



**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN
NASABAH MENGGUNAKAN JASA PERBANKAN SYARIAH**
(Studi Kasus Bank Mandiri Syariah Kantor Cabang Pembantu Cirendeu)

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat untuk menyelesaikan Studi Strata Satu (S1)
Program Manajemen Perbankan Syariah

Disusun Oleh:

Nama : Fitriani Sinaga
NPM : 2015570057

**FAKULTAS AGAMA ISLAM
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JAKARTA
1440 H/2019 M**

LEMBAR PERNYATAAN (ORISINALITAS)

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Fitriani Sinaga
NPM : 2015570057
Program Studi : Manajemen Perbankan Syariah
Fakultas : Fakultas Agama Islam
Judul Skripsi : **Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Menggunakan Jasa Perbankan Syariah**

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi berjudul di atas secara keseluruhan adalah hasil penelitian saya sendiri kecuali pada bagian-bagian yang menjadi sumber rujukan. Apabila ternyata di kemudian hari terbukti skripsi saya merupakan hasil plagiat atau penjiplakan terhadap karya orang lain, maka saya bersedia mempertanggungjawabkan sekaligus menerima sanksi berdasarkan ketentuan undang-undang dan aturan yang berlaku di Universitas Muhammadiyah Jakarta ini.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya dan tidak ada paksaan.

Jakarta, 10 Ramadhan 1440 H
14 Mei 2019 M

Yang Menyatakan,



Fitriani Sinaga

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

Skripsi yang berjudul “**Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Menggunakan Jasa Perbankan Syariah (Studi pada Bank Syariah Mandiri Cabang Pembantu Cirendeu)**” yang di susun oleh **Fitriani Sinaga, Nomor Pokok Mahasiswa : 2015570057** Program Studi Manajemen Perbankan Syariah disetujui untuk diajukan pada Sidang Skripsi Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Jakarta.

Jakarta, 14 Mei 2019

Pembimbing,



Dina Febriani S.E.M.M.

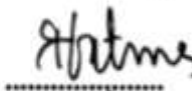


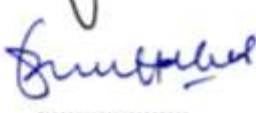

LEMBAR PENGESAHAN PANITIA UJIAN SKRIPSI

Skripsi yang berjudul: **Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Menggunakan Jasa Perbankan Syariah (Studi pada Bank Syariah Mandiri Cabang Pembantu Cirendeu)**. Disusun oleh **Fitriani Sinaga**, Nomor Pokok Mahasiswa: **2015570057**. Telah diujikan pada hari/tanggal: Jumat, 3 Agustus 2019. Telah diterima dan disahkan dalam sidang skripsi (munaqasyah) Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Jakarta untuk memenuhi persyaratan mencapai gelar Sarjana Strata Satu (S1) Manajemen Perbankan Syariah.

FAKULTAS AGAMA ISLAM
Dekan,



Rini Fatma Kartika, S.Ag., M.H.

Nama	Tanda Tangan	Tanggal
<u>Rini Fatma Kartika, S.Ag., M.H.</u> Ketua		30/8/2019
<u>Drs. Tajudin, M.A.</u> Sekretaris		28/8/2019
<u>Dina Febriani S.E.M.M.</u> Pembimbing		29/8/2019
<u>Drs. Zamris Habib, M.S.i.</u> Anggota Penguji I		29/8/2019
<u>Drs. Fakhruraji, M.A.</u> Anggota Penguji II		29/8/19

PEDOMAN TRANSLITERASI

1. Konsonan :

ث	,	ط	TH
ب	B	ظ	ZH
ت	T	ع	,
ث	TS	غ	GH
ج	J	ف	F
ح	H	ق	Q
ك	KH	ك	K
د	D	ل	L
ذ	DZ	م	M
ر	R	ن	N
ز	Z	و	W
س	S	ه	H
س	SY	ي	Y
ش	SH	ة	H
ذ	DL		

