

Evaluasi Implementasi Nilai Syariah dalam Sistem Pelayanan Nasabah Bank Syariah Indonesia Bojonegoro

Isnaini Anniswati Rosyida¹⁾, Silfi Yaturrohmah²⁾

^{1,2}Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Darul Ulum Lamongan

¹email: isnaini@unisda.ac.id

Abstract

*This community service project aims to evaluate the implementation of sharia values in the customer service system at Bank Syariah Indonesia Bojonegoro Branch, by positioning the service experience as a space where values are not only understood but also implemented. The approach used was descriptive qualitative through observation, in-depth interviews, and documentation. The results of the community service show that sharia values such as *ṣidq* (honesty), *amanah* (responsibility), *tabligh* (transparency), and *fathanah* (competence) have been attempted in service practices, particularly in polite communication and openness of information to customers. However, this implementation has not been fully consistent, especially in busy service conditions, where efficiency orientation tends to be more dominant than the appreciation of values. These findings indicate that sharia values have been present as formal guidelines and have begun to shape the service identity, but have not yet fully become an ingrained culture. Therefore, strengthening the aspect of internalization of values through continuous development is needed, so that sharia principles are not merely procedural, but truly become the spirit of every service to customers.*

Keywords: Sharia Values, Customer Service System, Bank Syariah Indonesia Bojonegoro Branch

1. PENDAHULUAN

Perbankan syariah merupakan lembaga keuangan yang menjalankan aktivitas operasional berdasarkan prinsip-prinsip Islam, seperti kejujuran (*ṣidq*), amanah, transparansi (*tabligh*), dan profesionalisme (*fathanah*). Penerapan nilai-nilai tersebut menjadi identitas utama yang membedakan bank syariah dengan bank konvensional, khususnya dalam memberikan pelayanan kepada nasabah. Kualitas pelayanan yang sesuai dengan prinsip syariah tidak hanya berorientasi pada kepuasan pelanggan, tetapi juga pada terciptanya kepercayaan, keadilan, dan keberkahan dalam setiap transaksi.

Bank Syariah Indonesia (BSI) KC Bojonegoro telah berupaya menerapkan nilai-nilai syariah melalui standar operasional pelayanan yang mengedepankan keramahan, keterbukaan informasi, dan pelayanan yang adil kepada nasabah. Namun, berdasarkan hasil observasi awal dan diskusi dengan pihak bank, masih ditemukan beberapa kendala dalam implementasi nilai-nilai tersebut. Pada kondisi pelayanan yang padat, petugas lebih berorientasi pada kecepatan pelayanan sehingga penyampaian informasi, edukasi

produk syariah, serta internalisasi nilai-nilai syariah belum dapat dilakukan secara optimal. Selain itu, belum adanya kegiatan evaluasi secara berkala menyebabkan pelaksanaan nilai-nilai syariah lebih banyak dipahami sebagai prosedur administratif daripada budaya pelayanan yang melekat pada setiap pegawai.

Permasalahan tersebut menjadi tantangan bagi mitra karena dapat memengaruhi konsistensi kualitas pelayanan serta persepsi masyarakat terhadap identitas Bank Syariah Indonesia sebagai lembaga keuangan yang berlandaskan nilai-nilai Islam. Oleh karena itu, diperlukan suatu kegiatan pengabdian yang tidak hanya melakukan penilaian terhadap implementasi nilai-nilai syariah, tetapi juga memberikan rekomendasi perbaikan yang dapat diterapkan oleh mitra.

Tujuan kegiatan pengabdian ini adalah (1) mengidentifikasi tingkat implementasi nilai-nilai syariah dalam sistem pelayanan nasabah di Bank Syariah Indonesia KC Bojonegoro, (2) mengevaluasi kesesuaian praktik pelayanan dengan prinsip *ṣidq*, *amanah*, *tabligh*, dan *fathanah*, serta (3) menyusun rekomendasi penguatan budaya pelayanan berbasis nilai

syariah melalui peningkatan internalisasi nilai, penguatan edukasi kepada petugas layanan, dan optimalisasi standar operasional pelayanan.

