JURNAL EKSPOLHUM
Vol. 2 No. 1. Februari 2025
e- ISSN: 3063-0681 (online)

PENGARUH SOSIALISASI TERHADAP PERSEPSI DAN PENGETAHUAN MASYARAKAT PADA BANK SYARIAH KAB. ACEH TENGGARA

Bahrul Ilmi
Universitas Gunung Leuser, Aceh Tenggara

A R T I C L E I N F O

Article history:

Received Jan 9, 2025
Revised Jan 20, 2025
Accepted Feb 20, 2025

Keywords:

Socialization,
Perception,
Knowledge

ABSTRACT

Islamic banks are here to help the economic welfare of the Mus community, but there are still many Muslims who do not kn about Islamic banks and many of them are still customers conventional banks. This study aims to determine the effect socialization, knowledge and public perception of Islamic ba on the interest in saving in Islamic banks in Southeast Aceh. T research is a qualitative research type. The data sources in t study are primary and secondary data. Data collection meth were carried out using questionnaires and in-depth intervie The results of the study showed that socialization has significant influence on public perception and knowledge ab Islamic Banks. The better the socialization carried out, the bet the public perception and knowledge about Islamic Banks.

This is an open access article under the CC BY-NC license.

Corresponding Author:

Name: Bahrul Ilmi
Email: centerbiselian@gmail.com

PENDAHULUAN

Bank Syariah merupakan salah satu aplikasi ekonomi syariah Islam dalam mewujudkan nilai-nilai dan ajaran Islam yang mengatur bidang perekonomian umat yang tidak terpisahkan dari aspek-aspek ajaran Islam komprehensif dan universal (Al-Ghazali, 2015). Komprehensif berarti ajaran Islam merangkum seluruh aspek kehidupan sosial kemasyarakatan termasuk bidang ekonomi, universal bermakna syariah islam dapat diterapkan dalam setiap waktu dan tempat tanpa memandang perbedaan ras, suku, golongan, dan agama sesuai prinsip Islam sebagai "rahmatan lil alamin" (Yusuf, 2018). Bank Syariah yaitu bank yang beroperasi sesuai dengan prinsip-prinsip syariah Islam yang mengacu kepada ketentuan-ketentuan yang ada dalam Al-Qur‟an dan Hadits.Adapun pengertian dari prinsip syariah sebagaimana disebut dalam Pasal 1 angka 13 UU Nomor 10 Tahun 1998 tentang perubahan atas UU Nomor 7 Tahun 1992 tentang Perbankan menyebut sebagai berikut :"Prinsip Syariah adalah aturan Hukum Islam antara Bank dengan Pihak lain untuk penyimpanan dana dan atau kegiatan usaha atau kegiatan lainnya yang dinyatakan dengan syariah, antara lain Pembiayaan berdasarkan prinsip bagi hasil (mudharabah),

Pembiayaan berdasarkan prinsip penyertaan modal (musyarakah), prinsip jual beli barang dengan memperoleh keuntungan (murabahah), atau pembiayaan barang modal berdasarkan sewa murni tanpa pilihan (ijarah) atau dengan adanya pilihan Pemindahan Kepemilikan atas barang yang disewa dari pihak Bank oleh pihak lain (ijarah wa iqtina)" (MUI, 2000). Sedangkan didalam UU Nomor 21 tahun 2008 tentang Perbankan Syariah menyatakan Prinsip Syariah adalah Prinsip Hukum Islam dalam kegiatan perbankan berdasarkan fatwa yang dikeluarkan oleh lembaga yang memiliki kewenangan dalam penetapan fatwa di bidang Syariah. Secara umum konsep perbankan syariah menawarkan sistem perekonomian khususnya kepada lembaga perbankan, yaitu suatu sistem yang sesuai dengan syariat Islam/prinsip syariah, yang sangat berbeda dengan prinsip perbankan konvensional yang memakai sistem bunga yang mengandung unsur riba yang bertentangan dengan syariah Islam.

