenis penelitian deskriptif	Persamaan mendasar terlihat pada subjek yang diteliti yakni sama-sama etnis Tionghoa	Variabel yang diteliti pada penelitian sebelumnya terkait preferensi terhadap bank syariah, sedangkan peneliti fokus pada persepsi masyarakat Tionghoa terhadap bank syariah.
2	Saputra, dkk (2020) Perilaku Keputusan Pembelian Yang di Pengaruhi Faktor Psikologi Pada Etnis Tionghoa (Studi Pengguna Produk Bank XYZ TBK)	Pendekatan kuantitatif penelitian Asosiatif Kasual	Persamaan mendasar terlihat pada subjek yang diteliti yakni sama-sama etnis Tionghoa	Penelitian sebelumnya mengkaji tentang perilaku keputusan etnis Tionghoa dalam penggunaan produk bank, sedangkan kajian ini terfokus pada persepsi etnis Tionghoa terhadap Bank Syariah
				Syariah Umum Unit Usaha Bank Konvensional dan 7 unit BPR. Hingga Agustus 2013, Sumbar telah memiliki aset mencapai 4,45 triliun.
5	Akbar dan Ritonga (2013) Persepsi Etnis China Terhadap Perbankan Syariah Di Kota Medan	Pendekatan kuantitatif dan jenis penelitian korelasi	Persamaan mendasar terlihat pada subjek yang diteliti yakni sama-sama etnis Tionghoa	Pekerjaan, pelayanan, promosi dan bukti fisik mempengaruhi persepsi etnis China terhadap perbankan syariah di kota Medan dengan signifikansi pada alpa 5%.

Sumber: Data Diolah, 2023

Berdasarkan tabel penelitian sebelumnya di atas, maka dapat dijelaskan bahwa pada penelitian pertama yang ditulis oleh

Yurita, dkk (2020) dengan judul “*Analisis Faktor-Faktor Preferensi Etnis Tionghoa terhadap Bank Syariah di Indonesia*” menunjukkan hasil bawah tingkat pengetahuan etnis Tionghoa non nasabah ternyata memiliki tingkat pengetahuan dan persepsi yang lebih rendah terhadap Bank Syariah dibandingkan dengan tingkat pengetahuan dan persepsi dari nasabah etnis Tionghoa non muslim. Dengan konsep AIDA menemukan bahwa variabel lingkungan yang terdiri dari individu, sosial dan kultur berpengaruh signifikan terhadap persepsi atribut dan berpengaruh terhadap variabel-variabel AIDA yang terdiri dari Awareness, interest dan desire.

Penelitian kedua ditulis oleh Saputra, dkk (2020) dengan judul “*Perilaku Keputusan Pembelian Yang di Pengaruhi Faktor Psikologi Pada Etnis Tionghoa (Studi Pengguna Produk Bank XYZ TBK)*”. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Motivasi konsumen etnis tionghoa berpengaruh terhadap keputusan konsumen menggunakan produk Bank XYZ Tbk Cabang Bandar Lampung. Persepsi konsumen etnis tionghoa berpengaruh terhadap keputusan konsumen menggunakan produk Bank XYZ Tbk Cabang Bandar Lampung. Pembelajaran konsumen etnis tionghoa berpengaruh terhadap keputusan menggunakan produk Bank XYZ Tbk Cabang Bandar Lampung. Memori konsumen etnis tionghoa berpengaruh terhadap keputusan menggunakan produk Bank XYZ Tbk Cabang Bandar Lampung.

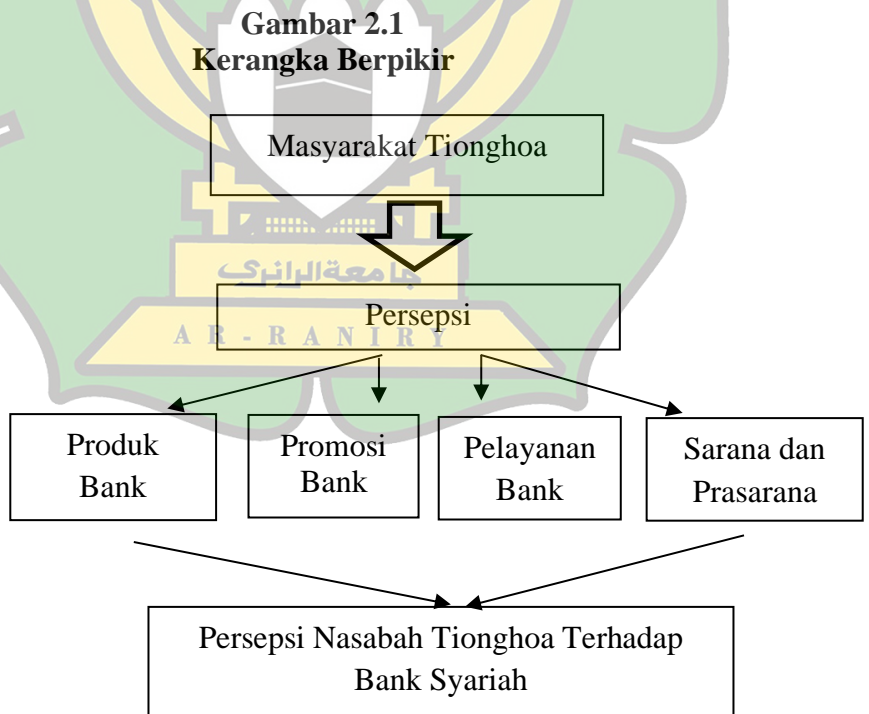
Penelitian kelima, ditulis oleh Putri Apria Ningsih (2018) dengan judul “Persepsi dan Prilaku Pedagang Etnik Tionghoa Terhadap Bank Syariah di Kota Jambi”. Hasil penelitian menyatakan bahwa mayoritas pedagang etnik Tionghoa di Kota Jambi pernah memanfaatkan jasa bank konvensional. Lama penggunaan jasa bank konvensional oleh kebanyakan responden terhitung relatif baru, yaitu berkisar antara satu sampai lima tahun. Sedangkan masih relatif sangat baru, yaitu kurang dari satu tahun. Faktor yang paling dominan mempengaruhi perilaku pedagang etnik Tionghoa di Kota Jambi adalah faktor daya tarik bonus/hadiah dari bank syariah.

Penelitian keempat ditulis oleh Tiara Andini (2015) “*Persepsi Etnis Tionghoa Terhadap Perbankan Syariah di Kota Padang*”. Hasil penelitian ini menyebutkan bahwa daerah Sumatera Barat yang mempunyai bagian dari budaya Indonesia, memiliki tradisi adat yang mengutamakan nilai-nilai kebersamaan dengan prinsip kegotongroyongan dengan dasar berat sama dipikul dan ringan sama dijinjing. Tradisi adat Minangkabau dengan terdapat 11 Bank Syariah Umum Unit Usaha Bank Konvensional dan 7 unit BPR. Hingga Agustus 2013, Sumbar telah memiliki aset mencapai 4,45 triliun. Penelitian Akbar dan Ritonga (2013) berjudul “*Persepsi Etnis China Terhadap Perbankan Syariah di Kota Medan*”. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pekerjaan, pelayanan, promosi dan bukti fisik mempengaruhi

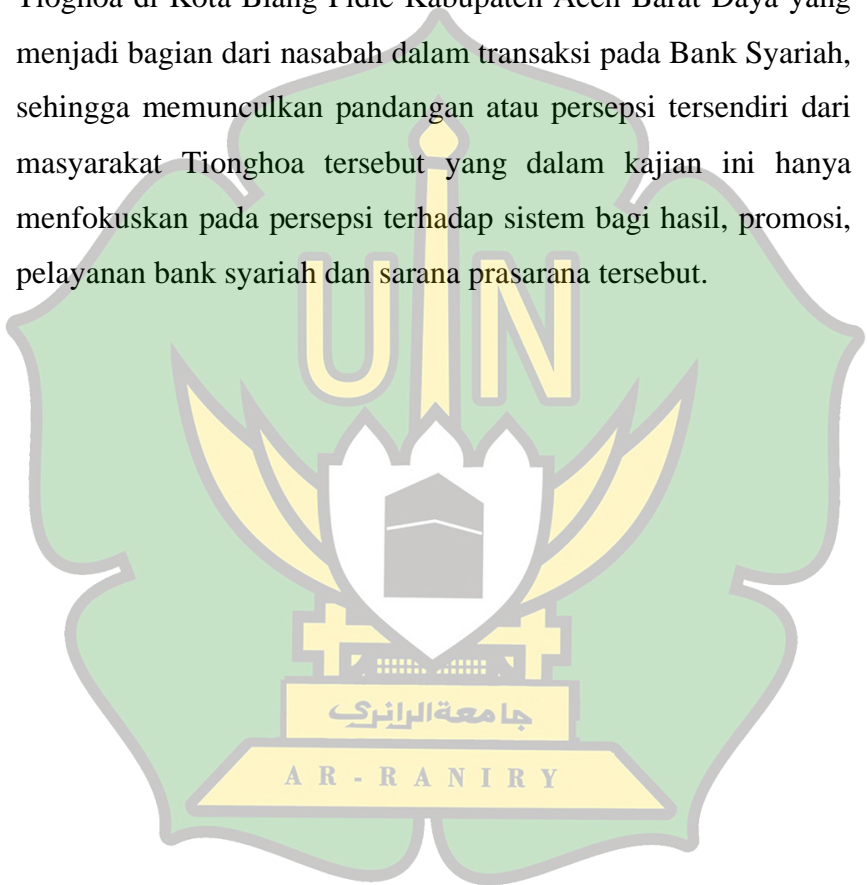
persepsi etnis China terhadap perbankan syariah di kota Medan dengan signifikansi pada alpa 5%.

2.4 Kerangka Berpikir

Kerangka berpikir merupakan model konseptual tentang bagaimana teori berhubungan dengan berbagai faktor yang telah diidentifikasi sebagai masalah yang penting (Faisal, 2018). Menurut Sugiyono (2017) mengemukakan bahwa, kerangka berpikir merupakan model konseptual tentang bagaimana teori berhubungan dengan berbagai faktor yang telah diidentifikasi sebagai masalah yang penting. Adapun kerangka pemikiran atau alur berpikir dalam penelitian ini dapat divisualisasikan sebagai berikut.