Sebagai bentuk pemecahan masalah, kegiatan pengabdian dilaksanakan melalui observasi pelayanan, wawancara dengan petugas dan manajemen, identifikasi kesenjangan antara standar dan praktik pelayanan, serta pemberian umpan balik berupa rekomendasi penguatan budaya pelayanan berbasis nilai syariah. Intervensi ini diharapkan mampu meningkatkan konsistensi penerapan nilai-nilai syariah dalam setiap interaksi pelayanan sehingga pelayanan yang diberikan tidak hanya memenuhi aspek teknis, tetapi juga mencerminkan etika dan karakter perbankan syariah secara utuh.

Dengan demikian, kegiatan pengabdian ini diharapkan dapat memberikan manfaat praktis bagi Bank Syariah Indonesia KC Bojonegoro dalam memperkuat kualitas pelayanan berbasis nilai-nilai syariah serta menjadi referensi bagi pengembangan budaya pelayanan yang lebih profesional, transparan, dan berorientasi pada kepuasan serta kepercayaan nasabah.

2. KAJIAN LITERATUR DAN PEGEMBANGAN HIPOTESIS

Menurut Barata (2004) pelayanan prima adalah kepedulian kepada pelanggan dengan memberikan layanan terbaik untuk memfasilitasi kemudahan pemenuhan kebutuhan dari mewujudkan kepuasannya, agar mereka selalu royal kepada perusahaan. Dalam melakukan pelayanan yang terbaik untuk mencapai kepuasan serta kesetiaan nasabah, penyedia jasa dapat merujuk pada pelayanan yang unggul. Unsur utama dari pelayanan yang unggul menurut Tjuptono (2002) adalah "Pelayanan yang unggul terdiri dari 4 komponen utama, yaitu (1) kecepatan, (2) ketetapan, (3) sikap ramah, dan (4) kenyamanan. Kotler (1997) menyatakan bahwa "selain mengetahui harapan konsumen, pandangan tentang kinerja Perusahaan, dan tingkat kepuasan pelanggan, Perusahaan juga perlu memperhatikan kinerja pesaing di area tersebut". Layanan yang diberikan oleh bank tidak hanya bergantung pada sikap dan perilaku karyawan saat melakukan interaksi langsung dengan nasabah, tetapi juga harus memberikan layanan yang berkualitas tinggi

sebagai upaya untuk memastikan kepuasan dan kesetiaan nasabah. Pihak penyedia layanan dapat menggunakan variabel layanan berkualitas tinggi sebagai acuan.

Pemasaran digital merupakan sesuatu yang melibatkan banyak upaya digital dalam mempromosikan suatu produk. Media yang biasanya digunakan seperti media sosial, pencarian, dan bisa melalui email, tujuannya sama yaitu untuk menarik serta mempertahankan pelanggan agar tetap menggunakan produknya, dan juga Perusahaan yang terlibat mendapatkan keuntungan (Luluk Tri Harinie, 2024).

Emas merupakan salah satu barang yang cocok untuk investasi, dimana nilai suatu emas akan terus meningkat setiap tahunnya. Emas bisa menjadi pilihan tabungan alternatif mengendap sudah senilai 0,5 gram. E-emas hanya berupa emas digital bukan emas fisik. jika nasabah ingin memiliki emas fisik maka nasabah harus memiliki emas di beyond minimal seberat 5 gram yang nantinya e-emas akan beralih menjadi emas fisik setelah ditukarkan di kantor BSI Gubeng Surabaya.

Dengan berbagai inovasi produk yang sesuai dengan kebutuhan masyarakat, Bank Syariah Indonesia KC Bojonegoro terus menjadi mitra terpercaya dalam prosedur pembiayaan yang sesuai dengan syariat islam dalam transaksi, pembiayaan, bagi hasil serta produk BSI lainnya yang mendorong pertumbuhan ekonomi lokal

3. METODE

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan di Bank Syariah Indonesia (BSI) KC Bojonegoro dengan sasaran utama petugas pelayanan (customer service dan teller) serta pihak manajemen yang terlibat langsung dalam pelayanan nasabah. Kegiatan dirancang sebagai upaya untuk meningkatkan pemahaman dan penguatan implementasi nilai-nilai syariah dalam sistem pelayanan sehingga mampu menciptakan pelayanan yang lebih profesional, transparan, dan berorientasi pada kepuasan nasabah.