2. Vokal Pendek		3. Vokal Panjang	
ا	a	آ	â
ي	i	ي	î
و	u	و	û

4. Diftong		5. Pembauran	
او =	au	لا =	al- ...
اي =	ai	الش =	al-sy ...
		وال =	wa al- ...

FAKULTAS AGAMA ISLAM

Program Studi Manajemen Perbankan Syariah
Skripsi, 14 Mei 2019

Fitriani Sinaga

2015570057

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN NASABAH
MENGUNAKAN JASA PERBANKAN SYARIAH**

xiv + 80 halaman + 21 tabel + 2 gambar + 6 lampiran

ABSTRAK

Keberagaman produk dan jasa yang ditawarkan oleh lembaga perbankan memberikan kesempatan yang luas bagi konsumen untuk memilih lembaga perbankan yang sesuai dengan kebutuhan mereka. Keputusan konsumen dalam menggunakan atau melakukan pembelian dipengaruhi oleh beberapa faktor baik faktor internal maupun faktor eksternal. Faktor internal yang mempengaruhi pengambilan keputusan konsumen yaitu pribadi dan psikologi sedangkan faktor eksternal terdiri dari budaya, sosial, dan pemasaran. Dengan selalu memperhatikan faktor-faktor tersebut, konsumen akan memutuskan untuk menggunakan produk atau jasa dari perusahaan tersebut.

Metode penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu data primer dan data sekunder. Teknik pengumpulan data dengan menggunakan teknik penyebaran angket pada 30 responden dengan jumlah 20 pernyataan. Kriteria penilaian dengan metode skala likert yang ditafsirkan menjadi: sangat setuju, setuju, tidak setuju, dan sangat tidak setuju.

Hasil penelitian faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah menggunakan jasa perbankan syariah di Bank Syariah Mandiri Cirendeuyaitu faktor psikologi dan pemasaran yang terdiri dari motivasi, persepsi, proses belajar, keyakinan, sikap dan produk, promosi, iklan serta pelayanan. Dan yang paling berpengaruh yaitu pada bagian prinsip pada praktik perbankan dan promosi yang dilakukan secara langsung.

Kata Kunci: Keputusan nasabah, pribadi, psikologi, budaya, sosial, pemasaran.

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur dipanjatkan ke hadirat Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmat dan kasih sayang-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini sesuai dengan waktu yang ditentukan.

Skripsi ini ditulis dalam upaya memenuhi salah satu tugas akhir dalam memperoleh gelar Strata Satu (S.1) pada Program Studi Manajemen Perbankan Syariah Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Jakarta, tahun 2019.

Tidak sedikit kendala yang dihadapi penulis di dalam proses penyelesaiannya, namun karena bimbingan, arahan, dan bantuan dari berbagai pihak baik moril maupun materil, sehingga kendala itu menjadi tidak terlalu berarti. Oleh karena itu, pada kesempatan ini, penulis menyampaikan terima kasih dan penghargaan kepada pihak-pihak berikut :

1. Prof. Dr. Syaiful Bahri, S.H., M.H., Rektor Universitas Muhammadiyah Jakarta.
2. Rini Fatma Kartika S.Ag., M.H., Dekan Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Jakarta
3. Nurhidayat, S.Ag., MM., Ketua Program Studi Manajemen Perbankan Syariah Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Jakarta
4. Dina Febriani S.E.M.M., Dosen Pembimbing Skripsi yang telah mengorbankan waktu, tenaga, dan pikirannya dalam proses bimbingan.
5. Endah Apriani, Kepala Cabang Pembantu Bank Syariah Mandiri Cirendeuyang telah memberi izin tempat penelitian dan memberi dukungan data

6. Nasabah Bank Syariah Mandiri Cirendeudeu yang telah menjadi responden penelitian. Tanpa bantuan mereka mustahil skripsi dapat diselesaikan
7. Seluruh dosen dan karyawan Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Jakarta, yang telah memberikan pelayanan akademik dan pelayanan administrasi terbaik
8. Kepada kedua orang tua tercinta, Bapak Abu Hanif Sinaga dan Ibu Masnun Sipahutar telah memberikan kasih sayang, dorongan moril dan dukungan materil, sehingga memperlancar keberhasilan studi.

Penulis menyadari bahwa dalam skripsi ini masih banyak kekurangan dan keterbatasan, namun demikian diharapkan karya yang sederhana ini banyak memberikan manfaat. Amin

Jakarta, 10 Ramadhan 1440 H
14 Mei 2019 M



Fitriani Sinaga

DAFTAR ISI

LEMBAR PERNYATAAN (ORISINALITAS)	i
LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN PANITIA UJIAN SKRIPSI	iii
PEDOMAN TRANSLITERASI	iv
ABSTRAK	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang	1
B. Fokus dan Subfokus Penelitian	6
C. Rumusan Masalah	6
D. Kegunaan Penelitian.....	6
E. Sistematika Penulisan	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
A. Deskripsi Konseptual Fokus dan Subfokus Pemelitian	8
1. Bank Syariah	8
2. Nasabah	12
3. Keputusan dan Perilaku Konsumen.....	12

