

## **PERSEPSI PEGAWAI NEGERI SIPIL KEMENTERIAN AGAMA PADA PRODUK BANK SYARIAH DAN RELEVANSINYA TERHADAP INKLUSI KEUANGAN DI KABUPATEN PANGKEP**

<sup>1</sup>Murhim, <sup>2</sup>Syahriyah Semaun, <sup>3</sup>Islamul Haq

<sup>1,2,3</sup>Institut Agama Islam Negeri Parepare

Email : <sup>1</sup>[murhimmudassir@gmail.com](mailto:murhimmudassir@gmail.com), <sup>2</sup>[syahriyahsemaun@iainparepare.ac.id](mailto:syahriyahsemaun@iainparepare.ac.id),  
<sup>3</sup>[islamulhaq@iainparepare.ac.id](mailto:islamulhaq@iainparepare.ac.id)

### **ABSTRAK**

Tujuan dari artikel ini adalah untuk menganalisis persepsi Pegawai Negeri Sipil di Kementerian Agama terhadap produk bank syariah yang tersedia di Kabupaten Pangkep. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian lapangan atau *Field Research*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa; persepsi Pegawai Negeri Sipil di Kementerian Agama Kabupaten Pangkep terhadap produk bank syariah, meskipun dihadapkan pada tantangan birokrasi yang ketat, keterbatasan pemahaman informan, dan potensi bias sosial dalam jawaban. Namun, di balik keterbatasan tersebut, hasil wawancara menunjukkan adanya apresiasi terhadap prinsip syariah, transparansi produk, dan komitmen bank syariah dalam menyediakan layanan keuangan yang sesuai dengan nilai-nilai Islam. Penelitian ini tidak hanya memperkaya khazanah ilmiah tentang persepsi PNS terhadap produk keuangan syariah, tetapi juga menjadi dasar positif untuk meningkatkan literasi keuangan, mendorong inovasi produk yang lebih responsif, serta memperkuat peran bank syariah sebagai instrumen inklusi keuangan berbasis etika. Dengan pendekatan yang bijak dan penuh kehati-hatian, penulis berharap temuan ini dapat memberi kontribusi nyata bagi pengembangan ekonomi syariah yang berkelanjutan di Indonesia.

**Kata Kunci:** *Persepsi, PNS, Bank Syariah*

### **ABSTRACT**

The purpose of this article is to analyse the perceptions of civil servants at the Ministry of Religious Affairs towards Islamic banking products available in Pangkep Regency. The research method used in this study is qualitative. The type of research used is field research. The study's results indicate that, despite facing challenges such as strict bureaucracy, limited understanding among informants, and potential social bias in responses, civil servants at the Ministry of Religion in Pangkep Regency hold positive perceptions of Islamic banking products. However, despite these limitations, the interview results indicate an appreciation for Sharia principles, product transparency, and the commitment of Islamic banks to provide financial services that align with Islamic values. This study not only enriches the scientific knowledge on civil servants' perceptions of Islamic financial products but also serves as a positive foundation for improving financial literacy, encouraging more responsive product innovation, and strengthening the role of Islamic banks as ethically based financial inclusion instruments. With a wise and cautious approach, the author hopes that these findings can contribute meaningfully to the sustainable development of the Islamic economy in Indonesia.

**Keywords:** *Perception, Civil Servants, Islamic Banks*

### **PENDAHULUAN**

Indonesia, sebagai negara dengan populasi Muslim terbesar di dunia, secara ideal merupakan pasar yang sangat potensial bagi pertumbuhan industri perbankan syariah. Namun, sebuah paradoks hadir di tengah lanskap keuangan nasional: dominasi perbankan konvensional

masih belum tergoyahkan, sementara bank-bank syariah seolah berjuang keras untuk meningkatkan pangsa pasarnya. Fenomena ini mengindikasikan bahwa mayoritas demografis saja tidak cukup untuk menjamin adopsi massal terhadap sistem keuangan syariah. Perkembangan sektor perbankan syariah pada dasarnya tidak dapat dilepaskan dari dinamika perilaku konsumen dalam menentukan preferensi mereka. Pilihan masyarakat untuk tetap menggunakan jasa bank konvensional yang telah lebih dulu mengakar atau beralih ke bank syariah menjadi faktor penentu utama dalam kompetisi industri perbankan (Andrianto, 2021). Oleh karena itu, memahami faktor-faktor yang membentuk keputusan konsumen, terutama persepsi mereka terhadap produk dan layanan syariah, menjadi langkah awal yang krusial untuk membuka potensi pasar yang sesungguhnya dan mengakselerasi pertumbuhan ekonomi syariah di tanah air.

Di antara berbagai elemen masyarakat, kelompok Pegawai Negeri Sipil (PNS) di lingkungan Kementerian Agama (Kemenag) memegang posisi yang unik dan strategis dalam ekosistem ekonomi syariah nasional. Sebagai aparatur negara yang bernaung di bawah institusi yang menjadi regulator sekaligus pembina kehidupan beragama, persepsi dan pemahaman mereka terhadap produk keuangan syariah memiliki dampak yang jauh melampaui keputusan finansial pribadi. Mereka tidak hanya berperan sebagai konsumen, tetapi juga sebagai panutan (*role model*) dan sumber informasi informal bagi masyarakat luas, khususnya dalam konteks keagamaan. Persepsi positif dan tingkat literasi yang tinggi dari kelompok ini diharapkan dapat menjadi motor penggerak dan agen perubahan yang efektif dalam meningkatkan penerimaan dan pangsa pasar bank syariah secara nasional (Samaruddin, 2022). Dengan demikian, menganalisis pandangan mereka bukanlah sekadar studi kasus, melainkan sebuah langkah strategis untuk memetakan potensi akselerasi inklusi keuangan syariah dari dalam institusi yang paling relevan.