Berdasarkan gambar 2.1 di atas dapat dijabarkan alur peneliti ini ialah dimulai dari keberadaan masyarakat etnis Tioghoa di Kota Blang Pidie Kabupaten Aceh Barat Daya yang menjadi bagian dari nasabah dalam transaksi pada Bank Syariah, sehingga memunculkan pandangan atau persepsi tersendiri dari masyarakat Tionghoa tersebut yang dalam kajian ini hanya menfokuskan pada persepsi terhadap sistem bagi hasil, promosi, pelayanan bank syariah dan sarana prasarana tersebut.



BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Desain Penelitian

Penelitian ini merupakan jenis penelitian lapangan (*field research*). Arikunto (2018) mengemukakan penelitian lapangan adalah suatu penelitian yang dilakukan secara sistematis dengan mengangkat data yang ada dilapangan. Penelitian ini berbentuk penelitian deskriptif. Menurut Husein (2018) penelitian deskriptif adalah suatu penelitian yang bermaksud untuk menggambarkan situasi-situasi yang terjadi di masyarakat. Jenis penelitian deskriptif ini bertujuan untuk memberikan gambaran yang jelas tentang bagaimana keadaan objek yang diteliti berdasarkan fakta-fakta yang terlihat bagaimana adanya. Sedangkan menurut Arikunto (2018:3), deskriptif adalah penelitian yang dimaksudkan untuk menyelidiki keadaan, kondisi atau hal lain-lainnya yang hasilnya dipaparkan dalam bentuk laporan penelitian.

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini ialah metode kualitatif. Menurut Denzin dan Lincoln (2019:6) pendekatan kualitatif ialah pendekatan yang menyiratkan penekanan pada proses dan makna yang tidak dikaji secara

ketat atau belum diukur dari sisi kuantitas, jumlah, intensitas, atau frekuensinya. Menurut Creswell (2016:15), pendekatan kualitatif adalah suatu proses penelitian dan pemahaman yang berdasarkan pada metodologi yang menyelidiki suatu fenomena sosial dan masalah manusia.

Penulis menerapkan pendekatan kualitatif ini karena pendekatan kualitatif menekankan sifat realitas yang terbangun secara sosial, hubungan erat antara peneliti dan subjek yang diteliti yakni terkait persepsi masyarakat tionghoa terhadap Bank Syariah di Kabupaten Aceh Barat Daya serta faktor yang mempengaruhi persepsi masyarakat tionghoa terhadap Bank Syariah di Kabupaten Aceh Barat Daya tersebut.

3.2 Lokasi Penelitian

Dalam penelitian ini penulis mengambil lokasi penelitian di Pasar Kota Blang Pidie Kabupaten Aceh Barat Daya. Pemilihan lokasi pasar Blang Pidie dikarenakan banyak penduduk etnis Tionghoa yang berprofesi sebagai pedagang.

3.3 Subjek dan Objek Penelitian

Objek penelitian ialah sasaran dari penelitian, sasaran penelitian tersebut tidak tergantung pada judul dan topik penelitian tetapi secara konkret tergambar dalam rumusan masalah penelitian. Adapun yang menjadi objek penelitian dalam penelitian ini adalah persepsi masyarakat tionghoa

terhadap Bank Syariah di Kabupaten Aceh Barat Daya serta faktor yang mempengaruhi persepsi masyarakat tionghoa terhadap Bank Syariah di Kabupaten Aceh Barat Daya tersebut.

Subjek penelitian adalah pihak yang menjadi sampel atau subjek yang dituju oleh peneliti untuk diteliti. Subjek penelitian dipilih secara sengaja dan menjadi informan yang akan memberi informasi yang diperlukan selama penelitian (Sugiyono, 2019). Dalam penelitian kualitatif, subjek penelitian dikenal dengan informan. Informan adalah tempat memperolehnya informasi yang dikumpulkan sebagai upaya untuk menjawab pertanyaan penelitian yang diajukan (Idrus, 2019). Adapun yang menjadi subjek dalam penelitian ini ialah seluruh etnis Tionghoa di pasar Kota Blang Pidie Aceh Barat Daya.

3.4 Populasi dan Teknik Pengambilan Sampel

Populasi dalam penelitian kualitatif disebut dengan subjek atau informan. Adapun populasi atau informan dalam penelitian ini ialah seluruh etnis Tionghoa di Kota Blang Pidie yang menurut Badan Pusat Statistik Kecamatan Blang Pidie Dalam Angka tahun 2023 sebanyak 277 jiwa. Dikarenakan jumlah populasi yang banyak, maka peneliti mengambil 10 orang masyarakat etnis Tionghoa yang berprofesi sebagai pedagang di Kota Blang Pidie. Alasan peneliti mengambil 10 orang dikarenakan adanya kemungkinan

keterbatasan waktu para informan karena sibuk dalam bekerja. Dalam penelitian ini informan diambil dengan menggunakan teknik *purposive sampling* yaitu sampel yang ditetapkan secara sengaja oleh peneliti dengan menentukan kriteria pada informan tersebut (Faisal, 2017). Adapun pertimbangan kriteria pengambilan sampel ini sebagai berikut: (1) berdomisili di Kota Blang Pidie, (2) memiliki rekening tabungan Bank Syariah dan (3) berprofesi sebagai pedagang.

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data merupakan cara atau metode yang digunakan untuk mendapatkan data yang sedang atau yang akan diteliti. Adapun teknik pengumpulan data yang peneliti gunakan untuk mendapatkan data yang objektif dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

3.5.1 Wawancara

Mendapatkan kelengkapan informasi yang sesuai dengan fokus penelitian, maka peneliti menggunakan teknik wawancara. Wawancara adalah percakapan dengan maksud tertentu yang dilakukan oleh dua pihak, yaitu pewawancara yang mengajukan pertanyaan dan yang terwawancara yang memberi jawaban atas pertanyaan (Moleong, 2018:186). Wawancara merupakan suatu percakapan yang di arahkan pada suatu masalah tertentu. Ini merupakan proses tanya-jawab

lisan, dimana dua orang atau lebih saling berhadapan secara fisik. Komunikasi yang dilakukan secara langsung berguna untuk mendapatkan keterangan atau data yang berhubungan dengan masalah yang akan diteliti (Sarwono, 2016:34).

Wawancara tidak terstruktur adalah wawancara yang bebas, peneliti tidak menggunakan pedoman wawancara yang telah tersusun secara sistematis dan lengkap untuk pengumpulan datanya. Pedoman wawancara yang digunakan hanya berupa garis-garis besar permasalahan yang akan ditanyakan. Wawancara tidak terstruktur atau terbuka, sering digunakan dalam penelitian pendahuluan atau bahkan untuk penelitian yang lebih mendalam tentang responden. Pada penelitian pendahuluan, peneliti berusaha mendapatkan informasi awal tentang berbagai isu atau permasalahan yang ada pada objek, sehingga peneliti dapat menentukan secara pasti permasalahan atau variabel apa yang harus diteliti. Untuk mendapatkan gambaran permasalahan yang lebih lengkap, maka peneliti perlu melakukan wawancara kepada pihak-pihak yang mewakili berbagai tingkatan yang ada pada objek, sehingga informasi yang lebih mendalam tentang responden, peneliti dapat menggunakan wawancara tidak terstruktur (Ardial, 2014:249).

Sedangkan wawancara yang digunakan adalah wawancara mendalam (semi terstruktur). Wawancara

mendalam seperti halnya dengan percakapan informal. Metode ini bertujuan untuk memperoleh bentuk-bentuk tertentu informasi dari semua responden. Wawancara mendalam bersifat luwes, susunan pertanyaannya dan susunan kata-kata dalam setiap pertanyaan dapat diubah pada saat wawancara, disesuaikan dengan kebutuhan dan kondisi saat wawancara. Responden dalam penelitian ini adalah 15 orang etnis Tionghoa di Kota Blang Pidie.

3.6 Teknik Analisis Data

Analisis data kualitatif dilakukan apabila data empiris yang diperoleh adalah data kualitatif berupa kumpulan berwujud kata-kata dan bukan rangkaian angka serta tidak dapat disusun dalam kategori-kategori/struktur klasifikasi. Data bisa saja dikumpulkan dalam aneka macam cara (observasi, wawancara, intisari dokumen, pita rekaman) dan biasanya diproses terlebih dahulu sebelum siap digunakan (melalui pencatatan, pengetikan, penyuntingan, atau alih-tulis), tetapi analisis kualitatif tetap menggunakan kata-kata yang biasanya disusun ke dalam teks yang diperluas, dan tidak menggunakan perhitungan matematis atau statistika sebagai alat bantu analisis.

Menurut Miles dan Huberman sebagaimana dikutip oleh Salalahi (2018:339) kegiatan analisis terdiri dari tiga alur kegiatan yang terjadi secara bersamaan, yaitu reduksi data,

penyajian data dan penarikan kesimpulan/verifikasi. Terjadi secara bersamaan berarti reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan/verifikasi sebagai sesuatu yang saling jalin menjalin merupakan proses siklus dan interaksi pada saat sebelum, selama, dan sesudah pengumpulan data dalam bentuk sejajar yang membangun wawasan umum yang disebut “analisis”.

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian kualitatif mencakup transkrip hasil wawancara, reduksi data, analisis, interpretasi data dan triangulasi. Dari hasil analisis data yang kemudian dapat ditarik kesimpulan. berikut ini adalah teknik analisis data yang digunakan oleh peneliti:

3.6.1 Reduksi Data

Reduksi data bukanlah suatu hal yang terpisah dari analisis. Reduksi data diartikan sebagai proses pemilihan, pemusatan perhatian pada penyederhanaan, pengabstraksian, dan transformasi data kasar yang muncul dari catatan-catatan tertulis di lapangan. Kegiatan reduksi data berlangsung terus-menerus, terutama selama proyek yang berorientasi kualitatif berlangsung atau selama pengumpulan data. Selama pengumpulan data berlangsung, terjadi tahapan reduksi, yaitu membuat ringkasan, mengkode, menelusuri tema, membuat gugus-gugus, membuat partisi dan menulis memo.

3.6.2 Penyajian Data

Setelah data direduksi, maka langkah selanjutnya adalah menyajikan data. Menyajikan data adalah sekumpulan informasi tersusun yang akan memberikan gambaran penelitian secara menyeluruh. Penyajian data penelitian kualitatif dapat berbentuk bagan, uraian singkat, flowchart, hubungan antar kategori dan sejenisnya. Paling sering dari bentuk tampilan data untuk data penelitian kualitatif di masa lalu adalah teks narasi. Dengan kata lain, menyajikan data secara terperinci dan menyeluruh dengan mencari pola hubungannya. Penyajian data yang disusun secara singkat, jelas, terperinci dan menyeluruh akan lebih memudahkan dalam memahami gambaran terhadap aspek-aspek yang diteliti baik secara keseluruhan maupun secara parsial. Penyajian data selanjutnya disajikan dalam bentuk uraian atau laporan sesuai dengan hasil penelitian yang diperoleh.