4. Produk dan jasa perbankan syariah	23
5. Jenis pelayanan Jasa bank Syariah	32
B. Penelitian yang Relevan	40

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

A. Tujuan Penelitian	43
B. Tempat dan Waktu Penelitian	43
C. Latar Penelitian	43
D. Metode dan Prosedur Penelitian.....	44
E. Instrumen Kegiatan	45
F. Data dan Sumber Data	45
G. Teknik dan Prosedur Pengumpulan Data.....	46
H. Teknik Analisis Data.....	47
I. Validitas Data.....	48

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum tentang Bank Syariah	49
1. Sejarah Bank Syariah	49
2. Visi dan Misi dari PT. Bank Mandiri Syariah Kantor Cabang Pembantu Cirendeu	51
3. Struktur Organisasi	52
B. Temuan Penelitian.....	59
C. Pembahasan Temuan Penelitian.....	74

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan	79
B. Saran.....	80

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN

RIWAYAT HIDUP

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	Perbedaan Bank Syariah dan Konvensional	9
Tabel 4.1	Bank Syariah Mandiri lebih menguntungkan dari pada bank syariah lainnya.....	59
Tabel 4.2	Sistem produk, Akad, Jasa, Bank Syariah Mandiri sesuai dengan prinsip syariah.....	59
Tabel 4.3	BSM melaksanakan prinsip syariah dalam setiap praktik transaksi perbankannya	60
Tabel 4.4	BSM dapat dipercaya memberikan jaminan keamanan yang terjamin dan aman pada simpanan atau dana anda yang ditabungkan	60
Tabel 4.5	BSM cukup terbuka dalam memberikan informasi kepada nasabahnya.....	61
Tabel 4.6	Saya memilih Bank Syariah Mandiri karena dekat dengan rumah saya	62
Tabel 4.7	Saya memilih Bsm karena sesuai dengan ajara Islam (Bank Islam)	62
Tabel 4.8	saya memilih Bank Syariah Mandiri karena lingkungan keluarga.....	63
Tabel 4.9	Dengan menggunakan jasa BSM saya dapat merealisasikan salah satu syariah Islam secara kaffah (menyeluruh)	63
Tabel 4.10	Ajakan saudara atau karib sangat mempengaruhi anda dalam melakukan transaksi di BSM	64

Tabel 4.11	Saya memilih Bank Syariah Mandiri karena menentang Riba	64
Tabel 4.12	saya memilih BSM karena adanya diskusi tentang Bank di lingkungan rumah saya	65
Tabel 4.13	Anda memilih BSM karena kepopulerannya dan kemudahannya	65
Tabel 4.14	Sistem bagi hasil yang ditawarkan cukup menguntungkan bagi nasabah.....	66
Tabel 4.15	Produk yang ditawarkan BSM merupakan solusi bagi masyarakat dibidang keuangan	66
Tabel 4.16	Produk-produk yang ditawarkan oleh BSM cukup menarik dan dapat menjawab kebutuhan anda.....	67
Tabel 4.17	Produk-produk yang ditawarkan beragam, menarik, inovatif, dan bervariasi.....	67
Tabel 4.18	Pelayanan yang diberikan oleh pihak BSM cukup cepat, mudah, ramah dan sopan	68
Tabel 4.19	Bentuk iklan yang dibuat cukup menarik sehingga saya tertarik menabung di BSM	68
Tabel 4.20	Memilih BSM karena adanya promosi tentang produk melalui penyebaran brosur secara langsung oleh pihak bank kepada masyarakat luas.....	69

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Pengambilan Keputusan	13
Gambar 4.1 Struktur Organisasi Bank Syaiah Mandiri KCP Cirendeu.....	52

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Angket
- Lampiran 2 Lembar Keterangan Bimbingan Skripsi
- Lampiran 3 Surat Keterangan Permohonan Riset/Penelitian
- Lampiran 4 Surat Keterangan Penelitian dari Universitas
- Lampiran 5 Dokumentasi
- Lampiran 6 Daftar Riwayat Hidup

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Nama : Fitriani Sinaga
Jenis Kelamin : Perempuan
Tempat Tanggal Lahir : Siamporik, 02 Juli 1996
Alamat : Jl. H. Dalih. RT/RW. 04/08. No. 32. Kampung
Gintung. Kel. Cirende. Kec. Ciputat Timur
Agama : Islam
Status Perkawinan : Belum Menikah
Mobile Phone : 081287047345
E-mail : fitrianisinaga36@gmail.com

Riwayat Pendidikan

2003-2009	SDN 112271 Siamporik
2009-2012	SMPN 2 Kualuh Selatan
2012-2015	SMAN 1 Kualuh Hulu
2015-2019	Universitas Muhammadiyah Jakarta Fakultas Agama Islam Program Studi Manajemen Perbankan Syariah