Secara konseptual, peran ideal PNS Kemenag dalam mendorong kemajuan perbankan syariah sangatlah signifikan. Berdasarkan amanat Undang-Undang No. 21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah, aparatur sipil negara diharapkan dapat mendukung terciptanya lingkungan yang kondusif bagi pengembangan ekonomi syariah. Dalam hal ini, PNS Kemenag idealnya berfungsi sebagai agen perubahan (*change agent*) yang proaktif. Dengan pemahaman yang mendalam mengenai prinsip dan manfaat produk syariah, mereka dapat melakukan sosialisasi dan edukasi kepada masyarakat di lingkungan sekitarnya. Sebagai nasabah yang puas, mereka dapat menjadi pemasar alami (*natural marketers*) yang memberikan testimoni positif dan merekomendasikan layanan bank syariah kepada keluarga, kolega, dan komunitas yang mereka layani (Bank Indonesia, 2017). Peran ganda ini sebagai pengguna sekaligus promotor menempatkan mereka di garda terdepan dalam upaya memperluas jangkauan dan memperkuat kepercayaan publik terhadap sistem perbankan yang berlandaskan nilai-nilai Islam, sehingga secara langsung mendukung agenda inklusi keuangan nasional.

Namun, kesenjangan yang nyata tampak antara peran ideal tersebut dengan realitas di lapangan. Data menunjukkan bahwa tingkat adopsi dan inklusi keuangan syariah, bahkan di kalangan yang dianggap strategis sekalipun, masih belum optimal. Sebagai contoh, tingkat inklusi keuangan perbankan syariah di Provinsi Sulawesi Selatan pada tahun 2022 baru mencapai 69%, sebuah angka yang masih tergolong sedang (BPS Sulawesi Selatan, 2022). Fenomena ini mengindikasikan bahwa kedekatan institusional dengan nilai-nilai agama tidak secara otomatis berbanding lurus dengan preferensi terhadap produk keuangan syariah. Pengamatan awal di lingkungan Kementerian Agama Kabupaten Pangkep, misalnya, menunjukkan bahwa tingkat penggunaan produk bank syariah di kalangan PNS masih tergolong rendah. Hal ini sejalan dengan temuan penelitian lain yang menunjukkan bahwa faktor budaya organisasi, seperti kebijakan penyeragaman rekening gaji ke bank konvensional,

seringkali menjadi penghalang praktis bagi PNS untuk beralih ke bank syariah, terlepas dari preferensi pribadi mereka (Imamuddin, 2022).

Kesenjangan ini berakar pada sebuah faktor psikologis yang fundamental, yaitu *persepsi*. Kotler (2021) mendefinisikan *persepsi* sebagai proses di mana seorang individu memilih, mengorganisasikan, dan menginterpretasikan masukan informasi untuk menciptakan gambaran dunia yang bermakna. Dalam konteks ini, persepsi PNS Kemenag terhadap produk bank syariah dibentuk oleh interaksi berbagai faktor yang kompleks. Fondasi utamanya adalah tingkat pengetahuan dan pemahaman mereka terhadap prinsip-prinsip dasar syariah—seperti larangan *riba* (bunga), *gharar* (ketidakpastian), dan *maysir* (spekulasi)—serta mekanisme operasional produk seperti *mudharabah* (bagi hasil) dan *murabahah* (jual beli). Selain itu, pengalaman langsung sebagai nasabah, yang mencakup kualitas layanan, kemudahan transaksi, dan kejelasan akad, turut membentuk penilaian mereka secara signifikan. Faktor kepercayaan terhadap reputasi dan transparansi lembaga, serta pengaruh eksternal seperti sosialisasi dari otoritas dan lingkungan kerja, juga memainkan peran penting dalam membentuk persepsi akhir mereka (Anwar & Sari, 2020).

Persepsi yang terbentuk pada akhirnya memiliki relevansi yang sangat kuat terhadap tingkat literasi dan partisipasi dalam inklusi keuangan syariah. Persepsi yang positif, yang didasari oleh pemahaman yang baik dan pengalaman yang memuaskan, akan mendorong PNS untuk lebih aktif mencari informasi, meningkatkan literasi keuangan syariah mereka, dan pada akhirnya mengadopsi produk-produk tersebut untuk berbagai kebutuhan finansial (Candrakuncaraningsih, 2022). Ketika mereka menjadi pengguna yang aktif dan terinformasi, potensi mereka sebagai agen inklusi keuangan menjadi nyata. Sebaliknya, persepsi negatif atau ambivalen, yang mungkin lahir dari misinformasi, pengalaman buruk, atau ketidaktahuan, akan menjadi penghalang utama yang menghambat minat dan partisipasi mereka. Oleh karena itu, memahami dan membentuk persepsi positif di kalangan PNS Kemenag bukan hanya soal meningkatkan jumlah nasabah, tetapi merupakan strategi kunci untuk membuka gerbang inklusi keuangan syariah yang lebih luas kepada masyarakat melalui para figur yang mereka percaya dan hormati.