Metode pelaksanaan menggunakan pendekatan partisipatif dan evaluatif, di mana tim pengabdian bersama mitra mengidentifikasi permasalahan pelayanan, melakukan evaluasi implementasi nilai-nilai syariah, serta menyusun rekomendasi

perbaikan yang dapat diterapkan secara berkelanjutan.

Pelaksanaan kegiatan dilakukan melalui beberapa tahapan sebagai berikut.

Tahap Identifikasi Permasalahan

Tahap awal dilakukan melalui koordinasi dengan pihak manajemen Bank Syariah Indonesia KC Bojonegoro untuk mengidentifikasi kondisi pelayanan yang berjalan. Kegiatan ini meliputi observasi proses pelayanan, diskusi dengan customer service, teller, dan manajemen, serta identifikasi kendala yang dihadapi dalam penerapan nilai-nilai syariah pada pelayanan nasabah.

Tahap Evaluasi Implementasi Nilai Syariah

Tim pengabdian melakukan evaluasi terhadap implementasi nilai-nilai *sidq* (kejujuran), *amanah* (tanggung jawab), *tabligh* (transparansi), dan *fathanah* (kompetensi) dalam pelayanan nasabah. Evaluasi dilakukan melalui observasi langsung terhadap proses pelayanan, wawancara dengan petugas dan nasabah, serta telaah terhadap Standar Operasional Prosedur (SOP) pelayanan yang digunakan oleh mitra.

Tahap Pendampingan dan Diskusi Reflektif

Berdasarkan hasil evaluasi, tim pengabdian melaksanakan kegiatan pendampingan melalui diskusi reflektif bersama petugas pelayanan dan manajemen. Kegiatan ini bertujuan memberikan penguatan mengenai pentingnya internalisasi nilai-nilai syariah dalam setiap interaksi pelayanan, bukan hanya sebagai pemenuhan prosedur administrasi tetapi sebagai budaya kerja yang melekat pada seluruh pegawai.

Tahap Penyusunan Rekomendasi Perbaikan

Hasil evaluasi dan diskusi bersama mitra kemudian dirumuskan menjadi rekomendasi perbaikan berupa strategi penguatan budaya pelayanan berbasis nilai syariah, yang meliputi peningkatan edukasi pegawai, penguatan komunikasi pelayanan yang transparan, serta pembiasaan perilaku pelayanan yang mencerminkan nilai amanah, kejujuran, dan profesionalisme.

Tahap Evaluasi Hasil Kegiatan

Evaluasi dilakukan dengan membandingkan kondisi pelayanan sebelum dan sesudah pelaksanaan pendampingan melalui umpan balik dari petugas dan nasabah serta refleksi bersama pihak manajemen. Evaluasi ini digunakan untuk mengetahui tingkat penerimaan rekomendasi dan komitmen mitra dalam mengimplementasikan perbaikan pelayanan secara berkelanjutan.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat dilaksanakan di Bank Syariah Indonesia (BSI) KC Bojonegoro dengan melibatkan customer service, teller, dan pihak manajemen sebagai mitra utama. Kegiatan diawali dengan identifikasi permasalahan melalui observasi dan diskusi bersama mitra mengenai implementasi nilai-nilai syariah dalam pelayanan nasabah. Selanjutnya dilakukan evaluasi terhadap praktik pelayanan, pendampingan melalui diskusi reflektif, serta penyusunan rekomendasi penguatan budaya pelayanan berbasis nilai syariah.

Partisipasi aktif mitra terlihat pada seluruh rangkaian kegiatan, mulai dari penyediaan informasi, keterlibatan dalam proses evaluasi, hingga penyusunan rencana tindak lanjut untuk meningkatkan kualitas pelayanan.

Hasil Program Pengabdian

Hasil kegiatan menunjukkan bahwa pengabdian memberikan manfaat nyata bagi mitra, baik dalam aspek pemahaman maupun implementasi nilai-nilai syariah dalam pelayanan.