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan perbankan syariah di Indonesia tidak terlepas dari sistem perbankan syariah di Indonesia secara umum. Sistem Perbankan Syariah juga diatur dalam Undang-Undang No. 10 tahun 1998, dimana Bank Umum adalah Bank yang melaksanakan kegiatan usaha secara konvensional atau berdasarkan prinsip syariah yang dalam kegiatannya memberikan jasa dalam lalu lintas pembayaran. Peran Bank syariah dalam memacu pertumbuhan perekonomian daerah semakin strategis dalam rangka mewujudkan struktur perekonomian yang berimbang.¹

Bank syariah beroperasi atau melakukan kegiatan usahanya tidak berdasarkan bunga atau bebas bunga (*Interest free*) tetapi berdasarkan prinsip pembagian keuntungan dan kerugian (*profit and loss sharing principle* atau *PLS principle*) yang berlandaskan Al-Qur'an dan As-Sunah.²

Hal tersebut menjadi salah satu solusi yang diharapkan agar dapat melindungi nasabah dari semua rasa kecemasan, keraguan, dan ketidak pastian yang ditimbulkan dari Bank konvensional yang menerapkan prinsip bunga bank. Dimana dijelaskan bahwa konsep bagi hasil lebih menekankan pada kemaslahatan umat manusia sedangkan konsep bunga lebih mementingkan

¹ Undang-Undang Nomor 10 tahun 1998 tentang Perbankan Syariah

² Muhammad Syafii Antonio, *Bank Syariah Dari Teori ke Praktik* (Jakarta: Gema Insani, 2001), Cet.I, h. 35.

diri sendiri (pribadi) tanpa melihat dampak sosial yang terjadi. Sistem perbankan syariah dengan perbankan konvensional memiliki kesamaan, akan tetapi dalam hal balas jasa yang diberikan kepada nasabah berbeda-beda dengan prinsip balas jasa masing-masing.

Dari perspektif teoritis, perbankan syariah berbeda dengan bank konvensional karena bank syariah menerapkan prinsip-prinsip syariah (hukum islam). Sumber hukum yang utama adalah al-quran dan hadits. Dengan berkembangnya perbankan syariah, ternyata bank syariah masih belum menjadi pilihan utama masyarakat dalam menentukan transaksi keuangan. meskipun pertumbuhan aset perbankan syariah mengalami peningkatan signifikan setiap tahun.

Bank syariah sebagai pelaku bisnis lembaga keuangan yang menyediakan jasa pembiayaan mampu memberikan inovasi penawaran pada produk dan jasa, dengan mengingat bahwa minat nasabah untuk melakukan transaksi pada suatu lembaga adalah mutlak ditangan konsumen masing-masing. Keputusan pembelian merupakan suatu proses yang panjang dan mempunyai beberapa tahapan seperti pengenalan masalah, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan membeli, dan tahap akhir perilaku setelah membeli. faktor yang mempengaruhi pengambilan keputusan yaitu faktor yang berasal dari nasabah itu sendiri, yang terdiri dari proses kognitif yang meliputi kebutuhan atau motivasi, persepsi, sikap dan karakteristik nasabah yang sifatnya non kognitif yaitu aspek demografi, gaya hidup dan kepribadian nasabah. dan kedua yaitu faktor yang berasal dari luar nasabah,

yakni pengaruh dari lingkungan yakni pengaruh dari lingkungan yang terdiri atas nilai budaya, pengaruh sub budaya dan lalu lintas budaya, kelas sosial, dan situasi lain yang menentukan.

Disisi lain perkembangan perbankan syariah di Indonesia masih banyak mengalami kendala. Pada kenyataannya mayoritas nasabah perbankan syariah merupakan “nasabah mengambang” yang mengedepankan motif keuntungan, sehingga dapat berpindah ketika suku bunga simpanan di bank konvensional lebih menguntungkan. Kelompok nasabah ini biasanya mempunyai rekening ganda, baik di bank syariah maupun bank konvensional. Hanya sebagian nasabah yang benar-benar loyal menyimpan dananya di bank syariah karena alasan religious. Sebagian lagi karena faktor terpaksa misalnya mengikuti aturan kampus maupun tempat bekerja yang bekerja sama dengan bank syariah.