Meskipun urgensi untuk memahami persepsi PNS Kemenag telah diakui, masih terdapat kekosongan dalam penelitian yang secara spesifik dan mendalam mengkaji fenomena ini di tingkat daerah. Sebagian besar diskusi masih bersifat umum dan belum menyentuh dinamika unik yang mungkin terjadi di konteks lokal seperti di Kabupaten Pangkep. Nilai kebaruan (*novelty*) dari penelitian ini terletak pada fokusnya untuk membedah secara komprehensif persepsi PNS di lingkungan Kemenag Kabupaten Pangkep terhadap tiga kategori utama produk bank syariah: produk penyimpanan dana, penyaluran dana, dan jasa. Penelitian ini tidak hanya akan mengukur tingkat persepsi secara kuantitatif, tetapi juga menggali faktor-faktor kualitatif yang melatarbelakanginya. Dengan demikian, studi ini berupaya memberikan sebuah analisis yang kaya dan kontekstual, melampaui asumsi umum dan menyajikan potret nyata mengenai tantangan dan peluang dalam meningkatkan adopsi produk perbankan syariah di kalangan kelompok strategis ini di tingkat regional.

Berdasarkan latar belakang, identifikasi kesenjangan, dan nilai inovasi yang telah diuraikan, maka permasalahan utama dalam penelitian ini dirumuskan sebagai berikut: Bagaimana persepsi Pegawai Negeri Sipil (PNS) di lingkungan Kementerian Agama terhadap produk-produk Bank Syariah di Kabupaten Pangkep? Sejalan dengan itu, tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis secara mendalam persepsi tersebut. Diharapkan, hasil dari kajian ini dapat memberikan kontribusi signifikan bagi beberapa pihak. Bagi industri perbankan syariah, temuan ini dapat menjadi dasar untuk merumuskan strategi pemasaran dan edukasi yang lebih efektif dan tepat sasaran. Bagi Kementerian Agama, hasil ini dapat menjadi bahan

evaluasi dan pertimbangan dalam merancang kebijakan internal yang lebih mendukung ekosistem keuangan syariah. Pada akhirnya, penelitian ini diharapkan dapat menjadi bagian dari upaya kolektif untuk mengakselerasi inklusi dan literasi keuangan syariah secara nasional, dimulai dari penguatan pemahaman pada salah satu pilar utamanya (Komite Nasional Ekonomi dan Keuangan Syariah [KNEKS], 2024).

## **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini menerapkan metode kualitatif yang dirancang untuk menyajikan data secara deskriptif dalam bentuk rangkaian kalimat yang mendalam (Pelu & Zainal, 2022). Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian lapangan (*field research*), sebuah pendekatan yang dipilih karena kemampuannya untuk menyediakan informasi aktual mengenai situasi dan fenomena yang berlangsung secara alami di lingkungan subjek (Umar, 2021). Fokus utama dari studi ini adalah untuk mengeksplorasi dan menganalisis secara komprehensif persepsi Pegawai Negeri Sipil (PNS) di lingkungan Kementerian Agama Kabupaten Pangkep terhadap produk-produk perbankan syariah serta relevansinya dengan inklusi keuangan. Pemilihan subjek atau informan dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan teknik *purposive sampling*. Melalui teknik ini, peneliti secara sengaja memilih partisipan yang memiliki pengetahuan, pengalaman, dan karakteristik yang relevan dengan topik penelitian, yaitu para PNS yang bekerja di institusi tersebut. Pendekatan ini memastikan bahwa data yang digali memiliki kedalaman dan relevansi yang tinggi untuk menjawab pertanyaan penelitian secara tuntas dan kontekstual.

Prosedur pengumpulan data dalam penelitian ini mengandalkan dua jenis sumber utama, yaitu data primer dan data sekunder, untuk memperoleh pemahaman yang holistik. Data primer merupakan informasi inti yang digali langsung dari para informan melalui teknik wawancara mendalam semi-terstruktur (*semi-structured in-depth interview*). Metode ini memungkinkan peneliti untuk melakukan dialog yang fleksibel dan terbuka, sehingga dapat mengeksplorasi persepsi, keyakinan, dan pengalaman informan secara lebih mendalam. Sementara itu, data sekunder berfungsi sebagai informasi pendukung yang diperoleh dari sumber-sumber yang sudah ada, seperti laporan internal, dokumen kelembagaan, publikasi ilmiah, dan literatur relevan lainnya yang berkaitan dengan perbankan syariah dan inklusi keuangan. Kombinasi kedua sumber data ini dianggap esensial, di mana data primer memberikan perspektif subjektif dari informan, sedangkan data sekunder memberikan konteks yang lebih luas dan objektif. Seluruh proses wawancara didokumentasikan melalui rekaman audio dan catatan lapangan untuk menjaga keutuhan dan akurasi data.