1) Identifikasi Permasalahan Mitra

Pada tahap awal ditemukan beberapa permasalahan sebagai berikut:

- a. Implementasi nilai *sidq*, *amanah*, *tabligh*, dan *fathanah* belum dilakukan secara konsisten pada saat volume pelayanan tinggi.
- b. SOP pelayanan lebih berorientasi pada aspek administratif dibandingkan internalisasi nilai-nilai syariah.
- c. Belum terdapat evaluasi berkala mengenai penerapan budaya pelayanan berbasis syariah.
- d. Petugas pelayanan membutuhkan penguatan mengenai implementasi nilai

syariah dalam komunikasi dengan nasabah.

Temuan ini menjadi dasar penyusunan intervensi dalam kegiatan pengabdian.

2) Luaran Kegiatan

Setelah dilakukan evaluasi dan pendampingan, dihasilkan beberapa luaran sebagai berikut:

- a. Tersusunnya hasil evaluasi implementasi nilai-nilai syariah pada sistem pelayanan nasabah.
- b. Tersusunnya rekomendasi penguatan budaya pelayanan berbasis nilai syariah.
- c. Meningkatnya pemahaman petugas mengenai penerapan nilai kejujuran (*ṣidq*), amanah, transparansi (*tabligh*), dan kompetensi (*fathanah*) dalam pelayanan.
- d. Terciptanya komitmen bersama antara tim pengabdian dan mitra untuk melakukan evaluasi pelayanan secara berkala.



Gambar 1. Observasi dokumen dan proses administrasi pelayanan nasabah

Secara empiris, implementasi nilai-nilai syariah seperti *ṣidq* (kejujuran), amanah, *tabligh* (transparansi), dan *fathanah* (kompetensi) telah mulai terinternalisasi dalam praktik pelayanan. Hal ini terlihat dari cara petugas menjelaskan produk secara cukup terbuka, serta adanya upaya membangun kepercayaan melalui komunikasi yang santun dan persuasif. Dalam perspektif kontemporer, kualitas pelayanan perbankan tidak hanya ditentukan oleh aspek teknis, tetapi juga oleh dimensi etis dan nilai yang membentuk perilaku organisasi (Azzabi & Lahrichi, 2023). Dengan demikian, praktik pelayanan yang ditemukan menunjukkan adanya upaya menuju integrasi antara profesionalisme dan nilai religius.

Namun demikian, realitas di lapangan menunjukkan bahwa implementasi nilai tersebut belum sepenuhnya stabil. Dalam kondisi pelayanan yang padat, interaksi antara petugas dan nasabah cenderung mengalami “penyederhanaan”—penjelasan menjadi lebih singkat, dan ruang dialog menjadi terbatas. Pada titik ini, nilai yang seharusnya menjadi dasar tindakan terkadang bergeser menjadi sekadar pelengkap prosedur. Fenomena ini menguatkan bahwa nilai tidak cukup hanya dipahami, tetapi harus diinternalisasi secara konsisten agar benar-benar menjadi standar perilaku (Adisusilo, 2021).

Hasil wawancara memperlihatkan adanya kesadaran normatif yang cukup kuat dari para pegawai mengenai pentingnya nilai-nilai syariah. Mereka memahami bahwa bekerja di bank syariah bukan sekadar aktivitas ekonomi, tetapi juga bagian dari tanggung jawab moral. Akan tetapi, kesadaran ini belum sepenuhnya bertransformasi menjadi kebiasaan reflektif dalam setiap tindakan. Dalam beberapa kasus, tekanan target dan rutinitas kerja membuat orientasi pelayanan lebih condong pada efisiensi dibandingkan internalisasi nilai.

Jika ditarik dalam kerangka yang lebih luas, kondisi ini dapat dipahami sebagai bagian dari dinamika organisasi modern yang sedang beradaptasi. Penelitian mutakhir menunjukkan bahwa sektor perbankan saat ini menghadapi tekanan untuk meningkatkan efisiensi sekaligus mempertahankan kualitas layanan berbasis nilai, terutama di tengah perkembangan teknologi dan kompetisi industri (Azzabi & Lahrichi, 2023). Dalam konteks bank syariah, tantangan ini menjadi lebih kompleks karena harus menjaga keseimbangan antara kinerja bisnis dan kepatuhan nilai.

