

PERANCANGAN MODEL KEBIJAKAN GUNA PENINGKATAN TRANSAKSI YANG SYAR'I PADA PERBANKAN SYARIAH (STUDI KASUS PADA BANK SYARIAH DI TANGERANG SELATAN)

Rifzaldi Nasri dan Nuraini

Universitas Muhammadiyah Jakarta
Jl KH Ahmad Dahlan Cirendeuh Ciputat, 15419
Email: rifzaldinasri@yahoo.co.id
Bunda_aini27@yahoo.com

Abstract

The purpose of this study is to design a model / policy improvements in order to improve services to the community in Syar'i transact. and socialization model / policy improvements to Islamic banking in the South Tangerang is expected to be input in order to improve service to the bank.

Design / methodology / approach: to be used in this study were interviews and Focus Group Discussion (FGD) to several speakers from the Islamic banking.

Findings-results / findings from this study was the difference in policies and tips provided by banks - Islamic banks but have the common goal of improvement Sharai transactions, an increase in public interest in the products of Islamic banks, improvement of banking services to customers., And Improvement over the amount and type of bank financing products

Keywords: Islamic Banking, models, policies, Transactions Syar'i

Tujuan dari penelitian ini adalah merancang model/kebijakan perbaikan guna peningkatan pelayanan kepada masyarakat dalam bertransaksi secara Syar'i. dan Sosialisasi model/kebijakan perbaikan tersebut kepada perbankan syariah di Tangerang Selatan yang diharapkan dapat menjadi masukan guna peningkatan pelayanan pada bank tersebut.

Design/Methodologi/pendekatan: yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah metode wawancara dan Focus Group Discussion (FGD) kepada beberapa nara sumber dari pihak perbankan syariah.

Temuan- hasil/temuan dari penelitian ini adalah adanya perbedaan kebijakan dan kiat yang dilakukan bank – bank syariah namun memiliki kesamaan tujuan yaitu peningkatan transaksi yang syar'i, peningkatan minat masyarakat atas produk bank syariah, peningkatan pelayanan bank terhadap nasabah., dan Peningkatan atas jumlah dan jenis produk pembiayaan bank

Kata Kunci : Bank Syariah, model, Kebijakan, Transaksi Syar'i

1. Pendahuluan

Peranan perbankan dalam era pembangunan ternyata sangat penting untuk ditingkatkan dalam era globalisasi sekarang ini Perbankan syariah sebagai generasi baru di dunia perbankan nasional mempunyai potensi yang baik dalam membantu pembangunan perekonomian negara. Perbankan Syariah di Indonesia berkembang pesat terutama sejak ditetapkannya dasar-dasar hukum operasional tentang perbankan melalui UU No 7 tahun 1992, yang kemudian dirubah dalam Undang-Undang No 10 tahun 1998.

Penghimpunan dana masyarakat pada bank

syariah yang terbesar dalam bentuk deposito yaitu Rp78,50 triliun (58,39%) diikuti oleh Tabungan sebesar Rp40,84 triliun (30,38%) dan Giro sebesar Rp15,09 triliun (11,22%). Penyaluran dana masih didominasi piutang Murabahah sebesar Rp80,95 triliun atau 59,71% diikuti pembiayaan Musyarakah yang sebesar Rp25,21 triliun (18,59%) dan pembiayaan Mudharabah sebesar Rp11,44 triliun (8,44%), dan piutang Qardh sebesar Rp11,19 triliun (8,25%).

Dalam perspektif jangka panjang, pengembangan sistem perbankan Syariah diharapkan dapat menciptakan efisiensi operasional dan

memiliki daya saing yang tinggi dengan tetap berpegang pada nilai-nilai Syariah, memiliki peran signifikan dalam sistem perekonomian nasional serta memperbaiki kesejahteraan masyarakat

Informasi mengenai pola sikap dan karakteristik masyarakat terhadap perbankan Syariah menjadi alat yang efektif untuk meningkatkan sosialisasi dan penetapan strategi pemasaran bagi bank-bank Syariah yang akan beroperasi pada suatu wilayah.

1.1. Tujuan Penelitian

tujuan yang ingin di capai dari penelitian ini adalah merancang model/kebijakan perbaikan guna peningkatan pelayanan kepada masyarakat dalam bertransaksi secara Syar'i. dan Sosialisasi model/kebijakan perbaikan tersebut kepada perbankan syariah di Tangerang Selatan yang diharapkan dapat menjadi masukan guna peningkatan pelayanan pada bank tersebut

2. Tinjauan Pustaka

1.2. Pengertian Bank Syariah

Bank syariah adalah bank yang melaksanakan kegiatannya menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya kepada masyarakat dalam bentuk kredit atau bentuk-bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat banyak dengan prinsip-prinsip syariat Islam.