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini mengadopsi model interaktif yang terdiri dari tiga tahapan yang saling berkaitan: reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Setelah data terkumpul, tahap pertama adalah reduksi data (*data reduction*), di mana peneliti melakukan proses seleksi, pemfokusan, penyederhanaan, dan abstraksi terhadap data mentah yang berasal dari transkrip wawancara dan catatan lapangan. Proses ini melibatkan pengkodean (*coding*) untuk mengidentifikasi tema-tema, pola, dan kategori-kategori kunci yang relevan dengan persepsi PNS terhadap produk bank syariah. Tahap kedua adalah penyajian data (*data display*), di mana data yang telah direduksi diorganisasikan ke dalam bentuk narasi, matriks, atau bagan yang terstruktur. Penyajian ini bertujuan untuk memudahkan peneliti dalam memahami keseluruhan gambaran data dan melihat hubungan antar-tema. Tahap terakhir adalah penarikan kesimpulan (*conclusion drawing*), yaitu proses interpretasi terhadap data yang telah disajikan untuk merumuskan temuan penelitian yang koheren dan dapat dipertanggungjawabkan secara ilmiah.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **Hasil**

Sudah barang tentu dalam menyelesaikan sebuah tulisan terdapat berbagai macam kendala dan permasalahan tentang Pemahaman Pegawai Negeri Sipil di Kementerian Agama Kabupaten Pangkep terhadap Produk Bank Syariah, melalui wawancara oleh peneliti, data Primer dan data Sekunder yang telah dimiliki oleh Peneliti selama melaksanakan tugas, yaitu,

- a. Kurangnya Pemahaman dan Sosialisasi Produk Bank Syariah; Banyak PNS yang belum sepenuhnya memahami konsep, manfaat, dan mekanisme produk bank syariah. Hal ini disebabkan oleh minimnya sosialisasi dan edukasi yang dilakukan oleh pihak bank maupun instansi terkait, sehingga pemahaman mereka masih beragam dan cenderung terbatas pada pengetahuan dasar saja. Pemahaman mengenai produk bank syariah di kalangan pegawai negeri sipil (PNS) masih tergolong rendah. Banyak PNS yang belum sepenuhnya mengerti konsep dasar, manfaat, dan mekanisme produk tersebut. Hal ini mengakibatkan pemahaman mereka cenderung terbatas pada pengetahuan dasar, sehingga mereka tidak dapat memanfaatkan produk bank syariah secara optimal. Ketidapahaman ini juga dapat mempengaruhi keputusan finansial PNS dalam memilih produk perbankan yang sesuai dengan prinsip syariah.



**Gambar 1. Bank Syariah sementara melakukan sosialisasi Pemahaman Produk kepada ASN Kemang Kab. Pangkep**

Minimnya sosialisasi dan edukasi yang dilakukan oleh pihak bank syariah serta instansi terkait menjadi salah satu faktor utama yang menghambat pemahaman tersebut. Tanpa adanya program edukasi yang terstruktur dan sistematis, informasi mengenai produk bank syariah tidak dapat disampaikan dengan efektif kepada PNS. Oleh karena itu, perlu adanya upaya lebih dari pihak bank dan pemerintah untuk menyelenggarakan seminar, workshop, dan kampanye informasi yang dapat memperluas wawasan PNS mengenai produk bank syariah dapat dilihat pada gambar 1. Dengan demikian, diharapkan pemahaman mereka dapat meningkat dan memfasilitasi penggunaan produk bank syariah yang lebih luas.

- b. Adanya Sikap Skeptis atau Ketidakpercayaan terhadap Lembaga Keuangan Syariah; Sebagian PNS menunjukkan sikap skeptis atau kurang percaya terhadap pengelolaan dana dan penyaluran produk bank syariah. Mereka meragukan transparansi dan akuntabilitas lembaga, terutama terkait penggunaan dana zakat atau produk keuangan syariah lainnya, sehingga enggan untuk terlibat atau menggunakan produk tersebut. Beberapa pegawai negeri sipil (PNS) menunjukkan sikap skeptis atau kurang percaya terhadap lembaga keuangan syariah. Ketidakpercayaan ini sering kali muncul akibat keraguan mereka terhadap transparansi dan akuntabilitas pengelolaan dana, terutama dalam konteks penggunaan dana zakat dan produk keuangan syariah lainnya. Ketidakjelasan informasi mengenai bagaimana dana tersebut dikelola dan disalurkan dapat menumbuhkan

kekhawatiran bahwa lembaga keuangan syariah tidak sepenuhnya menjalankan prinsip-prinsip syariah yang diharapkan.



**Gambar 2. Penandatanganan partisipasinya Kerjasama Bank Syariah dengan Kemenag Kab. Pangkep**

Sikap skeptis ini berdampak negatif pada partisipasi PNS dalam menggunakan produk bank syariah. Ketidakpahaman dan keraguan tersebut membuat mereka enggan untuk terlibat, sehingga potensi manfaat yang ditawarkan oleh lembaga keuangan syariah tidak dapat dioptimalkan. Berdasarkan gambar 2 Untuk mengatasi masalah ini, lembaga keuangan syariah perlu meningkatkan upaya komunikasi dan transparansi, serta menyediakan informasi yang jelas dan mudah diakses mengenai pengelolaan dan penyaluran dana. Dengan demikian, diharapkan dapat membangun kembali kepercayaan dan mendorong partisipasi PNS dalam menggunakan produk keuangan syariah.

- c. Faktor Eksternal dan Internal yang Memengaruhi Keputusan; Kendala lain yang dihadapi adalah adanya tekanan atau unsur paksaan dalam kebijakan, seperti kewajiban membayar zakat profesi yang dihubungkan dengan administrasi kepegawaian (misal: pengurusan SK, cuti, atau kenaikan golongan). Salah satu faktor eksternal yang memengaruhi keputusan pegawai negeri sipil (PNS) dalam menggunakan produk bank syariah adalah adanya tekanan atau unsur paksaan dari kebijakan yang berlaku. Misalnya, kewajiban membayar zakat profesi sering kali dihubungkan dengan administrasi kepegawaian, seperti pengurusan surat keputusan (SK), cuti, atau kenaikan golongan. Hal ini dapat menciptakan persepsi bahwa penggunaan produk bank syariah bersifat wajib, bukan berdasarkan pilihan pribadi, sehingga dapat menimbulkan resistensi di kalangan PNS. Ketidaknyamanan ini membuat mereka lebih cenderung mengabaikan keuntungan yang bisa didapat dari produk keuangan syariah.