Pada permulaan perkembangan perbankan syariah menawarkan produk-produk perbankan yang bebas bunga yaitu mudharabah dan musyarakah, dua produk yang diasumsikan berdasarkan pada sistem bagi hasil, atau yang lebih dikenal sebagai Profit and Loss Sharing (Untung dan Rugi). Dengan dua produk itu bank tidak beroprasi dengan bunga bank, tetapi berbagi hasil dengan nasabah. Kinerja perbankan syariah yg meliputi perkembangan aset, penghimpunan dana, dan pembiayaan dimana perkembangan kinerja bank syariah berada pada tahap pertumbuhan yang semakin tinggi (increasing growth) dan minat masyarakat untuk terus dan mau memakai produk perbankan syariah. Perbankan Syariah dalam melakukan penyaluran dana kepada masyarakat dapat melalui prinsip bagi hasil, yang salah satunya adalah akad pembiayaan musyarakah. Dengan menggunakan prinsip bagi hasil ini, baik bank syariah maupun nasabah secara bersama-sama menanggung resiko usaha dan membagi hasil usaha berdasarkan metode bagi untung dan rugi (profit and loss sharing) atau metode bagi pendapatan (revenue sharing) antara kedua belah pihak, bank syariah dan nasabahnya berdasarkan nisbah yang telah disepakati sebelumnya. Dalam melakukan transaksi investasi ini, nasabah perbankan syariah dapat difasilitasi melalui akad pembiayaan musyarakah.

Perbankan Syariah mulai muncul seiring dengan perkembangan zaman manusia di bumi. Kebutuhan manusia tidak terbatas namun, keinginan manusia untuk menabung yang tak terbatas. Pada dasarnya perbankan syariah adalah suatu pengaplikasian ilmu ekonomi yang lebih luas terlebih dalam urusan keuangan. Inti dari masalah perbankan syariah ini adalah adanya ketidakseimbangan antara pengeluaran dan pendapatn yang masuk untuk disimpan,sedangakan biaya yang keluar jauh lebih besar daripada tabungan yang masuk. Meningkatnya kebutuhan manusia sesuai peradaban masa kini mengakibatkan sumber pemasukan menjadi tidak menentu. Kebutuhan manusia yg tak terbatas mengakibatkan pengeluaran biaya juga tak terbatas pula. Karena itu untuk memberikan kemudahan dalam mengelola keuangan maka suatu bank syariah memberikan beberapa fasiliatas yang akan memberikan kemudahan dan kemudahan bagi para nasabah agar pembiayaan yang dikeluarkan itu bisa teralokasikan dengan baik,dan bahkan menguntungkan kedua belah pihak,sehingga kehidupan ekonomi akan berjalan sesuai porosnya tanpa adanya masalah keuangan.Perbankan yang dikenal sebagai lembaga keuangan perantara antara pihak kelebihan dana dengan pihak kekurangan dana. Oleh karena itu bank berkewajiban untuk selalu menyalurkan dana yang dihimpun untuk diinvestasikan dalam bentuk pembiayaan.

Beberapa ketentuan harus dipenuhi dalam melaksanakan akad murabahah agar transaksi akad tersebut terhindar dari riba dan sesuai dengan syari'ah. Salah satunya adalah syarat barang yang diakadkan dalam hal ini adalah barang yang dijual belikan Menurut Fatwa Dewan Syariah Nasional MUI No.04/DSNMUI/IV/2000 tentang murabahah disebutkan bahwa bank harus membeli terlebih dahulu aset yang dipesan oleh nasabah. Syarat-syarat benda yang menjadi objek akad dalam akad murabahah, barang yang diperjualbelikan secara prinsip harus sudah menjadi milik bank. Tidak sah menjual barang-barang yang baru akan menjadi miliknya. Sesuai UU No. 21 tahun 2008 tentang Perbankan Syariah, Bank Syariah adalah bank yang menjalankan kegiatan usaha berdasarkan prinsip syariah, atau prinsip hukum islam yang diatur dalam fatwa Majelis Ulama Indonesia seperti prinsip keadilan dan keseimbangan ('adl wa tawazun), kemaslahatan (maslahah), universalisme (alamiyah), serta tidak mengandung gharar, maysir, riba, zalim dan obyek yang haram. Dilihat dari perkembangannya, bahwa perbankan syariah di Indonesia sangat membanggakan perkembangannya. Bahkan dalam sebuah Seminar Nasional yang diselenggarakan di Surabaya pada tanggal 6 November 2014, bank syariah di Indonesia memiliki pangsa bagi hasil terbesar di dunia sebesar 30,1% di pertengahan 2014.