Menurut Muhammad Muslehuddin (1994 : 2) yang dimaksud dengan Bank Syariah adalah suatu lembaga yang menyediakan tempat untuk menipkan uang dengan aman (safe keeping function), dan menyediakan alat pembayaran untuk membeli barang dan jasa (transactition function) yang berdasarkan prinsip-prinsip syariat Islam

Menurut ensiklopedia Islam, Bank Islam adalah lembaga keuangan yang usaha pokoknya memberikan kredit dan jasa-jasa dalam lalu lintas pembayaran serta peredaran uang yang pengoperasiannya disesuaikan dengan prinsip-prinsip syariat Islam

Berdasarkan pengertian tersebut, Bank Islam berarti bank yang tata cara beroperasinya didasarkan pada tata cara bermuamalat secara Islam, yakni mengacu pada ketentuan Al-Qur'an dan Al-Hadits.

2.2. Pengembangan Bank Syariah

Keberhasilan sistem perbankan syari'ah di masa depan akan banyak tergantung kepada kemampuan bank-bank syari'ah menyajikan produk-produk yang menarik, kompetitif dan memberkan kemudahan transaksi, sesuai dengan kebutuhan masyarakat

Inovasi produk menjadi kunci perbankan syariah untuk lebih kompetitif dan lebih berkembang dengan cepat sesuai dengan kebutuhan masyarakat. Inovasi produk harus menjadi strategi prioritas bagi bank-bank syariah, sebab inovasi memiliki peran penting di tengah pasar yang kompetitif

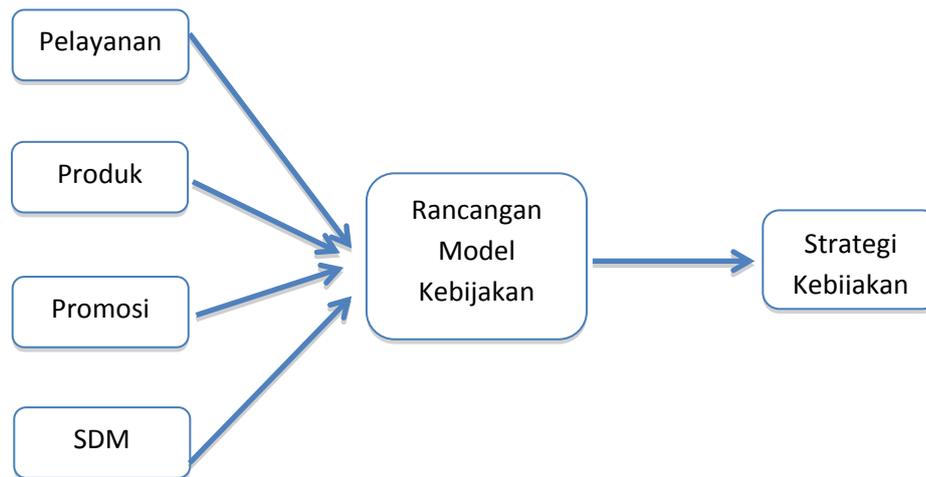
2.3. Asas Transaksi Syariah

Transaksi syariah (IAI, 2007) berdasarkan pada prinsip.

1. Persaudaraan (ukhuwah).
Transaksi syariah menjunjung tinggi nilai kebersamaan dalam memperoleh manfaat (sharing economic) sehingga seseorang tidak boleh mendapat keuntungan diatas kerugian orang lain.
2. Keadilan ('adalah)
Implementasi keadilan dalam kegiatan usaha berupa aturan prinsip muamalah yang melarang adanya unsur; riba, kedhaliman, maisyir, Gharar, haram
3. Kemashalatan (masalahah);
Kemashlahatan yang diakui harus memenuhi dua unsur yakni kepatuhan syariah (halal) serta bermanfaat dan membawa kebaikan (thayib) dalam semua aspek secara keseluruhan yang tidak menimbulkan kemudharatan.
4. Keseimbangan (tawazun)
Transaksi syariah tidak menekankan pada maksimalisasi keuntungan perusahaan semata untuk kepentingan pemilik (shareholder). Sehingga manfaat yang didapatkan tidak hanya difokuskan pada pemegang saham, akan tetapi pada semua pihak yang dapat merasakan adanya suatu kegiatan ekonomi.
5. Universalisme (syumuliyah)
Esensinya dapat dilakukan oleh, dengan, dan untuk semua pihak yang berkepentingan (stakeholder) tanpa membedakan suku, agama, ras dan golongan, sesuai dengan semangat kerahmatan semesta (rahmatan lil alamin).