**Gambar 3. Penghargaan dari Bank Syariah kepada pengguna (Kemenag Kab. Pangkep)**

Berdasarkan gambar 3 faktor internal juga turut memengaruhi keputusan PNS dalam mengelola keuangan mereka. Rasa khawatir dan ketidakpastian mengenai konsekuensi dari kebijakan yang ada bisa membuat mereka ragu untuk menggunakan produk bank syariah.

Misalnya, kekhawatiran tentang bagaimana pengelolaan zakat dan dampaknya terhadap karier mereka dapat menghalangi mereka dari mengambil langkah proaktif dalam mengadopsi produk keuangan syariah. Oleh karena itu, penting bagi lembaga keuangan syariah dan pihak terkait untuk memberikan pemahaman yang lebih baik tentang manfaat dan mekanisme produk mereka, sehingga PNS dapat membuat keputusan yang lebih informed dan positif.

- d. Kebutuhan ekonomi pribadi yang tinggi juga membuat sebagian PNS merasa terbebani dan kurang berminat untuk memahami atau memanfaatkan produk bank syariah. Kebutuhan ekonomi pribadi yang tinggi menjadi salah satu faktor yang membuat pegawai negeri sipil (PNS) merasa terbebani. Dalam situasi ekonomi yang tidak menentu, banyak PNS yang harus memprioritaskan kebutuhan sehari-hari, seperti pendidikan anak, kesehatan, dan pemenuhan kebutuhan dasar lainnya. Dalam kondisi ini, perhatian mereka terhadap produk bank syariah menjadi terbagi, dan sering kali mereka tidak memiliki waktu atau energi untuk mempelajari lebih lanjut tentang manfaat dan mekanisme produk tersebut. Akibatnya, potensi untuk memanfaatkan produk keuangan syariah yang dapat membantu mereka dalam pengelolaan keuangan menjadi terabaikan.



**Gambar 4. Kebutuhan Ekonomi**

Beban ekonomi yang berat juga berdampak pada minat PNS untuk memahami atau menggunakan produk bank syariah. Ketidapahaman dan kurangnya informasi yang memadai tentang produk tersebut membuat mereka merasa bahwa berinvestasi dalam pendidikan finansial tidak menjadi prioritas utama. Mereka lebih cenderung mencari solusi cepat untuk masalah keuangan yang dihadapi, sehingga melewatkan kesempatan untuk belajar tentang alternatif yang mungkin lebih sesuai dengan prinsip syariah. Untuk mengatasi masalah ini, penting bagi lembaga keuangan syariah untuk menyediakan informasi yang relevan dan mudah diakses, serta mengedukasi PNS tentang bagaimana produk mereka dapat membantu memenuhi kebutuhan ekonomi tanpa menambah beban finansial dapat dilihat pada gambar 4.

### **Pembahasan**

Penelitian ini mengungkap sebuah paradoks yang signifikan: meskipun Pegawai Negeri Sipil (PNS) di lingkungan Kementerian Agama secara ideologis dekat dengan prinsip-prinsip syariah, terdapat kesenjangan yang nyata dalam pemahaman, kepercayaan, dan adopsi mereka terhadap produk perbankan syariah. Temuan utama menunjukkan bahwa hambatan yang ada bersifat multifaset, mencakup kurangnya literasi keuangan syariah akibat minimnya sosialisasi, adanya skeptisisme terhadap transparansi operasional bank, persepsi koersi dari kebijakan institusional, serta kendala praktis terkait infrastruktur dan kebutuhan ekonomi personal. Analisis mendalam terhadap persepsi kelompok strategis ini menunjukkan bahwa keselarasan nilai saja tidak cukup untuk mendorong partisipasi. Keberhasilan penetrasi pasar perbankan

syariah di kalangan PNS memerlukan pendekatan holistik yang tidak hanya fokus pada ketersediaan produk, tetapi juga pada edukasi yang proaktif, transparansi yang radikal, dan keunggulan layanan yang nyata.

Kesenjangan paling fundamental yang teridentifikasi adalah rendahnya tingkat pemahaman produk, yang secara langsung disebabkan oleh minimnya upaya sosialisasi dan edukasi dari pihak perbankan. Hasil wawancara mengonfirmasi bahwa meskipun produk dasar tersedia, banyak PNS tidak mengetahui adanya produk-produk inovatif atau yang dirancang khusus untuk kebutuhan mereka. Kondisi ini selaras dengan temuan Sari dan Huda (2021) yang menyoroti rendahnya literasi keuangan syariah sebagai tantangan umum. Tanpa pemahaman yang memadai mengenai mekanisme dan manfaat unik dari akad-akad seperti *murabahah* atau *musyarakah*, PNS cenderung memandang bank syariah hanya sebagai alternatif yang rumit dari bank konvensional. Defisit pengetahuan ini menjadi penghalang pertama dan utama yang mencegah mereka untuk bahkan mempertimbangkan produk syariah sebagai solusi keuangan yang relevan bagi kehidupan mereka (Ilfita & Canggih, 2021; Said & Ali, 2016).