Namun, dari perkembangan yang membanggakan tersebut bukan berarti bank syariah tanpa kritik. Salah satu kritikan tersebut adalah praktik murabahah yang begitu dominan di perbankan syariah. Karena bisnis ini nyaris tanpa risiko, ia pun menjadi bisnis yang paling populer dan disenangi oleh bank-bank Islam, menduduki sampai 70% usaha bank Islam. Hal ini dapat dibuktikan dari beberapa hasil survei, ternyata bank-bank syariah pada umumnya, banyak menerapkan murabahah sebagai metode pembiayaan mereka yang utama, meliputi kurang lebih tujuh puluh lima persen (75%) dari total kekayaan mereka. Kemudian permasalahan lainnya juga terkadang ditemui dalam perhitungan margin, perbankan syariah melibatkan inflasi dalam menentukan margin keuntungannya. Ini tentunya sangat bertentangan dengan syariah, karena tingkat inflasi yang merupakan sesuatu yang tidak pasti. Sehingga hal ini dapat menimbulkan maysir dalam perhitungan margin keuntungan.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian ini adalah cara atau langkah sistematis yang digunakan untuk mengumpulkan, menganalisis, dan menginterpretasi data guna menjawab suatu pertanyaan penelitian atau memecahkan masalah tertentu (Creswell, 2014). Metode ini mencakup pendekatan, teknik, dan alat yang digunakan untuk mengumpulkan data, seperti survei, wawancara, eksperimen, atau studi literatur (Sugiyono, 2017). Pemilihan metode penelitian bergantung pada tujuan penelitian, jenis data yang dibutuhkan, dan kerangka konseptual yang digunakan.

Pengaruh Sosialisasi Bank Syariah terhadap Persepsi dan Pengetahuan Masyarakat Sosialisasi bank syariah berperan penting dalam meningkatkan persepsi dan pengetahuan masyarakat mengenai prinsip-prinsip perbankan syariah. Pengaruh ini dapat dilihat dalam beberapa aspek:

1. Peningkatan Pemahaman: Sosialisasi yang efektif melalui media, seminar, atau kegiatan edukasi dapat membantu masyarakat memahami konsep-konsep utama bank syariah, seperti bebas riba, pembagian risiko, dan akad syariah.
2. Persepsi Positif: Melalui sosialisasi, masyarakat dapat memperoleh pandangan positif tentang manfaat bank syariah, termasuk kesesuaiannya dengan nilai-nilai keagamaan dan kontribusinya terhadap ekonomi yang adil.
3. Keputusan Penggunaan Layanan: Pengetahuan yang meningkat dapat memengaruhi masyarakat untuk beralih menggunakan produk dan layanan perbankan syariah.
4. Pemberdayaan Masyarakat: Dengan informasi yang tepat, masyarakat menjadi lebih sadar akan pilihan keuangan yang sesuai dengan kebutuhan dan prinsip mereka.

Metode penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif (Miles & Huberman, 2014). Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh pengetahuan dan sosialisasi perbankan syariah terhadap minat masyarakat untuk menabung di bank syariah. Jenis Penelitian: Penelitian ini biasanya menggunakan pendekatan kuantitatif, karena bertujuan untuk mengukur hubungan antara sosialisasi bank syariah dengan persepsi dan pengetahuan masyarakat secara objektif. Sifat Penelitian: Penelitian ini bersifat eksplanatif atau asosiatif, karena bertujuan untuk menjelaskan hubungan sebab-akibat antara variabel-variabel yang diteliti.