2.4. Penelitian Terdahulu

Hasil penelitian sebelumnya yang telah dilakukan Wulan Febriani (2012) "Pengaruh faktor eksternal dan internal dalam perilaku pemilihan sistem perbankan terhadap



Gambar 3.1 kerangka Penelitian

keputusan menabung nasabah di Bandung tahun 2012” menunjukkan bahwa pelayanan dan citra sebuah bank berpengaruh terhadap keputusannya dalam memilih bank untuk menabung. Kompetensi dan sikap karyawan perbankan dalam melayani konsumen menjadi pertimbangan bagi para nasabah untuk menilai baik tidaknya sebuah bank. Fasilitas bank dan tata letak serta interior bank menjadi nilai tambah dalam penentu keputusan menabung seorang nasabah

Penelitian berikutnya oleh Dita Pertiwi dan Haroni Doli H. Ritonga (2012) dengan judul ”Analisis minat menabung masyarakat pada bank muamalat di kota kisaran” menyimpulkan bahwa pengaruh terhadap pengambilan keputusan menabung pada Bank Muamalat di Kota Kisaran faktor keyakinan dan sesuai syariah yang lebih dominan sebagai faktor pendorong masyarakat Kisaran menabung di Bank Muamalat dengan frekuensi pada keyakinan 51% dan sesuai syariah 51% dari total frekuensi yang ada.

Sedangkan Fitri Meilani (2011) dalam penelitiannya yang berjudul “Strategi Penghimpunan Dana Pihak Ketiga pada BMT AL-FATH IKMI Pamulang “ menunjukkan bahwa strategi pemasaran yang dilakukan pada produk simpanannya adalah 1) menyediakan produk yang sesuai dengan kebutuhan mitra, 2) strategi yang dilakukan dengan cara “jemput bola”, 3) memberikan bonus bagi hasil dan bebas biaya administrasi. Sedangkan faktor yang mempengaruhi strategi penghimpunan dana pihak ketiga antara lain strategi produk, yang mengedepankan mutu dari produk simpanannya, strategi harga dengan meminimalkan biaya

administrasi, yang terakhir adalah strategi distribusi yang memanjakan nasabah dengan cara “jemput bola”.

Ali Muhayatsyah, S.E.I., M.E.I. (2013) dalam tulisannya “Upaya Strategis Meningkatkan Penghimpunan Dana Pihak Ketiga dan Ekspansi Pembiayaan Perbankan Syariah di Indonesia mengatakan bahwa bank syariah tidak bisa hanya mengharapkan terlalu besar terhadap keberadaan mayoritas muslim dari masyarakat Indonesia, yang merupakan bidikan sebagai nasabah atas sentimen agama, atau dikategorikan sebagai nasabah emosional. Tidak serta merta mereka beralih ke bank syariah hanya persoalan agama.

jikabank syariah tidak mampu memberikan kepuasan kepada mereka dari sisi pelayanannya, maka tidak mustahil bank syariah akan ditinggalkan nasabahnya. Fenomena perkembangan bank syariah ini harus diimbangi dengan kualitas dan fasilitas yang memadai. Dari sisi pembiayaan, bank syariah diharapkan dapat fokus pada program strategis yang mendorong pada pemerataan ekonomi, seperti mengarahkan pembiayaan perbankan syariah pada sektor ekonomi produktif dan masyarakat yang lebih luas. Kemudian mengembangkan produk yang lebih memenuhi kebutuhan masyarakat dan sektor produktif. Melaksanakan transisi pengawasan yang tetap menjaga kesinambungan pengembangan perbankan syariah. Kemudian melakukan revitalisasi peningkatan sinergi dengan bank induk, yang terakhir meningkatkan edukasi dan komunikasi produk perbankan syariah (Bank Indonesia, 2013).

3. Metodologi Penelitian

Sifat penelitian yang digunakan oleh penulis adalah penelitian yang bersifat survei. Tujuan penulis menggunakan metode survei adalah agar dapat lebih terarah dalam menjelaskan permasalahan yang ada.