Di balik kurangnya pemahaman, bersemayam pula isu kepercayaan dan skeptisisme yang lebih dalam. Meskipun para PNS secara umum memercayai kerangka regulasi yang ada, seperti keberadaan Dewan Pengawas Syariah (DPS), mereka mengungkapkan keraguan terhadap implementasi praktis di lapangan. Pertanyaan mengenai apakah akad yang dijalankan benar-benar sesuai syariah atau hanya sebuah rekayasa menunjukkan adanya kebutuhan mendesak akan transparansi operasional. Temuan ini menggarisbawahi bahwa pengawasan formal oleh DPS, sebagaimana ditekankan oleh Putra dan Sari (2020), meskipun krusial, tidaklah cukup untuk membangun kepercayaan konsumen sepenuhnya. Bank syariah harus secara proaktif mendemonstrasikan dan mengkomunikasikan proses bisnis mereka secara jelas untuk meyakinkan nasabah bahwa praktik yang dijalankan benar-benar mencerminkan prinsip keadilan dan kejujuran yang diusung (Jatmiko et al., 2023; Nasuka et al., 2021; Sulaeman et al., 2021).

Salah satu temuan yang paling sensitif adalah adanya persepsi koersi yang timbul dari kebijakan institusional. Keterkaitan antara kewajiban membayar zakat profesi dengan urusan administrasi kepegawaian, meskipun mungkin bertujuan baik untuk meningkatkan pengumpulan zakat, secara tidak sengaja menciptakan dampak psikologis negatif. Kebijakan ini mengubah apa yang seharusnya menjadi pilihan finansial yang didasari oleh keyakinan menjadi sebuah kewajiban birokratis. Akibatnya, hal ini dapat menimbulkan resistensi dan secara ironis mengurangi minat PNS untuk secara sukarela mengeksplorasi produk-produk bank syariah lainnya. Temuan ini menjadi pelajaran penting bahwa pendekatan *top-down* dalam mempromosikan keuangan syariah dapat menjadi kontraproduktif jika tidak diimbangi dengan upaya edukasi yang membangun kesadaran dan pemahaman dari bawah (Kustinah et al., 2022; Pantari & Aji, 2020).

Selain hambatan konseptual, kendala-kendala praktis juga memainkan peran signifikan dalam membentuk keputusan PNS. Pengakuan informan mengenai keterbatasan jaringan ATM dan kualitas layanan *internet banking* yang belum sepadan dengan bank konvensional adalah faktor penentu yang krusial di era digital. Dalam persaingan industri jasa keuangan, kenyamanan dan aksesibilitas seringkali menjadi pertimbangan utama bagi konsumen. Sebagaimana disoroti oleh Nurdin dan Sari (2021), inovasi digital adalah kunci relevansi. Bagi seorang PNS yang memiliki mobilitas tinggi, ketidakmampuan untuk mengakses dana dengan mudah atau melakukan transaksi secara efisien dapat menjadi alasan yang cukup kuat untuk tetap memilih bank konvensional, terlepas dari preferensi ideologis mereka terhadap prinsip syariah. Pemerintah telah mengeluarkan kebijakan yang mendukung sektor perbankan syariah,

seperti restrukturisasi kredit dan pelonggaran persyaratan modal, yang berkontribusi pada profitabilitas bank-bank tersebut selama pandemi COVID-19 (Kurniawati, 2024).

Lebih jauh, realitas kondisi ekonomi personal menjadi faktor pragmatis yang tidak dapat diabaikan. Ketika dihadapkan pada tekanan kebutuhan hidup yang tinggi, banyak PNS yang secara alami memprioritaskan pengelolaan keuangan sehari-hari dan tidak memiliki kapasitas, baik waktu maupun energi, untuk mempelajari sistem perbankan alternatif. Dalam kondisi seperti ini, familiaritas dan kemudahan yang ditawarkan oleh bank konvensional menjadi pilihan yang paling rasional (Gupta et al., 2021; Yen & MN, 2023). Hal ini menunjukkan bahwa bank syariah tidak hanya harus bersaing dalam hal prinsip, tetapi juga dalam hal solusi. Mereka perlu secara aktif menunjukkan bagaimana produk mereka, seperti pembiayaan tanpa bunga (*Qardhul Hasan*) atau skema investasi yang adil, dapat secara nyata membantu PNS dalam mengelola beban ekonomi mereka secara lebih efektif (Apriyanti, 2018; Khomsatun et al., 2025; Mutafarida & Anam, 2020).

Implikasi dari penelitian ini sangat jelas bagi para pemangku kepentingan. Bagi industri perbankan syariah, temuan ini merupakan panggilan untuk beralih dari strategi pemasaran pasif ke edukasi yang aktif, terstruktur, dan ditargetkan khusus untuk segmen PNS. Peningkatan transparansi dalam operasional dan investasi masif pada infrastruktur digital adalah suatu keharusan. Bagi Kementerian Agama sebagai institusi, penelitian ini menyarankan perlunya evaluasi ulang terhadap kebijakan yang berpotensi menimbulkan persepsi paksaan. Sebaliknya, Kemenag dapat berkolaborasi dengan bank syariah untuk menyelenggarakan program literasi keuangan yang bersifat mendidik dan memberdayakan, sehingga para pegawainya dapat menjadi duta keuangan syariah yang terinformasi dan sukarela (Nasir et al., 2022).