Keberadaan standar operasional prosedur (SOP) berbasis syariah menjadi fondasi penting dalam menjaga arah pelayanan. Namun, temuan menunjukkan bahwa SOP masih lebih sering diposisikan sebagai instrumen administratif daripada sebagai refleksi nilai. Padahal, sistem nilai dalam perspektif Islam seharusnya menjadi kerangka menyeluruh yang mengarahkan perilaku lahiriah dan batiniah secara terpadu. Artinya, keberhasilan implementasi nilai syariah tidak hanya bergantung pada aturan, tetapi pada sejauh mana nilai tersebut “hidup” dalam budaya organisasi.



Gambar 2. Wawancara dan pengumpulan data bersama petugas pelayanan BSI KC Bojonegoro

Dari perspektif nasabah, pelayanan yang diberikan dinilai sudah cukup mencerminkan identitas bank syariah. Nasabah merasakan adanya perbedaan dalam hal kesopanan, kejujuran komunikasi, dan nuansa religius. Hal ini menunjukkan bahwa nilai-nilai syariah telah mulai membentuk persepsi positif terhadap kualitas layanan. Bahkan, dalam studi terkait perilaku nasabah, aspek nilai dan edukasi syariah terbukti memiliki pengaruh kuat terhadap kepercayaan dan keputusan menggunakan layanan bank syariah (Santoso & Astuti, 2021). Beberapa nasabah masih mengharapkan peningkatan dalam hal konsistensi pelayanan. Ini menjadi indikasi bahwa implementasi nilai belum sepenuhnya merata di lini pelayanan. Dengan kata lain, nilai syariah telah hadir sebagai identitas, tetapi belum sepenuhnya menjadi budaya yang otomatis dan reflektif.

Hasil pengabdian menunjukkan bahwa implementasi nilai-nilai syariah di Bank Syariah Indonesia KC Bojonegoro telah berjalan dengan baik secara struktural, namun masih memerlukan penguatan pada aspek internalisasi budaya organisasi. Pendampingan dan evaluasi yang dilakukan berhasil meningkatkan pemahaman petugas mengenai pentingnya nilai kejujuran, tanggung jawab, transparansi, dan kompetensi dalam membangun kualitas pelayanan.

Perubahan kondisi mitra menunjukkan bahwa penguatan budaya pelayanan berbasis nilai dapat menjadi strategi yang efektif untuk meningkatkan kualitas layanan sekaligus memperkuat identitas perbankan syariah. Temuan ini juga menegaskan bahwa keberhasilan implementasi nilai syariah tidak hanya ditentukan oleh keberadaan SOP, tetapi juga oleh komitmen sumber daya manusia dalam mengaktualisasikannya secara

konsisten dalam setiap interaksi dengan nasabah.

Dengan demikian, kegiatan pengabdian ini memberikan dampak praktis berupa meningkatnya kesadaran, pemahaman, dan komitmen mitra dalam mengimplementasikan nilai-nilai syariah sebagai dasar pelayanan, sehingga luaran yang dihasilkan tidak hanya bersifat konseptual tetapi juga aplikatif dan berkelanjutan.

5. SIMPULAN

Berdasarkan keseluruhan proses pengabdian yang telah dilaksanakan, dapat dirasakan bahwa implementasi nilai-nilai syariah dalam sistem pelayanan nasabah di Bank Syariah Indonesia KC Bojonegoro bukan sekadar wacana normatif, melainkan telah mulai hadir dalam praktik keseharian. Nilai-nilai seperti *sidq* (kejujuran), amanah (tanggung jawab), *tabligh* (transparansi), dan *fathanah* (kompetensi) tampak diupayakan untuk menjadi bagian dari cara petugas berinteraksi, menjelaskan produk, dan membangun kepercayaan dengan nasabah. Namun demikian, temuan di lapangan menunjukkan bahwa nilai-nilai tersebut masih berada dalam proses “menjadi”. Dalam situasi pelayanan yang kondusif, nilai-nilai syariah dapat dirasakan cukup kuat—terutama dalam sikap santun, keterbukaan informasi, dan upaya memberikan pelayanan yang adil. Akan tetapi, ketika dihadapkan pada tekanan operasional seperti tingginya volume nasabah atau tuntutan efisiensi, implementasi nilai cenderung mengalami penurunan intensitas. Hal ini menunjukkan bahwa internalisasi nilai belum sepenuhnya stabil dan masih bergantung pada kondisi situasional.