3.6.3 Menarik Kesimpulan

Kegiatan analisis ketiga adalah menarik kesimpulan dan verifikasi. Ketika kegiatan pengumpulan data dilakukan, seorang penganalisis kualitatif mulai mencari arti benda-benda, mencatat keteraturan, pola-pola, penjelasan, konfigurasi-konfigurasi yang mungkin, alur sebab akibat, dan proposisi. Kesimpulan yang mula-mulanya belum jelas akan meningkat menjadi lebih terperinci. Kesimpulan-kesimpulan “final” akan muncul bergantung pada besarnya kumpulan-kumpulan catatan

lapangan, pengkodeannya, penyimpanan, dan metode pencarian ulang yang digunakan, kecakapan peneliti, dan tuntutan pemberi dana, tetapi sering kali kesimpulan itu telah sering dirumuskan sebelumnya sejak awal.



BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Kota Blang Pidie

Blang Pidie adalah sebuah kecamatan di Kabupaten Aceh Barat Daya, Provinsi Aceh. Blang Pidie merupakan ibu kota Kabupaten Aceh Barat Daya. Kecamatan Blang Pidie beribu kota Padang Baru dengan luas kecamatan mencapai 19,06 Km² dengan ketinggian dari permukaan air laut lebih kurang 10 meter. Secara geografis Kota Blang Pidie berbatasan dengan Kecamatan Jeumpa di sebelah utara, Samudera Hindia di sebelah Selatan. Sebelah Barat berbatasan dengan Kecamatan Kuala Batee dan Kecamatan Blangpidie sedangkan di sebelah Timur berbatasan dengan Kecamatan Setia dan Kecamatan Blangpidie (BPS: Kecamatan Blang Pidie Dalam Angka, 2022).

Jumlah penduduk kecamatan Blang Pidie pada tahun 2022 adalah 22.850 jiwa terdiri dari 11.338 laki-laki dan 11.512 perempuan dengan seks rasio 98,48 serta terbagi dalam 3.553 rumah tang. Sedangkan secara administratif Kecamatan Blang Pidie terdiri dari 4 mukim dan 30 gampong. Pertama Mukim Babah Lhok yang terdiri dari Gampong Alue Manggota, Gampong Baharu, Gampong Gudang, Gampong Keude Paya dan Gampong Lam Kuta. Kedua, Mukim Guhang yang terdiri dari Gampong Cot Jeurat, Gampong Guhang, Gampong Lhung Asan, Gampong Lhung Tarok dan Gampong Seunaloh. Ketiga Mukim Kuta Batee yang mencakup Gampong Keude Siblah, Gampong

Kuta Bahagia, Gampong Kuta Tuha, Gampong Meudang Ara dan Gampong Pasar Blang Pidie. Keempat, Mukim Kuta Tinggi yang terdiri dari Gampong Geulumpang Payong, Gampong Kuta Tinggi, Gampong Mata Ie, Gampong Babah Lhueng dan Gampong Pantan Raya (BPS: Kecamatan Blang Pidie Dalam Angka, 2022).

Masyarakat Kecamatan Blang Pidie memiliki berbagai profesi pekerjaan sehari-hari, diantaranya pertanian, nelayan dan pedagang. Pertanian dan perkebunan masih memegang peranan penting dalam rangka menggerakkan ekonomi masyarakat. Tahun 2022 tercatat jumlah Kelompok Tani Padi/Palawija/ Hortikultura 42, Perkebunan 35 dan Peternakan 32 yang tersebar diseluruh desa dalam Kecamatan Blang Pidie. Pada umumnya peternakan bukanlah mata pencaharian utama, tapi lebih kepada pekerjaan sampingan. Tercatat sebanyak 446 ekor kerbau, 80 ekor sapi, 631 kambing/domba dan 61130 unggas. Sebagian besar masih bersifat industri rumah tangga. Sebanyak 3 unit pandai besi yang dikelola secara keluarga terletak di 3 desa yaitu Seunaloh, Baharu, dan Lamkuta. Sedangkan kilang padi terdapat 8 unit yang tersebar di sekitar areal pertanian (BPS: Kecamatan Blang Pidie Dalam Angka, 2022).

Khususn kegiatan perdagangan terpusat di Kota Blangpidie, ibukota kabupaten Aceh Barat Daya, Berkembangnya bermacam usaha baik dari pemerintah maupun swasta

menandakan bahwa daerah ini sangat berpotensi untuk dikembangkan perekonomiannya secara maksimal. Kegiatan perdagangan ini sangat luas, mulai dari perdagangan emas, alat elektronik, baju, warung-warung, pedagang kaki lima, fasilitas rumah dan sebagainya. Khusus etnis Tionghoa lebih dominasi memiliki bekerja sebagai pedagang di Kota Blang Pidie, buka sebagai petani dan nelayan.

4.2 Gambaran Umum Etnis Tionghoa di Blang Pidie

Awal kedatangan etnis Tionghoa di Aceh khususnya di wilayah Blangpidie semenjak tahun 1900 dalam agenda perdagangan era maritim yang dikendalikan oleh pasukan militer Hindia Belanda. Selain itu keberadaan etnis Tionghoa juga digerakkan oleh Belanda dalam bidang perekonomian yang dipimpin oleh kolonel Herbertus Pel, menghimbau agar investor Cina bersedia menanamkan modal dan melancarkan perdangannya Aceh salah satunya di wilayah pantai Barat Daya Aceh.

Kemudian etnis Tionghoa diperkerjakan untuk membangun markas milik militer Belanda dan pembangunan rumah para kalangan Ulee Balang di wilayah Kuta Batee sekarang berubah menjadi kota Blangpidie. Etnis Tionghoa sangat dipercayai oleh Belanda dalam membangun infrastruktur yang ada di Kuta Batee. Semenjak itulah etnis Tionghoa memulai aktifitas dalam bidang perdagangan, namun saat itu mereka hanya

mendagangkan barang-barang keperluan kolonial Belanda saja di sekitar markas militer.

Keberadaan etnis Tionghoa sangat disokong oleh Belanda, bahkan membangun sekolah khusus untuk anak-anak mereka, menyediakan usaha pertanian, perkebunan, pertukangan dan peternakan. Kedatangan pedagang-pedagang dari berbagai daerah ke Kuta Batee, membuat wilayah itu menjadi pusat keramaian yang berlangsung pada tahun 1921 dengan tergabungnya jalur ke Tapaktuan. Sehingga memudahkan pedagang untuk keluar masuk dalam berniaga, kondisi tersebut pedagang-pedagang Tionghoa mulai merintis karir tepatnya di kota Blangpidie sampai sekarang. Penjelsan seorang tokoh etnis Tionghoa di Blangpidie, bahwa pasca kemerdekaan Republik Indonesia, etnis Tionghoa di Blangpidie semakin bertambah dan peningkatan dalam aspek perdagangan juga semakin melonjak.

Hal ini menyebabkan timbulnya rasa bersaing dengan pedagang-pedagang setempat, sehingga mereka merasa tidak nyaman, bahkan sempat terjadi kericuhan yang kemudian sebagian pedagang Tionghoa ada yang pindah ke Medan, Banda Aceh, hal ini untuk menghindari konflik dengan warga di kota Blangpidie. Sementara pedagang etnis Tionghoa yang masih menetap di Blangpidie mengalami kemesorotan yang pada akhirnya berdamai dengan pedagang setempat membuat kesepakatan antara dua pihak untuk membagi lokasi dagang

masingmasing dan menstabilkan harga-harga barang yang dijual ke masyarakat. Selanjutnya diungkapkan oleh Keoku, pada masa tergedi PKI yang terjadi di Indoensia, etnis Tionghoa yang berada di kota Blangpidie sebagian terlibat dalam politik PKI. Dari keterlibatan itu akhirnya menewaskan beberapa orang etnis Tionghoa yang berada di Aceh Barat Daya. Kemudian mereka ada yang melarikan diri ke Medan, Malaysia, singapur dan kedaerah lainnya.

Dari keterlibatan tersebut masyarakat menganggap etnis Tionghoa sebagai pemberontak, sehingga keberadaan etnis Tionghoa semakin terancam khususnya yang tinggal di kota Blangpidie. Selanjutnya dijelaskan oleh Marzuki, masa terjadi DOM di Aceh, sangat mengancam keberadaan etnis Tionghoa, bahkan terjadi pengusiran secara besarbesaran. Kemudian pada tahun 1990 muncul lagi tragedi anti Tionghoa di seluruh Aceh, dalam peristiwa itu tidak menimbulkan korban, dikarenakan etnis Tionghoa sudah melakukan pendekatan dengan masyarakat kecamatan Blangpidie yang pada saat itu masih Kabupaten Aceh Selatan. Etnis Tionghoa juga melakukan gerakan sosial dengan tujuan untuk membantu masyarakat miskin dengan memberi sumbangan sembako dan lain-lainnya.

Gerakan itu mendapat respon baik dari masyarakat yang kemudian etnis Tionghoa dapat diterima kembali di tengah-tengah masyarakat khususnya di desa Keude Siblah kota

Blangpidie. Sekitar tahun 2000 kembali lagi konflik antara RI dengan GAM masa kepemimpinan Megawati yang menuntut hak otonomi Aceh, keadaan itu juga mengancam keberadaan etnis Tionghoa di Aceh khususnya di Blangpidie. Bahkan berdampak kepada masyarakat Aceh sendiri karena terjadi kontak senjata dimanamana, sehingga masyarakat tidak bebas dalam beraktifitas sehari-hari. Terlepas dari awal kedatangan etnis Tionghoa, menjadi sebuah catatan dalam kehidupan masyarakat kota Blangpidie. Pasca Mou Helsinki etnis Tionghoa semakin bertambah, selain menetap di kota Blangpidie sebagian mereka juga memilih tempat tinggal di desa Lama Inong Kecamatan Kuala Bate dengan jumlah 15 orang dan desa Toko Kecamatan Manggeng dengan jumlah 10 orang. Bahkan di antara mereka sudah membeli tanah di kawasan Lama Muda sekitar 4 hektar yang di fungsikan untuk menanam kelapa sawit. Banyak juga etnis Tionghoa yang pindah dari daerah lain misalnya Banda Aceh, Medan, Meulaboh dan daerah lainnya. Hal ini sebagaimana diungkapkan oleh Marzuki, bahwa mulai dari tahun 2006 sampai 2020 sudah bertambah. Lanjutnya lagi etnis Tionghoa yang baru pindah rata-rata mereka ada keluarganya masing-masing yang sudah lama menetap di Blangpidie.