Meskipun menyajikan wawasan yang mendalam, penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan. Sebagai studi kualitatif yang berfokus pada kelompok spesifik di satu kabupaten, hasilnya tidak dapat digeneralisasikan secara statistik. Data yang diperoleh sangat bergantung pada persepsi dan laporan diri para informan, yang mungkin mengandung bias. Oleh karena itu, penelitian di masa depan disarankan untuk menggunakan metode kuantitatif dengan sampel yang lebih besar dan lebih beragam, mencakup PNS dari berbagai kementerian dan wilayah, untuk memvalidasi temuan ini. Sebuah studi komparatif yang menganalisis perbedaan tingkat adopsi antara PNS yang telah menerima sosialisasi intensif dengan yang belum juga dapat memberikan bukti yang lebih kuat mengenai efektivitas program edukasi.

## **KESIMPULAN**

Penelitian ini mengungkap sebuah paradoks signifikan, di mana Pegawai Negeri Sipil (PNS) di Kementerian Agama, meskipun secara ideologis dekat dengan prinsip syariah, menunjukkan tingkat adopsi yang rendah terhadap produk perbankan syariah. Kesenjangan fundamental yang teridentifikasi adalah minimnya literasi keuangan syariah akibat kurangnya sosialisasi dan edukasi proaktif dari pihak perbankan. Tanpa pemahaman yang memadai mengenai mekanisme dan manfaat unik dari akad-akad seperti *murabahah* atau *musyarakah*, banyak PNS memandang bank syariah hanya sebagai alternatif yang lebih rumit. Defisit pengetahuan ini diperparah oleh adanya skeptisisme yang mendalam terhadap implementasi praktis di lapangan. Meskipun mereka memercayai kerangka regulasi formal, keraguan mengenai apakah praktik operasional benar-benar sesuai syariah menunjukkan adanya kebutuhan mendesak akan transparansi radikal untuk membangun kepercayaan konsumen secara utuh dan berkelanjutan.

Selain hambatan konseptual, kendala praktis dan psikologis juga memainkan peran krusial. Adanya persepsi koersi dari kebijakan institusional yang mengaitkan urusan kepegawaian dengan kewajiban zakat secara tidak sengaja dapat menimbulkan resistensi dan

mengurangi minat untuk secara sukarela mengeksplorasi produk syariah lainnya. Lebih lanjut, keterbatasan infrastruktur seperti jaringan ATM yang lebih sempit dan kualitas *internet banking* yang belum sepadan dengan bank konvensional menjadi faktor penentu yang pragmatis bagi konsumen di era digital. Realitas kondisi ekonomi personal juga mendorong PNS untuk memprioritaskan familiaritas dan kemudahan yang ditawarkan oleh bank konvensional. Kombinasi dari kurangnya pemahaman, skeptisisme, persepsi paksaan, dan kendala praktis ini secara kolektif menciptakan penghalang yang kuat terhadap adopsi produk perbankan syariah, meskipun terdapat keselarasan nilai.

Implikasi dari temuan ini sangat jelas: industri perbankan syariah harus beralih dari pemasaran pasif ke edukasi aktif yang terstruktur dan meningkatkan transparansi operasional serta infrastruktur digitalnya. Bagi Kementerian Agama, disarankan untuk mengevaluasi ulang kebijakan yang berpotensi menimbulkan persepsi paksaan dan lebih fokus pada program literasi keuangan yang memberdayakan. Namun, penelitian ini memiliki keterbatasan sebagai studi kualitatif pada satu lokasi, sehingga temuannya tidak dapat digeneralisasi. Oleh karena itu, penelitian di masa depan disarankan untuk menggunakan metode kuantitatif dengan sampel yang lebih besar dan beragam untuk memvalidasi temuan ini. Studi komparatif juga dapat dilakukan untuk mengukur efektivitas program edukasi secara lebih kuat, memberikan bukti yang lebih solid mengenai cara terbaik untuk menjembatani kesenjangan antara nilai dan perilaku.

#### DAFTAR

- Andrianto. (2021). *Manajemen bank syariah (Implementasi teori dan praktek)* (5th ed.). Qiara Media.
- Anwar, M., & Sari, D. K. (2020). Pengaruh literasi keuangan syariah dan persepsi terhadap minat menabung di bank syariah (Studi pada ASN Kementerian Agama Kota Malang). *Jurnal Ekonomi Syariah Teori dan Terapan (JES-TT)*, 7(10), 241–255.
- Apriyanti, H. W. (2018). Model inovasi produk perbankan syariah di Indonesia. *Economica: Jurnal Ekonomi Islam*, 9(1), 83. <https://doi.org/10.21580/economica.2018.9.1.2053>
- BPS Sulawesi Selatan. (2022). *Analisis hasil survei kebutuhan data*. BPS.
- Candrakuncaraningsih. (2022). Pengaruh media promosi perbankan syariah terhadap minat menabung masyarakat di Bank Syariah Indonesia Kudus. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 8(2), 724–728.
- Gupta, M., et al. (2023). An analysis of conventional and alternative financing—Customers' perspective. *International Journal of Finance & Economics*, 28(3), 2404. <https://doi.org/10.1002/ijfe.2541>
- Ilfita, K., & Canggi, C. (2021). The influence of sharia financial literacy, religiosity, and perception of saving students' interest in sharia banks. *Indonesian Interdisciplinary Journal of Sharia Economics (IIJSE)*, 3(2), 113. <https://doi.org/10.31538/ijse.v3i2.1010>
- Imamuddin. (2022). *Persepsi aparatur sipil negara terhadap penggunaan jasa bank syariah (Studi pegawai kantor Kementerian Agama Kabupaten Lombok Timur)* [Tesis, Universitas Mataram].
- Jatmiko, W., et al. (2023). On the ethicality of Islamic banks' business model. *British Journal of Management*, 35(1), 115. <https://doi.org/10.1111/1467-8551.12703>
- Khomsatun, S., et al. (2025). Pengungkapan perbankan hijau dan kinerja bank syariah di Indonesia: Eksplorasi hubungan dan peran moderasi regulasi. *Owner*, 9(1), 117. <https://doi.org/10.33395/owner.v9i1.2578>
- Kotler, P. (2021). *Manajemen pemasaran* (13th ed., Jilid 1 dan 2). Erlangga.