Metode yang dipakai adalah metode survey dan deskriptif, dengan metode ini dapat membedah, membahas, dan mengenali masalah-masalah. Metode survey juga dapat melakukan evaluasi serta perbandingan-perbandingan terhadap hal-hal yang dikerjakan orang lain untuk masalah yang serupa, sehingga hasilnya dapat digunakan untuk perencanaan dan pengambilan keputusan di masa yang akan datang.

Atas dasar penjelasan diatas, maka metode yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah metode wawancara dan Focus Group Discussion (FGD) kepada beberapa nara sumber dari pihak perbankan syariah. Untuk melihat respon masyarakat, maka peneliti menyebarkan kuesioner untuk melihat pandangan masyarakat dari sisi pelayanan, produk, promosi dan Sumber daya manusia yang ada pada bank syariah

Hasil Penelitian

Lokasi penelitian adalah wilayah kota Tangerang Selatan, dengan obyek penelitian adalah Bank Umum Syariah. Di pilihnya Bank Umum Syariah sebagai obyek penelitian dengan beberapa pertimbangan

- a. Cakupan wilayah pelayanan cukup luas;
- b. Jenis produk tabungan yang ditawarkan cukup bervariasi;
- c. Jumlah nasabah relatif banyak dengan variasi pekerjaan dan umur yang variatif;
- d. Umumnya, merupakan bank yang sangat familiar di masyarakat karena sudah lama beroperasi;
- e. Jika berasal dari Bank konvensional, namun sudah berdiri sendiri (bukan merupakan Unit Usaha Syariah/ UUS dari bank induknya).

Atas beberapa pertanyaan tertulis yang kami ajukan kepada nara sumber para eksekutif bank syariah, maka umumnya misi mereka memiliki beberapa kesamaan, antara lain,

- a. Pencapaian sasaran laba usaha
- b. Memberikan pelayanan jasa keuangan Syariah yang unggul dalam produk pembiayaan serta jasa keuangan Syariah terkait sehingga dapat

memberikan kepuasan bagi nasabah dan memperoleh pangsa pasar yang diharapkan.

- c. Melaksanakan Manajemen perbankan yang sesuai dengan prinsip Syariah sehingga dapat meningkatkan ketahanan dalam menghadapi perubahan lingkungan usaha
 - d. Memberi keseimbangan dalam pemenuhan kepentingan segenap *stakeholders*
Adapun kegiatan/ strategi lain yang telah dilaksanakan adalah :
 - a. Kegiatan promosi via *merchandising*, pemberian hadiah bagi para nasabah loyal serta memasang iklan di berbagai media.
 - b. Kegiatan publisitas dan Humas mencakup kegiatan sponsorship, customer gathering nasabah prima, presentasi produk, menjalin hubungan baik dengan berbagai instansi dan Perguruan Tinggi dan kegiatan sosial.
 - c. Kegiatan *Personal Selling* dilakukan dengan menempatkan tenaga-tenaga pemasar untuk menjalin komunikasi yang baik dengan nasabah.
 - d. Kegiatan *Direct Selling*, mencakup pengiriman direct mail serta *cross selling* kepada nasabah *existing* untuk meningkatkan *fee based income*.
 - e. Peningkatan *Service Quality* yang berorientasi kepada Pelayanan yang unggul dan memberikan solusi terbaik sesuai kebutuhan nasabah secara tepat waktu, sehingga memberikan kepuasan nasabah
- Sedangkan hasil jawaban kuesioner yang disebarakan kepada masyarakat, sebagai berikut

- a. Pelayanan
Pelayanan yang diberikan oleh bank menjadi faktor yang menarik minat nasabah bank syariah namun tidak lebih baik dari yang di berikan oleh bank konvensional, disisi lain jumlah kantor cabang merupakan faktor yang cukup penting untuk kecepatan bertransaksi. Selain dari itu mutu layanan jasa sangat bergantung pada proses penyampaian jasa kepada nasabah. Mengingat bahwa penggerak bank syariah adalah karyawan itu sendiri, maka untuk menjamin mutu layanan (*quality assurance*), seluruh operasional bank harus dijalankan sesuai dengan sistem dan prosedur yang terstandarisasi oleh karyawan yang berkompetensi, berkomitmen, dan loyal terhadap perusahaan tempatnya bekerja.