Kendala lain yang dihadapi oleh perbankan syariah ialah sosialisasi ke masyarakat masih kurang. Sosialisasi tidak hanya sekedar memperkenalkan keberadaan bank syariah di suatu tempat, tetapi juga memperkenalkan mekanisme, produk bank syariah dan instrumen keuangan bank syariah kepada masyarakat. Informasi yang mereka peroleh hanya sekilas tentang bank syariah. Dan sulitnya akses akses bank syariah menjadi salah satu alasan masyarakat lebih akrab dan memilih bank konvensional. Ini juga salah satu kendala yang dihadapi bank syariah di Indonesia saat ini, ditambah lagi tingkat pengetahuan yang kurang terhadap bank syaria menjadikan masyarakat lebih memilih bank konvensional untuk kebutuhan transaksinya.

Tetapi kebanyakan masyarakat memang sudah tahu apa itu bank syariah tetapi mereka tidak mengetahui produk-produk yang ditawarkan bank syariah, sehingga masyarakat yang tidak tahu produk-produk bank syariah tentunya tidak akan berminat untuk menggunakan jasa bank syariah karena mereka menganggap bahwa fasilitas penunjang yang diberikan masih kalah dengan fasilitas yang ditawarkan oleh bank konvensional, kecuali orang yang mempunyai keinginan kuat menabung pada bank syariah dikarenakan menghindari unsur riba. pemahaman dan pengetahuan juga mempengaruhi pandangan masyarakat mengenai bank syariah. Secara mudahnya, pandangan masyarakat terhadap bank syariah tergantung dengan apa yang mereka ketahui. Jika pengetahuan tentang bank syariah rendah maka dalam memandang dan keinginan untuk menjadi nasabah bank syariah tentunya rendah pula.

Hal tersebut diatas disebabkan oleh kurangnya wawasan dan pengetahuan staf bagian promosi, sehingga masyarakat atau nasabah belum juga terlalu mengerti dan paham tentang produk-produk yang ditawarkan oleh Bank Syariah Mandiri.

Perbankan syariah memerlukan pengaturan khusus yaitu harus dapat menampung berbagai kepentingan tidak dari umat Islam saja tetapi juga non muslim karena perbankan syariah bersifat universal atau menyeluruh seperti menyediakan Sumber Daya Manusia yang dapat memberikan pelayanan selengkap mungkin tanpa membeda-bedakan suku atau Agama satu sama lain, dalam menawarkan produk-produk yang banyak pilihan sesuai kebutuhan

pada bank syariah, agar diminati semua kalangan konsumen Indonesia. Karena semua kalangan nasabah juga memiliki alasan tertentu dalam menentukan keputusan dalam menetapkan pilihannya.

Perbankan syariah berusaha untuk melayani kebutuhan masyarakat secara luas dan menyeluruh. Secara umum calon nasabah yang membutuhkan transaksi atau produk lainnya akan memilih bank yang dapat memberikan keuntungan dan kemudahan, dimana setiap nasabah akan memperhatikan dan mempertimbangkan faktor-faktor tertentu yang akan digunakan untuk mengambil keputusan baik dalam hal simpanan maupun pinjaman atau pembiayaan. Dimana faktor tersebut terdiri dari faktor eksternal dan faktor internal. Faktor eksternal terdiri dari faktor Budaya, Sosial, dan Faktor pemasaran. Sedangkan faktor internal yaitu faktor pribadi dan psikologi.³

Perkembangan bank syariah dan banyaknya faktor-faktor yang mempengaruhi nasabah dalam menggunakan jasa perbankan syariah. Hal ini mendorong penulis untuk melakukan penelitian mengenai nasabah bank syariah secara umum dengan mengambil beberapa faktor yang pada penelitian sebelumnya berpengaruh positif terhadap keputusan nasabah yaitu produk, promosi, dan pelayanan.

Berdasarkan uraian diatas maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul: **“FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN NASABAH MENGGUNAKAN JASA PERBANKAN SYARIAH ”**.

³ Philip Kotler dan Gary Amstrong, *Dasar-Dasar Pemasaran* (Jakarta: Pren Hallindo, 1997), h. 222.

B. Fokus dan Subfokus Penelitian

Berdasarkan latar belakang masalah diatas fokus dan subfokus penelitian ini yaitu

Fokus : faktor apa yang menjadi keputusan nasabah menggunakan jasa perbankan syariah

Subfokus : yaitu sejauh mana pengetahuan masyarakat tentang bank syariah atau produk dan jasa yang ada khususnya pada BSM Cirendeudeu. Dan apa yang menjadi alasan mereka untuk menggunakan jasa di Bank syariah Mandiri Cirendeudeu tersebut.

C. Rumusan Masalah

Faktor apa saja yang mempengaruhi keputusan nasabah menggunakan jasa perbankan syariah ?