Fenomena tersebut menguatkan pandangan bahwa dalam perbankan syariah modern, tantangan utama bukan hanya pada penyusunan sistem dan regulasi, tetapi pada bagaimana nilai-nilai tersebut benar-benar diinternalisasi dalam budaya kerja dan perilaku individu (Ummah et al., 2024). Dengan kata lain, keberhasilan implementasi nilai syariah tidak cukup diukur dari kepatuhan prosedural, tetapi dari konsistensi praktik yang mencerminkan nilai tersebut dalam setiap kondisi. Persepsi nasabah yang cenderung positif terhadap pelayanan menunjukkan bahwa nilai-nilai syariah telah mulai membentuk identitas pelayanan yang khas.

Hal ini sejalan dengan temuan bahwa kualitas layanan berbasis nilai syariah memiliki kontribusi signifikan terhadap kepuasan dan kepercayaan nasabah (Kurniawan & Masruchin, 2025). Artinya, meskipun belum sepenuhnya sempurna, implementasi nilai syariah telah memberikan dampak nyata terhadap pengalaman layanan.

Dapat disimpulkan bahwa implementasi nilai-nilai syariah di Bank Syariah Indonesia KC Bojonegoro telah berjalan secara struktural dan fungsional, namun masih memerlukan penguatan pada aspek kultural dan personal. Nilai-nilai tersebut telah hadir sebagai pedoman dan mulai dipraktikkan, tetapi belum sepenuhnya menjadi “refleks” dalam setiap tindakan pelayanan. Oleh karena itu, upaya ke depan perlu diarahkan tidak hanya pada penguatan sistem, tetapi juga pada pembinaan sumber daya manusia melalui pelatihan berbasis nilai, penguatan etika kerja, serta refleksi spiritual yang berkelanjutan. Pendekatan ini penting agar nilai-nilai syariah tidak hanya dipahami sebagai aturan, tetapi benar-benar menjadi “ruh pelayanan” yang hidup, konsisten, dan dirasakan oleh setiap nasabah

6. DAFTAR REFERENSI

- Adisusilo, S. (2021). *Pembelajaran Nilai Karakter*. Jakarta: RajaGrafindo Persada.
- Arifin, H. M. (2021). Sistem Nilai dalam Perspektif Islam. *Jurnal Pendidikan dan Sosial Keagamaan*
- Azzabi, A., & Lahrichi, Y. (2023). Bank Performance Determinants: State of the Art and Future Research Avenues. *arXiv preprint*
- Barata, Atep Adya. 2004. *Dasar Dasar Pelayanan Prima*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo
- Beno, et al. (2025). Analisis Strategi Layanan Syariah Bank Syariah Indonesia Perspektif VRIO dan PEST. *JEAP*
- Harinie, L. T., Santoso, F. I., Dunggair, P. P., Octaviani, R. D., Bestari, D. K. P., Wijaya, N. P. N. P., ... & Istiqomah, Y. (2024). *Pemasaran digital*. CV. Intelektual Manifes Media.
- Harpan, H. (2025). Strategi Bank Syariah dalam Meningkatkan Literasi Keuangan Syariah
- Ketaren, A. A. B. (2026). Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Nasabah pada Perbankan Syariah. *JIEM*.
- Kotler, Philip (1997). "Manajemen Pemasaran: Analisis, Perencanaan, Implementasi, dan Kontrol", Jilid Kedua. Jakarta: PT. Prehalindo
- Kurniawan, M. R., & Masruchin. (2025). Pengaruh Kualitas Layanan dan Nilai-Nilai Syariah terhadap Kepuasan Nasabah. *Jurnal Tabarru*
- Puspita, A. M. (2025). Peningkatan Pelayanan melalui Optimalisasi Customer Experience pada Bank Syariah Indonesia
- Santoso, S. B., & Astuti, H. J. (2021). The Power of Islamic Scholars Lecture to Decide Using Islamic Bank with Customer Response Strength Approach. *arXiv preprint*
- Tjiptono, Fandy. (2002). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta : Penerbit Andi
- Ummah, R. S., Saputri, N. W., & Hendra, J. (2024). Pendekatan Kualitatif terhadap Implementasi Nilai-Nilai Syariah dalam Strategi Perbankan. *Jurnal Cendekia Ilmiah*