- b. Produk
Prioritas/minat menabung dari responden pada produk bank syariah bukan pada jenis dan variasinya, namun pada sistem pembagian keuntungan yang berlandaskan bagi hasil/nisbah yang memberikan kepastian serta rasa aman bagi responden. Hasil diatas mempertegas alasan produk atau jasa yang dibuat perbankan syariah harus memperhatikan nilai kehalalan, bermutu, bermanfaat, dan berhubungan dengan kebutuhan kehidupan manusia.
- c. Promosi
Kurangnya promosi yang dilakukan oleh bank syariah, baik dari sisi media yang dipakai, maupun bentuk/jenis promosinya, sehingga responden merasakan kurangnya informasi. yang berakibat minimnya informasi yang diperoleh nasabah, karena promosi merupakan komponen yang dipakai untuk memberitahukan dan mempengaruhi nasabah bagi produk bank syariah, sehingga nasabah dapat mengetahui tentang produk yang ditawarkan oleh bank syariah tersebut. Tujuan yang diharapkan dari promosi adalah nasabah dapat mengetahui tentang produk/jasa tersebut dan pada akhirnya memutuskan untuk menjadi nasabah. Namun promosi dalam sistem ekonomi Islam harus memperhatikan nilai-nilai kejujuran dan menjauhi penipuan. Media atau sarana dan metode yang digunakan harus sesuai dengan syariah.
- d. Sumber Daya Manusia
Dapat disimpulkan peningkatan wawasan dan pengetahuan serta persfektif karyawan atas sistem syariah harus sering dilakukan. Oleh karena karyawan merupakan aset utama dalam industri jasa, terlebih lagi sumber daya insani yang merupakan karyawan dengan kinerja tinggi, maka dalam sistem penerimaan karyawan haruslah yang benar-benar berlatar belakang syariah, sehingga minimal dapat memberikan penjelasan yang lebih baik kepada nasabah atas produk-produk bank syariah. Kebutuhan nasabah terhadap karyawan berkinerja tinggi akan menyebabkan konsumen puas dan loyal. Kemampuan *knowledge* (pengetahuan) yang baik, akan menjadi kompetensi dasar dalam internal bank dan pencitraan yang baik di luar. Faktor penting lainnya pada sumber daya insani adalah *attitude* dan *motivation*

dari karyawan. *Moment of truth* akan terjadi pada saat terjadi kontak antara karyawan dan nasabah. *Attitude* sangat penting dan dapat diaplikasikan dalam berbagai bentuk, seperti penampilan karyawan, suara dalam bicara, *body language*, ekspresi wajah, dan tutur kata. Sedangkan motivasi karyawan diperlukan untuk mewujudkan penyampaian pesan dan jasa yang ditawarkan pada level yang diekspetasikan.

6. Kesimpulan

Atas hasil wawancara dan jawaban responden dapat disimpulkan bahwa kebijakan yang sebaiknya diterapkan oleh bank tidak terlepas dari keinginan masyarakat/ nasabah, yaitu :

1. Pelayanan jasa keuangan syariah yang unggul dengan cara menjamin mutu layanan (*quality assurance*), seluruh operasional bank harus dijalankan sesuai dengan sistem dan prosedur yang terstandarisasi oleh karyawan yang berkompentensi, berkomitmen, dan loyal terhadap perusahaan tempatnya bekerja.
2. produk jasa keuangan syariah yang memberikan kepuasan pada nasabah dengan tetap memperhatikan nilai kehalalan, bermutu, bermanfaat, dan berhubungan dengan kebutuhan kehidupan manusia
3. Promosi yang dilakukan seperti *merchandising*, *direct selling*, *publicity*, *personal selling* maupun kegiatan promosi lainnya harus memperhatikan nilai-nilai kejujuran dan menjauhi penipuan. Media atau sarana dan metode yang digunakan harus sesuai dengan syariah.
4. Peningkatan *Service Quality* yang berorientasi kepada Pelayanan yang unggul dan memberikan solusi terbaik sesuai kebutuhan nasabah secara tepat waktu, sehingga memberikan kepuasan nasabah dapat dilakukan jika diiringi dengan peningkatan wawasan dan pengetahuan serta persfektif karyawan atas sistem syariah harus sering dilakukan. sistem penerimaan karyawan haruslah yang benar-benar berlatar belakang syariah, sehingga minimal dapat memberikan penjelasan yang lebih baik kepada nasabah atas produk-produk bank syariah. Kebutuhan nasabah terhadap karyawan berkinerja tinggi akan menyebabkan konsumen puas dan loyal.