D. Kegunaan penelitian

1. Bagi penulis penelitian ini dilakukan untuk menambah wawasan atau khasanah keilmuan dibidang perbankan syariah khususnya.
2. Bagi mahasiswa sebagai bagian rujukan untuk bergabung di salah satu bank syariah di indonesia.
3. Bagi akademik memberikan informasi dan tambahan referensi dalam hal perbankan syariah.

E. Sistematika Penulisan

Penyusunan skripsi ini akan uraikan dalam sistematika penyusunan dan pembahasan yang terdiri dari 5 Bab yaitu

Bab I Pendahuluan, bab ini mencakup latar belakang sebagai landasan pembahasan lebih lanjut, fokus dan subfokus berguna untuk memfokuskan pembahasan, rumusan masalah yaitu apa yang menjadi objek penelitian, dan kegunaan penelitian yang mengarahkan alasan pentingnya penelitian ini dilakukan, serta sistematika penulisan untuk memudahkan pengecekan bagian-bagian penelitian pendahuluan

Bab II Tinjauan Pustaka, bab ini yang menjelaskan penelitian-penelitian terdahulu yang dijadikan acuan penulisan dalam penulisan skripsi ini. Yang berisi tentang bank syariah, perbedaan bank syariah dan bank konvensional, pengertian nasabah, keputusan dan perilaku konsumen, prinsip dasar syariah, produk dan jasa pelayanan perbankan syariah, dan penelitian terdahulu

Bab III Metodologi Penelitian, berisi tentang tujuan penelitian, tempat dan waktu penelitian, latar penelitian metode dan prosedur penelitian, data dan sumber data penelitian, teknik dan prosedur pengumpulan data, teknik analisa data, serta validitas data.

Bab IV Hasil Penelitian dan Pembahasan, berisi tentang gambaran umum tentang latar penelitian yaitu sejarah bank syariah mandiri, visi misi, dan struktur organisasi. Serta temuan penelitian dan pembahasan temuan penelitian.

Bab V Penutup, dalam bab ini akan disajikan kesimpulan dan saran bagian akhir dari tugas akhir membuat daftar pustaka, lampir-lampiran serta daftar riwayat hidup.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Deskripsi Konseptual Fokus dan Subfokus Penelitian

1. Bank Syariah

a. Pengertian Bank Syariah

Bank dapat didefinisikan sebagai suatu badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya kepada masyarakat dalam bentuk kredit atau bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat banyak.⁴

Bank syariah adalah suatu lembaga keuangan yang berfungsi sebagai perantara bagi pihak yang berkelebihan dana dan pihak yang berkekurangan dana untuk kegiatan usaha dan kegiatan lainnya sesuai dengan hukum Islam. Selain itu bank syariah biasa disebut *Islamic Banking* atau *interest free banking*, yaitu suatu sistem perbankan dalam pelaksanaan operasional tidak menggunakan sistem bunga (*riba*), spekulasi (*maisir*), dan ketidakjelasan (*Gharar*).⁵

Bank syariah juga ialah lembaga keuangan yang usaha pokoknya memberikan pembiayaan dan jasa-jasa lainnya dalam lalu lintas pembayaran serta peredaran uang yang mengoperasikannya disesuaikan dengan prinsip syariah Islam.

⁴ A.Wangsawidjaja Z, *Pembiayaan Bank Syariah* (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2012), h. 1.

⁵ Zainuddin Ali, *Hukum Perbankan Syariah* (Jakarta: Sinar Grafika, 2010), h.1.

Bank syariah tidak dapat dilepaskan dari asal usul dari sistem perbankan syariah itu sendiri, karna pada dasarnya bank syariah dikembangkan dengan menggabungkan antara masalah-masalah duniawi dengan Agama. Oleh karena itu apa yang dijelaskan oleh praktek perbankan juga merupakan salah satu aspek muamalah yang harus sesuai dengan syariat Islam.⁶

Secara umum perbankan syariah dasar hukumnya dalam UU No. 10 Tahun 1998 disebutkan bahwa bank umum merupakan bank yang melaksanakan kegiatan usaha secara konvensional atau berdasarkan prinsip syariah yang dalam kegiatannya memberikan jasa dalam lalu lintas pembayaran. Lebih lanjut dijelaskan bahwa prinsip syariah adalah aturan perjanjian berdasarkan hukum islam antara bank dan pihak lain untuk menyimpannya, pembiayaan atau kegiatan lainnya yang dinyatakan sesuai dengan syariah. Bank syariah berarti bank yang tata cara operasionalnya didasari dengan tata cara islam yang mengacu kepada ketentuan Al-Qur'an dan Al-Hadis.⁷

b. Perbedaan Bank Syariah dan Konvensional⁸

Tabel 2.1

Aspek	Bank Syariah	Bank Konvensional
Bentuk investasi	Investasi halal	Investasi halal dan haram
Prinsip usaha	Prinsip bagi hasil, jual beli, atau sewa	Memakai perangkat bunga