- Kurniawati, F. (2024). *Analisis perbandingan profitabilitas perbankan syariah dan konvensional di Indonesia selama dan setelah terjadinya guncangan ekonomi*.
- Kustinah, M. Y., et al. (2022). Pengaruh marketing mix dan digital banking terhadap kepuasan nasabah pada Bank Syariah Indonesia cabang Pekalongan Pemuda di masa pandemi. *Ekonomi Islam*, 13(1), 85. <https://doi.org/10.22236/jei.v13i1.8158>
- Mutafarida, B., & Anam, C. (2020). Prinsip ekonomi syariah, implementasi, hambatan dan solusinya dalam realitas politik Indonesia terkini. *Journal of Economics and Policy Studies*, 1(1), 1. <https://doi.org/10.21274/jeps.v1i1.3349>
- Nasir, M., et al. (2022). Pengaruh literasi keuangan, tata kelola, dan kepatuhan syariah dalam preferensi memilih produk bank syariah. *Ekombis Sains: Jurnal Ekonomi, Keuangan Dan Bisnis*, 7(1), 39. <https://doi.org/10.24967/ekombis.v7i1.1335>
- Nasuka, M., et al. (2021). The role of Islamic marketing ethics for customer loyalty in Islamic banking through customer satisfaction. *Economic Annals-XXI*, 187, 189. <https://doi.org/10.21003/ea.v187-18>
- Nurdin, M., & Sari, R. (2021). Inovasi layanan digital dalam bank syariah dan dampaknya terhadap kepuasan nasabah. *Jurnal Perbankan Syariah*, 6(1), 45–58.
- Nurhayati, R., & Suparno. (2018). Analisis kepatuhan produk perbankan syariah terhadap prinsip-prinsip syariah. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*, 4(2), 123–135.
- Pantari, E. D., & Aji, H. M. (2020). Investigating Muslim non-consumers' intention to use Islamic bank: Perceived social value (PSV) and awareness. *Jurnal Siasat Bisnis*, 24(2), 187. <https://doi.org/10.20885/jsb.vol24.iss2.art8>
- Pelu, H., & Zainal, M. (2022). Interactive communication through Cas-Cis-Cus method. *Jurnal Ilmiah Nizamia Jurnal Pendidikan, Sosial, dan Agama*, 4(2), 174.
- Putra, R., & Sari, Y. (2020). Inovasi produk perbankan syariah berbasis prinsip syariah: Studi kasus di Indonesia. *Jurnal Keuangan dan Perbankan Syariah*, 6(1), 45–60.
- Rahman, A., & Hasan, M. (2020). Pengaruh ketersediaan produk bank syariah terhadap minat nasabah di Indonesia. *Jurnal Ekonomi Syariah*, 5(2), 123–135.
- Republik Indonesia. (2008). *Undang-Undang Nomor 21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah*.
- Said, M., & Ali, H. (2016). An analysis on the factors affecting profitability level of sharia banking in Indonesia. *Banks and Bank Systems*, 11(3), 28. [https://doi.org/10.21511/bbs.11\(3\).2016.03](https://doi.org/10.21511/bbs.11(3).2016.03)
- Samaruddin. (2022). *Persepsi ASN Kantor Kemenag Kab. Majene terhadap produk dan layanan Bank Syariah Indonesia (BSI)* [Tesis, Pascasarjana IAIN Parepare].
- Sari, M. D., & Huda, N. (2021). Analisis efektivitas pengawasan Dewan Syariah Nasional terhadap kepatuhan produk perbankan syariah di Indonesia. *Jurnal Ekonomi Syariah Indonesia (JESI)*, 11(2), 105–120.
- Sulaeman, M. D., et al. (2021). The effect of governance and sharia compliance implementation towards the level of customer trust in Islamic bank. *Tazkia Islamic Finance and Business Review*, 14(1). <https://doi.org/10.30993/tifbr.v14i1.235>
- Umar, H. (2021). *Metode penelitian untuk skripsi dan tesis bisnis* (2nd ed.). Rajawali Pers.
- Widyaningsih, I., & Asyifah, N. (2022). Implementasi produk pembiayaan syariah dan dampaknya terhadap pemberdayaan UMKM. *Al-Iqtishad: Jurnal Ekonomi Syariah*, 14(1), 21–40.
- Yen, B. S., & MN, N. (2023). Faktor penentu kesehatan bank konvensional dan bank digital. *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan*, 5(3), 585. <https://doi.org/10.24912/jmk.v5i3.25337>