Daftar Pustaka

- Ali Muhayatsyah, 2013, Upaya Strategis Meningkatkan Penghimpunan Dana Pihak Ketiga dan Ekspansi Pembiayaan Perbankan Syariah di Indonesia. Hasil Penelitian
- Ascarya, 2008, Akad dan Produk Bank Syariah, Jakarta, Raja GrafindoPersada
- Ayub Muhammad, 2009, Understanding Islamic Finance, Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Febriany, Wulan, 2012, Pengaruh Faktor Ekternaldan Internal Dalam Perilaku Pemilihan sistem PerbankanTerhadap Keputusan Menabung Nasabah Di Bandung Tahun 2012, Hasil Penelitian.
- Fitri, Meilani, 2011, Strategi Penghimpunan Dana Pihak Ketiga Pada BMT AL-FATH IKMI Pamulang, Skripsi
- Hasan, Ali, 2010, Marketing Bank Syariah, Bogor, Ghalia Indonesia.
- Muhammad, 2002, Pengantar Akuntansi Syariah, Jakarta, Salemba Empat.
- _____, 2008, SistemdanProsedurOperasional Bank Syariah, Yogyakarta, UII Press.
- _____, 2006, TeknikPerhitunganBagiHasildan Profit Margin Pada Bank Syariah, Yogyakarta, UII Press.
- _____, 2005, Manajemen Pembiayaan Bank Syariah, Yogyakarta, UPP AMP YKPN.
- Pertiwi, Ditadan Ritonga, HDH, 2012, Analisis Minat Menabung Masyarakat Pada Bank Muamalat Di Kota Kisaran, HasilPenelitian.
- Rodoni Ahmad, 2008, LembagaKeuanganSyariah, Jakarta Zikrul Hakim.
- Rifai, HarifAmali, dkk, 2010, Identifikasi Faktor Penentu Keputusan Konsumen Dalam Memilih Jasa Perbankan : Bank Syariahvs Bank Konvensional, Hasil Penelitian Kerjasama Antara CBR Universitas Andalas.
- Sudarsono, Heri, 2003, Bank dan Lembaga Keuangan Syariah, Yogyakarta, Ekonisia.
- Yaya, Rizal, 2009, Akuntansi Perbankan Syariah, Teori dan Praktek Kontemporer, Jakarta, Salemba Empat.
- www.Hukumonline.com
<http://www.mui.or.id/index.adithbodong.wordpress.com/2010/09/03/asas-asas-transaksi-syariah>

Biografi Penulis



Rifzaldii Nasri lahir di Jakarta, 50 tahun silam. Menyelesaikan pendidikan dasar sampai dengan menengah atas di Jakarta Selatan. Tahun 1982 menempuh kuliah di Akademi Bank UPN “Veteran” Jakarta, namun atas tuntutan orang tua harus menjadi Sarjana, sehingga pada tahun 1983 kuliah di Fakultas Ekonomi UMJ, dengan tidak melepaskan kuliah di UPN. Tahun 1985 di angkat menjadi dosen Kader di FE UMJ. Sejak saat itulah sampai saat ini, dosen menjadi karir pekerjaan yang di tekuni. Pada tahun 1994 atas tuntutan pekerjaan sebagai dosen, melanjutkan pendidikan jenjang Srata 2 di STIE IPWI Jakarta dengan konsentrasi Manajemen Keuangan. Saat ini sedang mengikuiti Kuliah S3 di PDIE FEB UNS Solo dengan bidang konsentrasi Manajemen. Selain menjadi Dosen tetap pada FE UMJ, juga mengajar S2 dan S1 pada beberapa perguruan tinggi swasta lainnya di Jakarta. Menikahi kolega mengajar pada tahun1994, telah dikaruniai anak 3 orang, 2 lelaki dan 1 perempuan.



Nuraini lahir di Sukabumi, 48 tahun silam. Menyelesaikan pendidikan dasar sampai dengan menengah atas di Sukabumi. Tahun 1987 menempuh kuliah di Fakultas Ekonomi UMJ, Tahun 1992 di angkat menjadi dosen di FE UMJ. Sejak saat itulah sampai saat ini, dosen menjadi karir pekerjaan yang di tekuni. Pada tahun 1999 atas tuntutan pekerjaan sebagai dosen, melanjutkan pendidikan jenjang Srata 2 di sekolah Paska Sarjana Universitas Muhammadiyah Jakarta dengan konsentrasi Manajemen Sumber Daya Manusia. Selain menjadi Dosen tetap pada FE UMJ, juga mengajar S2 dan S1 pada perguruan tinggi swasta lainnya di Jakarta. Menikah pada tahun1994, telah dikaruniai anak 3 orang, 2 lelaki dan 1 perempuan.