⁶ Ginanjar, Pengaruh Non “Performing Financing Terhadap Profitabilitas Bank Syariah”. *Jurnal Akuntansi dan Investasi*, vol. 4, No. 2, 2013, h. 11

⁷ Bustari Muchtar, *Bank Dan Lembaga Keuangan* (Jakarta: Kencana, 2016), h. 119.

⁸ Muhammad Syafii Antonio, *Bank Syariah Dari Teori ke Praktik* (Jakarta: Gema Insani, 2001), cet.1, h. 34

Orientasi terhadap laba	Kemenangan untuk kedua belah pihak (keuntungan)	Hanya berorientasi terhadap laba
Hubungan antar pihak	Hubungan kemitraan dengan nasabah	Hubungan antar debitur dan kreditur
Dewan pengawas syariah (DPS)	Menghimpun dan menyalurkan dana harus sesuai fatwa DPS	Tidak dapat dewan (adanya dewan pengawas: OJK)

c. Prinsip Dasar Syariah dalam Perbankan

Secara umum prinsip perbankan syariah didasarkan kepada prinsip Keadilan, Keseimbangan, dan Kemaslahatan. Berikut adalah uraian dari masing-masing prinsip dimaksud yaitu :

1) Prinsip Keadilan (*adalah*)

Kalimat adil merupakan kalimat yang tidak asing bagi kita dan kita pasti sering mendengarkannya. Menurut Al Ghajali masalah keadilan dalam sistem kekuasaan berimplikasi pada kesejahteraan dan kemakmuran masyarakat. Al-Ghajali berpendapat bahwa keadilan adalah nilai pokok dari setiap kebijakan yang telah dibuat dan seharusnya dapat dijalankan dalam roda pemerintahan yang sah baik pemerintahan islami atau tidak.⁹

Keadilan adalah menempatkan hanya sesuatu pada tempatnya dan memberikan sesuatu hanya pada yang berhak serta memperlakukan sesuai posisinya.

⁹ M Sulaeman Jajuli, *Produk Pendanaan Bank Syariah* (Yogyakarta: Deepublish, 2012), cet.1, h. 25

Hal yang bertentangan atau lawan dari keadilan adalah kezhaliman. Kezhaliman adalah sebuah istilah menyeluruh yang mencakup semua bentuk ketidakadilan, eksploitasi, penindasan dan kemungkar, di mana seseorang mencabut hak-hak orang lain atau tidak memenuhi kewajibannya terhadap mereka.

2) Pilar Keseimbangan (*tawajun*)

Menurut ahli bahasa *al-wajnu* ialah rangkaian huruf yang membentuk makna penyeimbangan, pelurusan dan keunggulan (*istiqomah*), sementara *tawajun* bermakna memberi suatu akan haknya, tanpa ada penambahan atau pengurangan.

Konsep syariah menempatkan aspek keseimbangan sebagai salah satu dasar dalam pembangunan sistem ekonomi. Konsep keseimbangan dalam konsep syariah meliputi berbagai segi yang antara lain yang meliputi keseimbangan pembangunan material dan spiritual, pengembangan sektor keuangan dan sektor riil, bisnis dan sosial, individu dan kolektif, material dan spiritual, dan pemanfaatan dan pelestarian sumber daya.¹⁰

3) Pilar kemaslahatan (*maslahah*)

Hakekat kemaslahatan pada dasarnya adalah segala bentuk kebaikan dan manfaat yang berdimensi integral duniawi dan ukhwani, material dan spiritual, serta individu dan kolektif. Sesuatu yang dipandang bermaslahat jika memenuhi unsur yakni

¹⁰ M Sulaeman Jajuli, *ibid.*, h. 31

kepatuhan terhadap syariah (*halal*), bermanfaat dan membawa kebaikan (*thayyib*) bagi semua aspek secara integral yang tidak menimbulkan mudharat dan merugikan pada salah satu aspek.