Dari awal kedatangan etnis Tionghoa di Blangpidie ada peningkatan di setiap fase, hal ini jumlah populasinya meningkat sampai sekarang. Adapun sejauh ini, hubungan etnis Tionghoa

dengan masyarakat Blangpidie terjalin harmonis dan bisa diajak untuk bekerjasama terutama dalam hal dagang dan keikutsertaan dalam setiap kegiatan dalam masyarakat. Hanya saja ada persaingan dari segi dagangan dengan pedagangpedagang lain di seputaran kota Blangpidie.

Namun hal ini tidak dipermasahkan, asalkan pedagang etnis Tionghoa bersedia di ajak kompromi terutama dalam soal harga barang dan lain-lainnya. Berdasarkan penjelasan di atas, bahwa keberadaan etnis Tionghoa di Blangpidie sudah ada sebelum Indonesia merdeka yang dilindungi oleh Belanda dari berbagai wilayah Aceh. Pasca kemerdekaan keberadaannya pun mendapat respon negatif dan positif dari masyarakat, dikarenakan etnis Tionghoa banyak terlibat dalam gerakan PKI, sehingga masyarakat Blangpidie menganggap mereka sebagai musuh. Maka dengan berjalannya waktu mereka juga diterima oleh masyarakat sampai sekarang.

Sebagai suku minoritas yang ada di Kota Blang Pidie, hal yang harus dipastikan adalah menjaga eksistensinya dalam kehidupan agar terus berkembang dan tidak termarginalkan. Berdasarkan KBBI, kata minoritas memiliki arti golongan sosial yang jumlah warganya jauh lebih kecil jika dibandingkan dengan golongan lain dalam suatu masyarakat dan karena itu didiskriminasikan oleh golongan lain. sedangkan definisi identitas

adalah jati diri yang melekat dan menjadi ciri khas dari orang tersebut (Triyanto, 2018).

Masyarakat di Kota Blang Pidie mayoritas adalah warga asli dan beragama Islam yang taat, sehingga penerapan syariat Islam selalu diterapkan dan terbiasa dengan budaya-budaya yang berkenaan dengan keagamaan. Menjadi golongan minoritas tidak menyurutkan semangat warga Etnis Tionghoa dalam hidup berdampingan dengan warga asli, sebaliknya malah mendapat pengetahuan lebih dan menghargai perbedaan yang tercipta diantara kedua etnik, dengan menghargai dan menghormati budaya mayoritas Etnis Tionghoa tetap dapat hidup aman dan nyaman di tengah-tengah masyarakat pribumi yang dominannya adalah muslim. Untuk hidup berdampingan dengan banyaknya perbedaan, Etnis Tionghoa dan warga asli sama-sama berusaha agar tidak bersinggungan, berselisih paham, atau bahkan sampai berkonflik, karena Etnis Tionghoa sendiri sadar resiko yang akan ditanggung bila memiliki konflik dengan warga asli yang akan berpengaruh dalam hidupnya pergaulan dan jalinan kerja sama dengan kolega (Observasi, 22 Desember 2023).

Acara-acara yang berkaitan dengan adat dan budaya Tionghoa tetap dijalankan sebagaimana biasanya, namun tidak semegah acara adat penduduknya yang mayoritas. Setiap mengadakan acara adat Tionghoa tidak lupa mengundang teman dan kerabat yang berasal dari warga asli. Menjaga eksistensinya

di dalam masyarakat sebagai minoritas, setiap warga keturunan Tionghoa tergabung didalam organisasi Hakka meskipun hanya sebagai masyarakat Hakka dan bukan sebagai pengurus namun setiap kegiatan Hakka selalu melibatkan seluruh anggota dan warga Tionghoa meskipun hanya untuk sumbangan dana. Dengan adanya Hakka semua kegiatan yang berkaitan dengan adat Tionghoa diadakan oleh Hakka tidak hanya kebiasaan warga Tionghoa, Hakka juga melakukan kegiatan-kegiatan sosial lainnya yang bermanfaat bagi seluruh masyarakat seperti penggalangan dana, donor darah dan lain sebagainya.

Menyatunya Etnis Tionghoa dengan tradisi masyarakat Kota Blang Pidie membuat kesenian tersendiri seperti tari ranub lampuan digunakan pada saat acara-acara penyambutan tamu seperti pada saat pelantikan ketua Hakka Aceh barat Lukas Wijayanto. Dengan adanya Hakka masyarakat Etnis Tionghoa akan tetap eksis secara berkelanjutan dan dapat terus bersosialisasi dengan masyarakat dan bekerjasama dengan organisasi lainnya. Di tengah masyarakat Hakka secara tidak langsung menjadi wadah untuk mempertahankan identitas dan eksistensi masyarakat Tionghoa di tengah masyarakat yang mayoritas muslim. Usaha untuk menjaga kestabilan hidup juga terus diterapkan sehingga meminimalisir konflik yang berkaitan dengan SARA (Observasi, 22 Desember 2023).

Selain tergabung dalam organisasi Hakka, etnis Tionghoa menunjukkan upaya mempertahankan identitasnya dengan memberikan angpao pada saat menghadiri acara pernikahan kerabat atau teman yang berbeda agama, serta menggunakan pakaian khas pada saat mengadakan acara di rumah seperti acara ulang tahun dan Imlek. Pada perayaan Imlek biasanya Etnis Tionghoa mengundang seluruh teman untuk datang dan berbagi kebahagiaan serta angpao. Selain itu dalam perayaan juga menyediakan kue khas yaitu kue keranjang untuk sajian hari besar tersebut, sehingga tampak jelas ciri khas dan identitas ini sebagai Etnis Tionghoa dan masih eksis sampai saat ini serta mampu menjalin silaturahmi dan hidup berdampingan dengan warga asli yang dominan (Observasi, 22 Desember 2023).

4.3 Hasil Penelitian

Pada bagian ini dipaparkan temuan penelitian terkait persepsi masyarakat Tionghoa terhadap Bank Syariah yang terdapat di Kabupaten Aceh Barat Daya, baik persepsi terhadap sistem produk pada bank syariah, promosi, pelayanan, dan sarana prasarana bank dimana datanya diperoleh langsung dari hasil wawancara sebagaimana paparan di bawah ini.

4.3.1 Persepsi Masyarakat Tionghoa Terhadap Produk Bank Syariah

Produk yang dihasilkan bank syariah merupakan tujuan utama dalam memberikan kepuasan kepada pelanggan baik berupa barang maupun jasa. Produk yang ditawarkan bank syariah kepada masyarakat Tionghoa selaku nasabah harus dapat memberikan manfaat total yang dapat dirasakan nasabah, sehingga nasabah akan melakukan pembelian, sehingga bank syariah dalam pembentukan produk dan desain produk harus bisa memenuhi kebutuhan nasabahnya. Pada produk jasa elemen kualitas pelayanan menjadi elemen utama dalam menjual produk bank. Dari wawancara dengan salah satu masyarakat etnis Tionghoa di Kota Blang Pidie, mengatakan bahwa:

“Saat ini bagi saya produk perbankan syariah di Kabupaten Aceh Barat Daya tidak banyak berbeda dengan produk bank konvensional, produk yang ditawarkan belum memiliki karakteristik sebagai produk perbankan syariah. Produk perbankan syariah dengan produk bank konvensional dibedakan oleh penggunaan akad dalam setiap penjualan produk tersebut” (Wawancara: Masyarakat Tionghoa, 2 Desember 2023).

Lain halnya dengan informan yang juga masyarakat Tionghoa di Kota Blang Pidie ini yang mengatakan sebagai berikut:

“Saat ini produk perbankan syariah yang terdapat di Kabupaten Aceh Barat Daya belum sebanyak produk bank konvensional sehingga belum banyak alternatif pilihan bagi kami selaku nasabah dalam bertransaksi

perbankan, berbeda dengan konvensional dimana produk bank tersebut memang dibutuhkan semua pihak. Produk simpanan di bank syariah belum memiliki variasi produk sesuai kebutuhan, inovasi produk di bank syariah masih sangat kurang” (Wawancara: Masyarakat Tionghoa, 4 Desember 2023).

Pendapat yang lain datang dari masyarakat Tionghoa yang ada di Kabupaten Aceh Barat Daya yang mengatakan bahwa:

“Saya memiliki tabungan syariah selama tinggal di Kabupaten Aceh Barat Daya karena tidak menginginkan sistem bunga, karena pada bank syariah dikenal dengan sistem bagi hasil” (Wawancara: Masyarakat Tionghoa, 4 Desember 2023).

Dari wawancara di atas, diketahui bahwa alasan yang membentuk persepsi masyarakat Tionghoa ialah pengetahuan dan sikap, pendidikan dan ekonomi di Kabupaten Aceh Barat Daya dalam memilih bank dilihat dari segi produk. Masyarakat Tionghoa menyatakan produk perbankan syariah belum memiliki nilai tambah dan benefit bagi penggunanya. Produk yang saat ini ditawarkan hampir sama bahkan sama dengan produk konvensional hanya kemasan dan namanya saja yang berbeda sehingga masyarakat Tionghoa yang ada di Kabupaten Aceh Barat Daya belum sepenuhnya menggunakan produk perbankan syariah.

Penggunaan produk perbankan syariah dilakukan oleh masyarakat Tionghoa di Kabupaten Aceh Barat Daya apabila produk tersebut dapat memberikan benefit yang lebih dibandingkan produk perbankan konvensional. Untuk produk penghimpunan dana di bank syariah benefit yang diterima aparatur sipil negara masih kalah apabila dibandingkan dengan produk bank konvensional, bahkan produk bank konvensional lebih variatif dan kompetitif sehingga kalangan masyarakat Tionghoa memiliki alternatif dalam pemilihan produk tersebut.

Praktik sekarang yang dilakukan oleh sebagian industri keuangan syariah, produk yang ditawarkannya ada yang masih belum sesuai dengan konsep dasar bank syariah itu sendiri. Akan tetapi, adapula yang mengetahui tentang keharaman bunga dan diganti bagi hasil. Hal ini bisa jadi dikarenakan faktor SDM yang belum memahami bentuk teori dan konsep dari bank syariah. Sehingga praktik di lapangan mengindikasikan kemiripan antara produk bank syariah dengan produk bank konvensional. Kondisi seperti ini memang perlu diluruskan sehingga tidak ada kesan bahwa praktik bank syariah dengan produk pada bank konvensional sama.