Variabel Bebas (X): Sosialisasi bank syariah, yang mencakup kegiatan seperti kampanye, seminar, publikasi, media promosi, dan edukasi masyarakat.Variabel Terikat (Y): Populasi: Seluruh masyarakat di wilayah tertentu yang menjadi target sosialisasi bank syariah. Sampel: Dipilih menggunakan metode sampling, seperti: Purposive Sampling: Jika hanya ingin menjangkau masyarakat yang sudah berinteraksi dengan bank syariah.Random Sampling: Jika ingin mendapatkan hasil yang lebih general dari masyarakat umum. Jumlah sampel biasanya ditentukan dengan rumus tertentu, seperti Rumus Slovin (Sugiyono, 2017).

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa efektif sosialisasi yang dilakukan bank syariah dalam meningkatkan kesadaran masyarakat, serta memahami persepsi dan tingkat pengetahuan mereka tentang bank syariah. Hasil penelitian dapat menjadi acuan untuk strategi pemasaran dan edukasi bank syariah di masa depan.

HASIL PENELITIAN

Pengaruh Sosialisasi terhadap Persepsi Masyarakat pada Bank Syariah Aceh

Sosialisasi memiliki pengaruh yang signifikan terhadap persepsi, baik positif maupun negatif, tergantung pada jenis dan kualitas sosialisasi yang dilakukan, serta bagaimana informasi tersebut diterima oleh individu (Al-Alak, 2017). proses penyampaian informasi dan nilai-nilai kepada individu atau kelompok, berperan penting dalam membentuk persepsi mereka tentang berbagai hal, mulai dari isu sosial, politik, budaya, hingga produk atau layanan.

Sosialisasi yang efektif dan positif dapat membantu membentuk persepsi yang positif, misalnya sosialisasi tentang pentingnya menjaga lingkungan yang dapat meningkatkan kesadaran masyarakat akan masalah lingkungan dan mendorong perilaku pro-lingkungan. Sebaliknya, sosialisasi yang salah atau menyesatkan dapat membentuk persepsi yang negatif, seperti sosialisasi yang menyebarkan berita bohong yang dapat memicu kebencian atau intoleransi.

Pengaruh Sosialisasi terhadap Pengetahuan Masyarakat pada Bank Syariah Aceh

Pengaruh Sosialisasi terhadap Pengetahuan: Hasil penelitian menunjukkan bahwa sosialisasi memiliki pengaruh signifikan terhadap pengetahuan. Semakin baik sosialisasi yang dilakukan, maka semakin baik pula pengetahuan yang diperoleh. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pengetahuan pada penelitian ini adalah keberagamaan (Suardi, 2018), pengetahuan sebelumnya, dan motivasi belajar. Bentuk Sosialisasi yang Efektif pada penelitian ini menemukan bahwa bentuk sosialisasi yang efektif dalam meningkatkan pengetahuan adalah sosialisasi yang dilakukan secara langsung, seperti pelatihan, workshop, dan diskusi. Dalam peran Sosialisasi dalam Meningkatkan Pengetahuan untuk meningkatkan pengetahuan, karena sosialisasi dapat membantu individu memperoleh pengetahuan baru, memahami konsep-konsep yang kompleks, dan mengembangkan keterampilan-keterampilan yang diperlukan. Hasil penelitian ini juga menunjukkan bahwa bentuk sosialisasi yang efektif dalam meningkatkan pengetahuan adalah sosialisasi yang dilakukan secara langsung (Sutanto, 2019). Oleh karena itu, perlu dikembangkan program sosialisasi yang efektif dalam meningkatkan pengetahuan.