4.3.2 Persepsi Masyarakat Tionghoa terhadap Promosi Bank Syariah

Kegiatan promosi pada produk dan jasa biasanya dilakukan melalui iklan di media masa, atau televisi. Konsep kegiatan promosi tersebut di antaranya meliputi *advertising, sales promotion, public relation, sales training, marketing research dan development*. Promosi merupakan salah satu faktor penentu keberhasilan suatu program pemasaran. Betapapun berkualitasnya suatu produk, bila konsumen belum pernah mendengarnya dan tidak yakin bahwa produk tersebut akan berguna bagi mereka, maka mereka tidak akan pernah membelinya.

Tujuan utama dari promosi adalah menginformasikan, mempengaruhi dan membujuk serta mengingatkan pelanggan sasaran tentang perusahaan dan bauran pemasarannya. Perusahaan jasa harus tepat dalam melakukan pemilihan media promosi sehingga pesan yang ingin disampaikan tepat sasaran dan menghasilkan *feedback* dengan membeli produk yang ditawarkan. Wawancara dengan salah satu masyarakat Tionghoa yang ada di Kota Blang Pidie, mengatakan bahwa:

“Promosi atau sosialisasi yang disampaikan tidak menginformasikan dampak negatif dan kerugian bila menggunakan sistem riba, sehingga hal tersebut belum banyak merubah mind set kami masyarakat Tionghoa dalam memilih bank syariah” (Wawancara: Masyarakat Tionghoa, 7 Desember 2023).

Senada dengan itu, pendapat dari di atas, salah satu masyarakat Tionghoa yang ada di Kota Blang Pidie mengatakan bahwa:

“Saat ini aparat sipil negara mendapatkan informasi perihal bank syariah dari media elektronik, media cetak dan radio. Sedangkan pesan yang disampaikan masih belum jelas dan nilai-nilai syariahnya tidak di utamakan, sosialisasi yang disampaikan lebih pada produknya” (Wawancara: Masyarakat Tionghoa, 7 Desember 2023).

Lain halnya dengan masyarakat Tionghoa yang juga berprofesi sebagai pedagang elektronik di Kota Blang Pidie yang mengatakan sebagai berikut:

“Bagi saya bank syariah sebaiknya memanfaatkan secara maksimal kerjasama dengan para ulama dalam mensosialisasikan bank syariah, ulama bisa menjadi duta bank syariah dalam sosialisasi langsung kepada nasabah” (Wawancara: Masyarakat Tionghoa, 5 Desember 2023).

Berdasarkan wawancara di atas, diketahui bahwa kegiatan promosi yang dilakukan perbankan syariah masih sebatas menjual produk, sebagaimana diketahui produk bank syariah dan produk konvensional memiliki kesamaan. Kegiatan promosi umumnya dilakukan dengan menggunakan brosur, media elektronik seperti televisi, radio dan lain-lain. Pemilihan media promosi yang kurang tepat akan kurang efektif untuk memengaruhi aparat sipil negara menggunakan

jasa bank syariah. Kegiatan promosi seharusnya mensosialisasikan dampak penggunaan sistem bunga terhadap kehidupan ekonomi dan masyarakat, sehingga dapat merubah mind set aparatur sipil negara mengenai bank syariah. Mensosialisasikan jaringan kantor, dukungan teknologi informasi atau jaringan online, bahwa bank syariah memiliki dukungan teknologi yang memadai sama halnya dengan perbankan konvensional.

Media yang paling efektif mensosialisasikan bank syariah kepada masyarakat muslim khususnya selain melalui media cetak dan elektronik sebaiknya bank syariah menggunakan jasa para ulama/ustad, mengajak partisipasi aktif ulama di mana kantor bank syariah berada. Bank syariah perlu bersinergi untuk mensosialisasi manfaat dan perbedaan bank syariah dengan bank konvensional kepada para ulama, sehingga para ulama mendapat persepsi yang sama mengenai perbankan syariah yang dapat diinformasikan kepada masyarakat pada saat para ulama tersebut terjun berdakwah. Selain itu media promosi dari mulut ke mulut akan lebih efektif dalam membentuk opini masyarakat dalam mensosialisasikan bank syariah.

4.3.3 Persepsi Masyarakat Tionghoa terhadap Pelayanan Bank Syariah

Khusus pada aspek pelayanan bank syariah terdapat beberapa aspek yang peneliti lihat dari persepsi masyarakat Tionghoa yang ada di Kabupaten Aceh Barat Daya, sebagaimana uraian di bawah ini.

Place disebut juga saluran distribusi, dalam bisnis bank *place* adalah jaringan kantor cabang yang ada di Kabupaten Aceh Barat Daya untuk mendistribusikan produk dan jasa yang ditawarkan kepada nasabah terutama kalangan masyarakat Tionghoa. Saat ini jaringan distribusi perbankan syariah di Kabupaten Aceh Barat Daya tidak hanya meliputi jaringan kantor cabang tetapi sudah melalui jaringan teknologi informasi seperti *internet*, *m-banking*, *phone banking* dan lain-lain. Jasa bank syariah menggunakan tipe interaksi di mana pelanggan mendatangi penyedia jasa, untuk itu idealnya perbankan berada pada lokasi yang mudah dijangkau oleh masyarakat dan akses menuju lokasi mudah diakses oleh kendaraan umum. Wawancara dengan salah seorang masyarakat Tionghoa, mengatakan bahwa:

“Jaringan kantor perbankan syariah agak sulit diakses di Kabupaten Aceh Barat Daya, idealnya bank syariah jarang ada di tiap-tiap pusat keramaian, sehingga kehadiran bank syariah belum bisa dirasakan oleh seluruh masyarakat” (Wawancara: Masyarakat Tionghoa, 6 Desember 2023).

Pendapat lain datang dari salah seorang masyarakat Tionghoa yang juga berdomisili di Kota Blang Pidie, mengatakan bahwa:

“Memang saat ini lokasi bank syariah di Kabupaten Aceh Barat Daya bagi kami sudah sangat terjangkau, namun sebagian masyarakat juga harus pergi jauh untuk sampai ke kantor bank syariah yang berada di pusat kota Blang Pidie ini” (Wawancara: Masyarakat Tionghoa, 6 Desember 2023).

Senada dengan itu, pendapat dari salah satu masyarakat Tionghoa lainnya mengatakan bahwa:

“Saya menggunakan bank syariah untuk tabungan jangka panjang karena di bank syariah tidak ada potongan dalam hal tabungan. Dan menggunakan bank konvensional adalah hal untuk konsumsi sehari-hari seperti jual beli online penarikan ATM karena bank konvensional lebih gampang di jangkau” (Wawancara: Masyarakat Tionghoa, 6 Desember 2023).

Dari wawancara di atas, diketahui bahwa bank syariah jaringan kantor belum tersebar secara merata dan lokasinya belum bisa dijangkau dengan mudah. Perbankan syariah harus memperhatikan hal-hal lainnya dalam menentukan lokasi kantor seperti lokasi, lahan parkir, dan sarana pendukung lainnya seperti mesin ATM. Saat ini industri perbankan sudah memberikan kemudahan-kemudahan dalam melakukan transaksinya. Sesama Bank syariah sama-sama berlomba dalam memberikan kemudahan bagi nasabahnya,

dalam rangka meningkatkan pelayanan yang memuaskan. Saat ini bank syariah di Kabupaten Aceh Barat Daya belum berani terjun membuka jaringan kantor cabang/kas di seluruh kecamatan, padahal potensi masyarakat muslim khususnya mayoritas ada di pedesaan, seharusnya bank syariah berani menjadi pionir bagi roda ekonomi di pedesaan sesuai dengan misi bank syariah untuk membangkitkan ekonomi umat.

Untuk jaringan ATM, bank syariah menggunakan kerjasama dengan vendor-vendor penyedia jasa jaringan ATM seperti ATM Bersama, ALTO, Master card, Visa dan lain-lain. Dengan keterbatasan jaringan ATM tersebut menimbulkan beban biaya yang dikenakan kepada nasabah, sehingga point tersebut menjadi tidak kompetitif dalam menjangkau nasabah.

Salah satu ciri utama pelayanan bisnis bank adalah dominannya unsur *personal approach*, dimulai dari *front office*, *back office* sampai tingkat manajerial. Faktor *people* turut membentuk *image* bank syariah itu sendiri, semakin profesional faktor *people* dalam bank tersebut maka akan semakin kuat *image* bank tersebut di masyarakat. Sumber daya manusia merupakan aset bank dalam mengembangkan bank sesuai tujuannya untuk mencapai keuntungan secara financial maupun secara *goodwill*. Semua sikap dan tindakan karyawan, bahkan cara berpakaian karyawan dan penampilan

karyawan mempunyai pengaruh terhadap persepsi konsumen dan keberhasilan penyampaian produk dan jasa yang ditawarkan. Untuk itu *people* merupakan bagian terpenting dalam membentuk *image* bank dimata nasabah.

Wawancara dengan salah satu masyarakat Tionghoa di Kota Blang Pidie yang mengatakan bahwa:

“Pelayanan yang diberikan oleh bank syariah sudah cukup baik, begitu masuk bank syariah mereka disambut dengan salam dan dilayani dengan ramah oleh pegawai bank syariah” (Wawancara: Masyarakat Tionghoa, 5 Desember 2023).

Pendapat lain datang dari masyarakat Tionghoa yang bekerja sebagai usaha perbengkelan mengatakan sebagai berikut:

“Satpam, customer services, dan teller dalam melayani nasabah sopan, sungguh-sungguh dan ramah. Saat memasuki kantor, kita akan disambut oleh salam dan sapaan ramah satpam bank yang akan membukakan pintu serta menanyakan keperluan kita datang ke bank” (Wawancara: Masyarakat Tionghoa, 6 Desember 2023).

Senada dengan itu pendapat dari masyarakat Tionghoa lainnya yang mengatakan bahwa:

“Bank syariah dalam pelayanan yang diberikan sangat baik, waktu untuk memberikan pelayanan yang cepat dan cara menerangkan juga jelas pada saat menanyakan kelengkapan data” (Wawancara: Masyarakat Tionghoa, 2 Desember 2023).

Dari wawancara di atas, diketahui bahwa pelayanan bank syariah masih bisa diandalkan daripada bank konvensional. *Customer services* dalam melayani nasabah juga sopan dan ramah. Para *customer services* yang berjaga mengenakan busana syar'i yang menutup aurat. Apabila *customer services* yang berjaga tersebut perempuan, maka ia akan mengenakan kerudung dan apabila *customer services* tersebut laki-laki maka baju lengan panjang dan celana panjang menjadi baju dinas yang wajib dikenakan.

Para *customer services* akan melayani nasabah dengan ramah dan sopan. Sebelum melayani nasabah, *customer services* akan menyambutnya dengan salam dan menanyakan nama nasabah terlebih dahulu. Setelah mengetahui nama nasabah, dalam melayani nasabah *customer services* akan selalu menyebut nama nasabah dalam pelayanannya. Setelah keperluan nasabah selesai, para *customer services* akan bertanya kepada nasabah apakah ada hal lain lagi yang perlu dibantu, jika nasabah sudah tidak memerlukan bantuan *customer services* lagi maka pelayanan *customer services* terhadap nasabah telah selesai dan *customer services* akan menutup pelayanan mereka dengan salam dan senyum yang ramah.

Proses adalah semua prosedur aktual, mekanisme, dan aliran aktifitas yang digunakan untuk menyampaikan jasa. Hal

penting lainnya dalam bauran pemasaran adalah proses, di mana proses meliputi sistem dan prosedur, termasuk persyaratan ataupun ketentuan yang diberlakukan oleh bank terhadap produk dan jasa bank yang ditawarkan kepada nasabahnya. Proses yang cepat dan akurat akan meningkatkan daya saing suatu bank dalam merebut minat masyarakat. Wawancara dengan salah satu masyarakat Tionghoa lainnya yang mengatakan bahwa:

“Untuk bisa bersaing dengan bank konvensional, bank syariah harus berani berinvestasi di bidang teknologi perbankan, sehingga proses transaksi yang ada di bank bisa sesuai dengan harapan nasabah” (Wawancara: Masyarakat Tionghoa, 3 Desember 2023).

Pendapat lain dari salah satu pedagang emas kalangan masyarakat Tionghoa di Aceh Barat Daya yang mengatakan bahwa:

“Penggunaan teknologi perbankan di perbankan syariah saat ini sudah memadai, namun informasi tersebut tidak tersosialisasikan dengan baik sehingga persepsi masyarakat masih menganggap bank syariah masih ketinggalan dalam penggunaan teknologi perbankan” (Wawancara: Masyarakat Tionghoa, 7 Desember 2023).

Dari hasil wawancara di atas, diketahui bahwa keinginan masyarakat Tionghoa agar dukungan teknologi informasi nasabah bank syariah dapat bertransaksi secara online di

seluruh jaringan kantor bank syariah serta dapat menggunakan ribuan ATM yang tersebar di pusat-pusat keramaian. Diperlukan sosialisasi baik berupa panduan penggunaan teknologi perbankan seperti brosur penggunaan ATM maupun pemberian informasi yang terus menerus di setiap kantor cabang syariah baik berupa standing banner, brosur dan lain-lainya.

Dalam hal proses pengajuan pembiayaan di bank syariah, aparatur sipil negara, umumnya masih memandang proses di bank syariah relatif lama dan skim pembiayaan yang rumit. Tentunya hal ini menjadi tantangan bagi praktisi perbankan untuk bisa menyederhanakan prosedur dan proses pembiayaan sesimpel mungkin untuk meningkatkan daya saing dengan tetap menjunjung prinsip kehati-hatian dalam memberikan pembiayaan. Proses dan prosedur tersebut bisa diatasi dengan sistem pembiayaan berbasis web atau menggunakan *score card* dalam menganalisa kelayakan pembiayaan nasabah.

Pelayanan dan IT yang dimiliki oleh bank syariah telah memperlihatkan adanya semangat untuk selalu meningkatkan pelayanan yang memuaskan (*service satisfaction*) pada customer dan menggunakan teknologi informasi perbankan yang memadai dalam mengembangkan industri keuangan syariah di Aceh Barat Daya.

4.3.4 Persepsi Masyarakat Tionghoa terhadap Saran dan Prasarana

Physical Evidence atau keadaan fisik dalam bisnis bank meliputi sarana *physic* berupa gedung kantor, area banking hall, mesin ATM, lahan parkir yang luas dan aman, akses kantor yang mudah dijangkau baik kendaraan umum maupun kendaraan pribadi. Dengan gedung kantor yang nyaman, aman akan membentuk sikap masyarakat memilih bank tersebut, sementara faktor lainnya akan diabaikan oleh customer. Wawancara dengan salah satu masyarakat Tionghoa di Kota Blang Pidie mengatakan bahwa:

“Saat ini aparat sipil negara tidak terlalu menemukan kantor bank syariah, karena saat ini bangunan fisik kantor bank syariah sangat jelas dan mudah ditemukan dengan identitas bangunan yang mendekati ornamen agama Islam dan pencantuman sign syariah dan logo untuk seluruh kantor yang bisa melayani transaksi syariah” (Wawancara: Masyarakat Tionghoa, 2 Desember 2023).

Pendapat lain dari salah seorang masyarakat Tionghoa yang mengatakan sebagai berikut:

“Menurut saya Bank syariah yang saat ini ada sudah memadai baik dari tampilan maupun dari atributnya. Kantor bank syariah tidak perlu menggunakan ornamen timur tengah sebagai identitas bank syariah, tetapi kesan yang diberikan harus bernuansa syariah” (Wawancara: Masyarakat Tionghoa, 3 Desember 2023).

Berdasarkan wawancara di atas, bank syariah masih mengandalkan menjual *physic* bangunan dalam memengaruhi sikap nasabah, bank syariah belum bisa menjual konsep dan produk yang memang dibutuhkan masyarakat sesuai syariah. Aparatur sipil tidak menjadikan *physical evidence* sebagai dasar dalam memilih bank untuk bertransaksi melainkan manfaat dan akses yang mudah serta jaringan yang luas yang dibutuhkan. Unsur-unsur yang terdapat dalam *physical evidence* atau saran fisik antara lain; bangunan fisik, peralatan, perlengkapan, logo, warna dan barang-barang lainnya yang merupakan satu kesatuan dengan *service* yang diberikan.

Begitu pula halnya dengan bangunan fisik sebuah kantor cabang bank, di mana bentuk bangunan fisik turut mempengaruhi konsumen dalam mengambil keputusan dalam memilih bank. Sarana fisik ini merupakan suatu hal yang secara nyata turut mempengaruhi keputusan konsumen untuk membeli dan menggunakan produk jasa yang ditawarkan. Unsur-unsur yang termasuk di dalam sarana fisik antara lain bangunan fisik, peralatan, perlengkapan, logo, warna dan barang-barang lainnya yang disatukan dengan *service* yang diberikan seperti tiket, sampul, label, dan lain sebagainya.

a. Pembahasan Hasil Penelitian

4.4.1 Analisis Persepsi Masyarakat Tionghoa Terhadap Produk

Berdasarkan analisis terhadap temuan penelitian di atas, maka dapat dijelaskan bahwa masyarakat etnis Tionghoa yang ada di Kota Blang Pidie juga ikut bertransaksi dan menggunakan jasa perbankan syariah, seperti di Bank Syariah Indonesia (BSI) dan Bank Aceh Syariah (Jalilah dan Yasir, 2016). Terlibatnya etnis Tionghoa yang sebagian non muslim untuk menjadi bagian dari transaksi Bank Syariah di Aceh tidak dilarang, hal ini sebagaimana dibuktikan dalam Pasal 1 Ayat (24) Qanun Aceh Nomor 11 Tahun 2018 Tentang Lembaga Keuangan Syari'ah bahwa mitra LKS adalah individu atau Lembaga yang melakukan aktivitas transaksi keuangan dengan LKS dan/ atau menjalin kerjasama usaha dengan LKS di Aceh. Pasal 38 Ayat (1) disebutkan kegiatan usaha LKS kepada nasabahnya termasuk etnis Tionghoa meliputi transaksi jasa keuangan, kerjasama dalam pengembangan usaha masyarakat, baik melalui penyaluran, pembiayaan, pengelolaan simpanan serta investasi kepada mitra dan/atau LKS lainnya.

Menurut analisa penulis persepsi etnik Tionghoa yang memilih Lembaga Keuangan Syariah seperti Bank Syariah, meskipun ada yang masih menjalin mitra dengan bank konvensional, telah sesuai dengan prinsip syariah, karena meskipun mayoritas non muslim, tidak menghalangi mereka

untuk ikut berpartisipasi di Lembaga Keuangan Syariah, karna pada dasarnya semua agama melarang adanya riba.

Tidak sedikit masyarakat yang menganggap bahwa produk bagi hasil misalnya tidak ada bedanya dengan pemberian/pengambilan bunga sehingga mereka beranggapan bank syariah dengan bank konvensional sama saja yang membedakan hanya istilah saja. Tentunya persepsi seperti itu tidak benar karena mereka yang berpendapat seperti itu, tingkat pemahaman terhadap bank syariah termasuk dalam operasionalnya masih relative kurang. Persepsi merupakan suatu hal yang penting dalam melihat citra dan reputasi suatu perusahaan atau sebuah lembaga. Citra tersebut dihasilkan atau dibentuk dari komunikasi pemasaran yang efektif dan strategic. Sedangkan kualitas citra tersebut tergantung pada reputasi yang disandang oleh perusahaan atau lembaga yang bersangkutan. Terujinya suatu kualitas suatu citra tidak terlepas dari beberapa faktor seperti, pengalaman, konsistensi, makna dan juga lingkungan sekitar baik secara makro maupun eksternal.

Umumnya para pengusaha kecil akan melakukan pembiayaan permodalan pada bank syariah maka mereka tidak akan dibayang-bayangi oleh tingginya bunga yang harus mereka bayarkann kepada pihak bank. Perbankan syariah yang terbukti lebih adil dan menguntungkan kini semakin berkembang serta memperoleh kepercayaan dari semua lapisan masyarakat, tidak

mengenal ras dan agama serta profesi. Dalam hal ini, tidak hanya kalangan masyarakat muslim saja, tetapi juga masyarakat non muslim, serta berbagai rasa tau keturunan. Oleh karena itu saat ini semakin banyak masyarakat khususnya non muslim maupun etnik tionghoa yang memang mayoritas adalah non muslim saat ini semakin bertambah banyak yang mempercayakan aktivitas perekonomian mereka kepada bank syariah.