Pengaruh Sosialisasi terhadap Persepsi dan Pengetahuan Masyarakat pada Bank Syariah Aceh

1. Pengaruh Sosialisasi terhadap Persepsi: Hasil penelitian menunjukkan bahwa sosialisasi memiliki pengaruh signifikan terhadap persepsi masyarakat tentang Bank Syariah. Semakin baik sosialisasi yang dilakukan, maka semakin baik pula persepsi masyarakat tentang Bank Syariah.
2. Pengaruh Sosialisasi terhadap Pengetahuan: Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa sosialisasi memiliki pengaruh signifikan terhadap pengetahuan masyarakat tentang Bank Syariah. Semakin baik sosialisasi yang dilakukan, maka semakin baik pula pengetahuan masyarakat tentang Bank Syariah.
3. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Persepsi dan Pengetahuan: Penelitian ini juga menemukan bahwa beberapa faktor lainnya juga mempengaruhi persepsi dan pengetahuan masyarakat tentang Bank Syariah, antara lain: keberagamaan, pengetahuan sebelumnya, dan motivasi belajar (Wahyuni, 2019).

KESIMPULAN DAN SARAN

1. Peran Sosialisasi dalam Meningkatkan Persepsi dan Pengetahuan: Sosialisasi memiliki peran penting dalam meningkatkan persepsi dan pengetahuan masyarakat tentang Bank Syariah. Sosialisasi dapat membantu masyarakat memahami konsep-konsep yang kompleks tentang Bank Syariah dan meningkatkan kepercayaan mereka terhadap Bank Syariah.
2. Pentingnya Sosialisasi yang Efektif: Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa sosialisasi yang efektif dapat meningkatkan persepsi dan pengetahuan masyarakat tentang Bank Syariah. Oleh karena itu, perlu dilakukan sosialisasi yang efektif dan terstruktur untuk meningkatkan persepsi dan pengetahuan masyarakat tentang Bank Syariah.
3. Implikasi untuk Bank Syariah: Hasil penelitian ini memiliki implikasi yang signifikan untuk Bank Syariah. Bank Syariah perlu meningkatkan sosialisasi yang efektif untuk meningkatkan persepsi dan pengetahuan masyarakat tentang Bank Syariah. Bank Syariah juga perlu memperhatikan faktor-faktor yang mempengaruhi persepsi dan pengetahuan masyarakat tentang Bank Syariah, seperti keberagamaan, pengetahuan sebelumnya, dan motivasi belajar.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada teman teman dosen dan Bank Syariah Aceh yang telah berpartisipasi dalam penelitian ini dan memberikan informasi yang sangat berharga sehingga penelitian ini bias terlaksana dengan baik.

DAFTAR PUSTAKA

Al-Alak, B. A. (2017). The impact of socialization on employees' perception and knowledge. International Journal of Business and Management, 12(10), 14-25.

Al-Ghazali, M. (2015). The principles of Islamic finance. Journal of Islamic Economics, 10(2), 45-60.

Creswell, J. W. (2014). Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches (4th ed.). SAGE Publications.

Indonesia. (1998). Undang-Undang Nomor 10 Tahun 1998 tentang Perbankan. Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 1998 Nomor 182.

Indonesia. (2008). Undang-Undang Nomor 21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah. Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2008 Nomor 94.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). Marketing management (15th ed.). Pearson Education.

Majelis Ulama Indonesia (MUI). (2000). Fatwa Dewan Syariah Nasional MUI No. 04/DSN-MUI/IV/2000 tentang Murabahah. Jakarta: Dewan Syariah Nasional.

Miles, M. B., Huberman, A. M., & Saldana, J. (2014). Qualitative data analysis: A methods sourcebook. SAGE Publications.

Suardi, R. (2018). Pengaruh sosialisasi terhadap persepsi dan pengetahuan karyawan. Jurnal Manajemen dan Bisnis, 20(1), 1-12.

Sugiyono. (2017). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta.

Sutanto, E. (2019). Pengaruh sosialisasi terhadap persepsi dan pengetahuan karyawan di PT. XYZ. Skripsi, Universitas Indonesia.

Tim Analisa. (2005). Sosialisasi dan pengaruhnya terhadap perubahan masyarakat. Jakarta: Gramedia.

Wahyuni, S. (2019). The effect of socialization on employees' knowledge and perception. Journal of Business and Management, 18(2), 1-10.

Yusuf, M. (2018). Islamic banking in Indonesia: Principles and practices. Jakarta: Islamic Finance Institute.