Terkait persepsi masyarakat Tionghoa terhadap produk bank syariah Selama ini masih kurangnya persepsi masyarakat terhadap produk-produk perbankan syariah. Hal ini dikarenakan kurangnya pelayanan, sosialisasi, dan promosi kepada masyarakat, sehingga persepsi masyarakat masih kurang dalam mengenal produk-produk perbankan syariah yang ada di Bank Syariah di Aceh Barat Daya. Dari hasil persepsi yang penulis dapatkan dari hasil wawancara dapat di peroleh ada masyarakat yang belum puas dengan kinerja yang dilakukan bank syariah terutama di kawasan pelosok selain itu kurangnya sosialisasi kepada masyarakat sehingga pengetahuan tentang produk-produk perbankan syariah masih kurang, oleh karena itu hal ini sangat berpengaruh bagi citra baik perusahaan atau suatu keberhasilan dalam menjalankan suatu perusahaan seharusnya pihak bank syariah melakukan sosialisasi dan promosi langsung kepada masyarakat, serta melakukan pengenalan melalui tv, brosur-

brosur, untuk lebih mudah dan dipahami, sehingga nasabah tertarik menggunakan atau bertransaksi di bank syariah.

Persepsi masyarakat Tionghoa terhadap produk bank syariah sistem bagi hasil yang ada pada Bank Syariah masyarakat Tionghoa berpendapat sistem bagi hasil menjadi penentu dalam memilih menggunakan bank syariah. Dengan alasan, selain bagi hasil merupakan sistem yang sesuai dengan ajaran Islam, juga lebih adil dalam bermuamalah. Namun, istilah-istilah muamalah sesuai syariah dalam kehidupan sehari-hari masih kurang familiar serta membuat masyarakat Tionghoa kurang mengetahui dan ragu dengan sistem bagi hasil. Kemudian, kehadiran bank syariah yang terlihat baru membuat masyarakat Tionghoa takut terjadi failed dalam bank syariah tersebut. Sehingga membuat masyarakat Tionghoa belum berani menggunakan bagi hasil pada bank syariah. Akan tetapi ketika masyarakat sudah familiar dengan kata-kata muamalah dalam Islam termasuk akad dalam bagi hasil tersebut, maka akan mudah untuk masyarakat menggunakan dan percaya terhadap bagi hasil. Namun pandangan sebagian masyarakat Tionghoa lainnya bagi hasil tidak dapat mempengaruhi masyarakat untuk menyimpan dananya pada bank syariah. Dengan alasan, masyarakat Tionghoa menyimpan dananya pada bank syariah karena melihat bahwa bank syariah itu bank yang menjalankan kegiatannya sesuai aturan Islam, bukan karena bagi hasilnya.

Jamriah (2021) mengemukakan masyarakat sudah mengetahui tentang bank syariah dan produk-produknya, pengetahuan mereka akan keberadaan bank syariah telah terbukti dalam bentuk tabungan yang dimiliki masyarakat, tetapi sebagian masyarakat masih ada beberapa produk yang tidak diketahui karena promosi yang dilakukan bank syariah terhadap masyarakat dusun bunga losie masih kurang.

4.4.2 Analisis Persepsi Masyarakat Tionghoa Terhadap Promosi

Dalam melakukan kegiatan pemilihan suatu barang atau jasa, seseorang seringkali memilihnya berdasarkan pada persepsi mereka. Langkah ini mereka lakukan adalah untuk menyederhanakan proses pemilihan tersebut. Persepsi seseorang terhadap suatu barang atau jasa memegang peranan penting dalam pengambilan keputusan untuk memilih atau memanfaatkan suatu barang atau jasa. Ketika seseorang merasa sangat puas dengan sesuatu mereka akan mempunyai persepsi yang baik terhadap suatu barang atau jasa yang dilihatnya, kemudian akan ada keinginan untuk memnafaatkannya atau memilihnya.

Promosi yang dilakukan bank syariah menekankan pada edukasi kemasyarakat dengan menjelaskan sebuah sistem baru yang dapat memberikan alternatif ataupun menjadi pilihan utama bagi para masyarakat secara luas (Jamriah, 2021). Terkait promosi masyarakat Tionghoa Aceh Barat Daya khususnya di Kota Blang

Pidie memiliki pandangan bahwa promosi yang dilakukan pihak bank syariah selama ini sudah baik, hanya saja perlu diperluas lagi hingga kepada masyarakat yang jauh dari pusat kota atau keberadaan bank syariah itu sendiri. Promosi yang dilakukan pihak bank syariah saat ini tidak hanya menggunakan media sosial seperti media online, melainkan juga dilakukan secara langsung melalui media cetak dan pemberian pengetahuan kepada nasabah yang berkunjung ke lokasi bank yang ada di Aceh Barat Daya.

4.4.3 Analisis Persepsi Masyarakat Tionghoa Terhadap Pelayanan

Pengelolaan bank syariah yang berlandaskan prinsip syariah Islam terbukti bisa lebih adil dan memberikan keuntungan bagi nasabah. Hal ini karena perbankan syariah dalam operasionalnya tidak menggunakan prinsip bunga tetapi menggunakan prinsip bagi hasil. Selain itu perbankan syariah yang beroperasi dengan prinsip bagi hasil akan lebih tahan ketika terjadi krisis karena berpijak pada sector riil, sehingga pihak bank atau pihak kreditur dan pihak nasabah yang melakukan pembiayaan tidak akan terbebani oleh suku bunga yang tinggi. Hal ini tentunya lebih adil dan menguntungkan bagi pihak kreditur maupun debitur. Perbankan syariah yang tidak menggunakan prinsip Bunga tetapi menggunakan prinsip bagi hasil dalam operasionalnya juga lebih bersahabat pada para pedagang dan pengusaha kecil.

Terkait persepsi masyarakat Tionghoa terhadap pelayanan bank syariah masyarakat Tionghoa Aceh Barat Daya khususnya di Kota Blang Pidie sudah memberikan penilaian baik seperti fasilitas dan lain sebagainya. Namun dari aspek belum ada mobil banking keliling atau jasa pelayanan keliling membuat masyarakat Tionghoa Aceh Barat Daya khususnya di Kota Blang Pidie kurang puas. Hal ini dikarenakan layanan tersebut akan memberikan kemudahan bagi masyarakat yang tidak dapat datang ke Kantor bank syariah untuk melakukan setoran tunai. Sebagian masyarakat Tionghoa Aceh Barat Daya khususnya di Kota Blang Pidie juga berpandangan dengan kemajuan teknologi maka bank syariah sudah mampu melahirkan sebuah layanan berupa Kasir Keliling untuk menanggapi keluhan masyarakat. Selanjutnya seharusnya bank syariah memberikan fasilitas berupa mobil keliling seperti koprasri kelilig untuk menanggapi keluhan masyarakat yang rumahnya jauh dari bank syariah dan juga ATM syariah tidak ada maka jika ada mobil banking keliling masyarakat bisa dengan mudah untuk berhubungan dengan bank syariah.

Pelayanan berupa akad yang ada pada bank syariah masyarakat Tionghoa berpandangan baik. Hal ini terlihat bahwa mayoritas masyarakat di Tionghoa telah memiliki tabungan di Bank syariah. Pengetahuan mereka akan keberadaan bank syariah telah terbukti dalam bentuk tabungan yang dimiliki oleh

masyarakat. Akan tetapi, promosi yang dilakukan oleh bank syariah terhadap masyarakat Tionghoa dirasa kurang, promosi yang menekankan pada edukasi kemasyarakat dengan menjelaskan sebuah sistem baru yang dapat memberikan alternatif ataupun menjadi pilihan utama bagi para masyarakat secara luas. Pemahaman masyarakat Tionghoa terhadap sistem akad pada bank syariah mempengaruhi persepsi terhadap sistem operasionalnya dan juga cara pelayanan yang diberikan. Pemahaman masyarakat terhadap akad-akad bank syariah adalah dikarenakan adanya pola keberagaman masyarakat mengenai bank syariah. Sedangkan masyarakat Tionghoa yang tidak memahami mengenai akad-akad pada bank syariah dengan alasan bahwa belum pernah mendapatkan informasi kemudian kurangnya sosialisasi dari lembaga keuangan syariah tersebut.

i. Analisis Persepsi Masyarakat Tionghoa Terhadap Sarana dan Prasarana

Masyarakat etnis Tionghoa yang ada di Kabupaten Aceh Barat Daya khusus yang ada di Kota Blang Pidie ikut serta menjadi nasabah pada Bank Syariah, baik Bank Aceh Syariah maupun Bank Syariah Indonesia tentu memiliki pandangan tersendiri terhadap jasa yang diberikan baik terhadap produk, pelayanan, sistem akad dan sistem bagi hasil yang sebagaimana

hal itu semua diatur dalam Qanun Aceh Nomor 11 Tahun 2018 Tentang Lembaga Keuangan Syariah.

Persepsi masyarakat Tionghoa Blang Pidie terhadap sarana dan prasarana bank syariah secara umum sudah baik. Dilihat dari jawaban informan yang telah dipaparkan di atas bahwa sarana dan prasarana sudah baik yang ditandai dengan tempat pelayanan yang nyaman, proses dan akses yang mudah, tempat layanan yang bersih serta karyawan berpenampilan sopan dalam memberikan pelayanan. Namun, hanya saja keluhan masyarakat Tionghoa saat berkunjung ke bank untuk transaksi terkadang kurang tempat duduk sehingga harus berdiri di dalam bank menunggu antrian dipanggil. Jamriah (2021) faktor yang mempengaruhi persepsi masyarakat terhadap produk bank syariah yaitu kurangnya sosialisasi yang dilakukan oleh bank syariah kepada masyarakat khususnya masyarakat. Respon masyarakat tidak begitu antusias. Masyarakat tidak tertarik untuk menabung atau menjadi nasabah di bank syariah dengan alasan jarak tempuh yang cukup memakan waktu lama dan tidak tersedianya fasilitas mesin ATM di tempat strategis.



BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan di atas, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Persepsi masyarakat Tionghoa terhadap perbankan syariah tidak selalu baik, melainkan ada juga berpandangan kurang baik. Dilihat aspek produk masyarakat Tionghoa belum memuaskan kebutuhan nasabah karena sebagian produk sama dengan produk bank konvensional dan belum memiliki nilai tambah dan benefit bagi penggunaanya. Dilihat dari aspek harga masyarakat Tionghoa masih menganggap mahal

khususnya dalam produk pembiayaan. Namun masyarakat Tionghoa menyukai harga karena tidak ada potongan dalam hal tabungan.

2. Persepsi masyarakat Tionghoa terhadap promosi sudah baik karena bisa diakses melalui media online, elektronik, media cetak, radio dan mengikutsertakan peran ulama. Dilihat dari aspek SDM masyarakat Tionghoa berpandangan sudah baik terutama dalam memberikan layanan yang penuh sopan santun baik Satpam, customer services, dan teller dan karyawan lainnya. Dilihat dari keadaan fisik masyarakat Tionghoa berpandangan sangat baik karena bangunan fisik kantor bank syariah sangat jelas dan mudah ditemukan dengan identitas mendekati ornamen agama Islam dan logo untuk seluruh kantor. Sedangkan dilihat dari aspek proses penggunaan teknologi perbankan di perbankan syariah sudah memadai, namun informasi tersebut tidak tersosialisasikan dengan baik sehingga nasabah masih menganggap bank syariah masih ketinggalan dalam penggunaan teknologi perbankan.
3. Persepsi masyarakat Tionghoa terhadap terhadap pelayanan sudah baik karena dijalankan berdasarkan prinsip-prinsip Islam dan merasa puas serta loyal terhadap bank tersebut.

4. Persepsi masyarakat Tionghoa terhadap sarana dan prasarana bank syariah secara umum sudah baik yang ditandai dengan tempat pelayanan yang nyaman, proses dan akses yang mudah, tempat layanan yang bersih serta karyawan berperenampilan sopan dalam memberikan pelayanan.

5.2 Saran

Agar kajian ini dapat terealisasi, maka peneliti mengajukan saran kepada pihak-pihak terkait:

1. Kepada masyarakat Tionghoa agar terus meningkatkan pengetahuannya tentang perbankan Syariah, sehingga tidak terjadi kesalahpahaman dalam memilih bank sebagai tempat melakukan transaksi.
2. Kepada pihak bank Syariah, agar terus meningkatkan sosialisasi terkait perkembangan bank kepada masyarakat Tionghoa, sehingga dapat meningkatkan jumlah nasabahnya dari kalangan masyarakat Tionghoa.

- Antonio. 2016. *Bank Syariah Teori dan Praktek*. Jakarta: Gema Insani.
- Arikunto,S. 2018. *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta
- Ascarya, 2018. *Akad & Produk Bank Syariah*. Jakarta: Raja Grafindo Persada
- Ardial, H. 2014. *Paradigma Dan Model Penelitian Komunikasi*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Ariani, N. 2017. *Hubungan Antara Persepsi Anak Terhadap Keharmonisan Keluarga Dengan Prestasi Belajar*. Skripsi (Tidak Diterbitkan). Surakarta: UMS
- Arifin. 2017. *Teori Keuangan dan Pasar Modal*. Yogyakarta: Ekonisia.
- As'ad, M. 2015. *Psikologi Industri dan Organisasi*. Jakarta: Universitas. Indonesia.
- Asrori. 2020. *Psikologi Pendidikan Pendekatan Multidisipliner*. Purwokerto: Pena Persada.
- Benny G. Setiono, 2012. *Tionghoa dalam Pusaran Politik*. Jakarta: Elkasa.
- Creswell, J. W. 2016. *Research Design, Pendekatan Metode Kualitatif, Kuantitaif, dan Campuran. 4th ed*. Yogyakarta: Pustaka Belajar
- Denzin dan Lincoln. 2019. *Hand Book of Qualitative Research*. London: Thousan oaks.
- Farida. 2022. *Standar Pelayanan Bank Syariah*. Makasar: UIN Alauddin.

- Fikri. 2021 *Eksistensi Etnis Tionghoa di Kota Blangpidie Kabupaten Aceh Barat Daya*. Skripsi Banda Aceh: UIN Ar-Raniry
- Fithi dan Irfan. 2018. *Analisis Faktor-Faktor yang Memengaruhi Nasabah Non-Muslim dalam Menggunakan Jasa Bank Syariah di DKI Jakarta*
- Firdaus, Muhammad NH, dkk. 2015. *Konsep & Implentasi Bank Syariah*. Jakarta: Renaisan.
- Hanan. 2016. *Bank Syariah dari Teori ke Praktik*. Surabaya: Balai Pustaka.
- Haryono. 2016. *Estimasi Usia Anak Etnis Tionghoa di Indonesia dengan Menggunakan Metode Willems*. *J Od Ked Gi UNAIR* Vol 18 No 1.
- Husein. 2018. *Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*, Jakarta: Raja Grafindo Persada
- Ibrahim, 2009. *Muslims In China Atau Perkembangan Islam di Tionghoa*. Jakarta: Joesoef Souy'b.
- Idrus, Muhammad. 2019. *Metode Penelitian Ilmu-Ilmu Sosial (Pendekatan Kualitatif dan Kuantitatif)*. Yogyakarta :UII Press
- Iska, Syukri. 2012. Sistem Ekonomi Islam Di sisi Kelemahan Ekonomi Sekuler di Indonesia”, dalam *Jurnal Ilmiah Syariah (Juris)*, STAIN Batusangkar, Vol. 1 No. 2/2002
- Jalilah dan Muhammad Yasir. 2016. Pengaruh Persepsi Terhadap Minat Etnis Tionghoa Kota Banda Aceh Terhadap Perbankan Syarian Aceh. *Conference Proceedings – ARICIS I Vol 1*. Banda Aceh: UIN Ar-Raniry.

- Justian Suhandinata, 2009. *WNI Keturunan Tionghoa dalam Stabilitas Ekonomi dan Politik di Indonesia*, Gramedia Pustaka Utama.
- Khalidin, Bismi. 2016. *The Impact of InterestRate towards the Performance of Islamic Banks in Indonesia (Analysis of the Islamic Bank's Operation under Islamic Economic Perspectives)*. Thesis. Syiah Kuala University Indonesia
- Koentjaraningrat. 2017. *Pengantar Ilmu Antropologi*. Jakarta: Aksara Baru.
- Moleong, Lexy J. 2018. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Rosdakarya.
- Muchtasib, 2016. *Konsep Bagi Hasil dalam Perbankan Syariah*, Jakarta: Rajawali Pers.
- Muhamad. 2015. *Teknik Perhitungan Bagi Hasil dan Profit Margin pada Bank Syariah*, Yogyakarta: UII Press.
- M. Ridwan. 2018. *Perbankan Syariah*. Malang: Empatdua Media.
- Otoritas Jasa Keuangan. 2019. *Laporan Perkembangan Keuangan Syariah. Indonesia 2018*. Jakarta: Direktorat Pengaturan dan Perizinan Perbankan Syariah
- Pandia. 2015. *Lembaga Keuangan*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Peraturan Pemerintah Nomor 9 tahun 1995 Tentang Pelaksanaan Simpan Pinjam oleh Koperasi
- Peter Carey, 2006. *Orang Jawa dan Masyarakat Cina*. Jakarta: Pustaka Azet.

- Putri dan Mutia. 2018. Persepsi Dan Prilaku Pedagang Etnik Tionghoa Terhadap Bank Syariah di Kota Jambi. *Jurnal Syariah* Vol. VI, No. 1.
- Putri Apria Ningsih. 2018. *Persepsi dan Prilaku Pedagang Etnik Tionghoa Terhadap Bank Syariah di Kota Jambi*
- Qanun Aceh Nomor 11 Tahun 2018 tentang Lembaga Keuangan Syariah
- Qanun Aceh Nomor 8 Tahun 2014 tentang Pokok-Pokok Syariat Islam
- Rakhmat, Jalaludin. 2018. *Psikologi Komunikasi*, Bandung : Simbiosis Rekatama Media.
- Rifai. 2019. Persepsi Masyarakat Non Muslim Terhadap Minat Menjadi Nasabah Bank Syariah di Surakarta. *Skripsi*. Surakarta: IAIN Surakarta.
- Silalahi, Ulber. 2018. *Metode Penelitian Sosial*. Bandung: Refika Aditama.
- Sarwono, J. 2006. *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Sarwono, 2017. *Psikologi Remaja*, Edisi Revisi. Jakarta: Raja Grafindo
- Shaleh. 2015. *Pengantar Psikologi*. Makasar: Aksara Timur.
- Saputra, dkk. 2020. *Perilaku Keputusan Pembelian Yang di Pengaruhi Faktor Psikologi Pada Etnis Tionghoa (Studi Pengguna Produk Bank XYZ TBK)*

- Soemitra. 2019. *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah*. Jakarta: Kencana.
- Sudarsono. 2017. *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah*. Yogyakarta: Ekonisia.
- Susanto. 2019. *Reputation-Driven Corporate Social Responsibility : Pendekatan Strategik Manajemen dalam CSR*, Jakarta : Esensi.
- Sugiyono. 2019. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&B*. Bandung: Alfabeta.
- Suranto. 2015. *Komunikasi Interpersonal*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Suryobroto. 2014. *Beberapa Prinsip Psikologi Belajar Laporan Pelaksanaan Penataran dalam Pengukuran Pendidikan dan Teknologi Pendidikan*. Yogyakarta: UGM
- Thahir. 2020. *Psikologi Belajar*. Bandar Lampung.
- Thoha, M. 2016. *Perilaku Organisasi Konsep Dasar dan Aplikasinya*. Raja Grafindo Persada. Jakarta.
- UU Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 1998, tentang Perbankan
- Undang-Undang Nomor 21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah
- Walgito, Bimo. 2019. *Pengantar Psikologi Umum*. Yogyakarta: Andi Offsrt
- Yanuar. 2011. *Ekonomi Politik Internasional 2: Implementasi Konsep dan Teori*. Bandung: PT Refika Aditama
- Yulianti. 2015. Pengaruh Minat Masyarakat Aceh terhadap Keputusan Memilih Produk Perbankan Syariah di Kota

Banda Aceh. *Jurnal Dinamika Akuntansi dan Bisnis* Vol 2 No 1.

Yuniarti, Vinna Sri. 2015. *Perilaku Konsumen Teori dan Praktik*, Bandung: Pustaka Setia.

Yurita Sari, Ujang Sumarwan, M. Nadratuzzaman Hosen. 2020. Analisis Faktor-Faktor Preferensi Etnis Tionghoa Terhadap Bank Syariah di Indonesia. *Jurnal Al-Muzarra'ah* Vol 3 No 1.



DOKUMENTASI

**Gambar 1. Informan dari Kalangan Pedagang Emas di Kota
Blang Pidie**





Sumber: Koleksi Pribadi, 2023

Gambar 2. Informan dari Kalangan Usaha Perbengkelan Kota Blang Pidie



Sumber: Koleksi Pribadi, 2023

Gambar 3. Informan Pedagang Hanphone Kota Blang Pidie



Sumber: Koleksi Pribadi, 2023

Gambar 4. Pedagang Perbaotan Rumah dan Usaha Warung Blang Pidie



Sumber: Koleksi Pribadi, 2023