Secara khusus, kemaslahatan yang diharapkan dalam perbankan syariah memiliki prinsip yang merupakan penjelasan lebih lanjut dari prinsip umum di atas, antara lain adalah bebas dari *riba*, menghindari *taghrir*, *tadlis*, dan *maisir*, objek perniagaan yang halal, pengurusan dana yang amanah, berdasarkan syirkah, perdagangan yang *Thayyib*, kehendak timbal balik, dan kewajiban zakat.¹¹

2. Nasabah

Menurut UU No. 10 Tahun 1998 tentang perbankan dimuat tentang jenis dan pengertian nasabah, Nasabah ialah pihak yang menggunakan jasa atau nasabah yang menempatkan dananya dibank dalam bentuk simpanan berdasarkan perjanjian bank sebagaimana dimaksud Undang-undang yang berlaku.¹² Sedangkan menurut kamus perbankan, nasabah ialah orang atau badan yang mempunyai rekening simpanan atau pinjaman pada bank.

3. Keputusan dan Perilaku Konsumen

a. Keputusan Pembelian

Keputusan pembelian merupakan pemilihan dari dua atau lebih alternatif pilihan keputusan pembelian, setiap orang pasti pernah

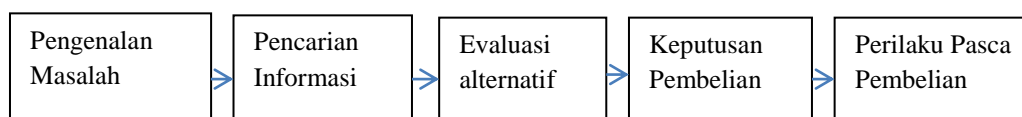
¹¹ M Sulaeman Jajuli, *Ibid.*, h. 36

¹² Undang-undang No. 10 Tahun 1998. Pasal 1 No. 17 Tentang Nasabah

mempertimbangkan sesuatu hal sebelum melakukan keputusan pembelian. artinya seseorang dapat membuat keputusan, haruslah tersedia beberapa alternatif pilihan. Keputusan untuk membeli dapat mengarah kepada bagaimana proses dalam pengambilan keputusan tersebut itu dilakukan.¹³Tahapan dalam keputusan membeli yaitu pengenalan kebutuhan, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan membeli, dan perilaku sesudah membeli.

Pengambilan keputusan oleh konsumen dipengaruhi oleh stimuli yang berasal dari luar diri nasabah. Stimuli dari luar ini terdiri dari dua macam stimuli pemasaran dan stimuli lain – lain. Stimuli pemasaran meliputi bauran pemasar jasa yang meliputi 7p yaitu : produk (*product*), harga (*price*), distribusi (*place*), promosi (*promotion*), bukti fisik (*physical evidence*), proses penyediaan jasa hingga nasabah dapat memanfaatkan jasa perbankan (*processes*), dan karyawan yang memberikan layanan dalam penyediaan jasa perbankan (*people*). Adapun stimuli lain terdiri atas keadaan ekonomi, teknologi, politik dan kebudayaan.¹⁴ Dan adapun tahap dalam pengambilan keputusan yaitu :

Gambar 2.1
Pengambilan Keputusan



¹³ Aprizal, *Orientasi Pasar Dan Keunggulan Bersaing* (Jakarta: Celebes Media Perkasa, 2018), h. 23

¹⁴ Tatik Suryani, *Manajemen Pemasaran Strategik Bank Di Era Global* (Jakarta: Prenada Media Group, 2017), cet. 1, h. 84

Pada model diatas mempunyai anggapan bahwa para konsumen melakukan lima tahap dalam pembelian yaitu :

- 1) Pengenalan masalah:pada tahap ini konsumen mengenali dan merasakan adanya suatu masalah kebutuhan. Kebutuhan tersebut dapat dicetuskan oleh rangsangan internal dan eksternal.
- 2) Pecarian informasi:pada tahap ini konsumen mulai mencari lebih banyak informasi tentang suatu produk yang akan memuaskannya. Yang menjadi sumber informasi konsumen digolongkan kedalam empat kelompok berikut:
 - a) Sumber pribadi: keluarga, teman, pribadi, tetangga, kenalan.
 - b) Sumber komersial: iklan, wiraniaga, penyalur, kemasan, pajangan ditoko.
 - c) Sumber publik: media massa, organisasi
 - d) Sumber pengalaman: penanganan, pemakaian produk
- 3) Evaluasi alternatif : pada tahap ini konsumen menggunakan informasi yang sudah diperoleh untuk mengevaluasi produk yang akan dibeli
- 4) Keputusan pembelian: pada tahap ini konsumen membeli produk dengan mengacu pada informasi yang diperoleh
- 5) Perilaku pasca pembelian: pada tahap ini konsumen mengambil tindakan lebih lanjut setelah membeli produk berdasarkan pada rasa puas atau tidak puas.

b. Perilaku Konsumen

Perilaku konsumen adalah tindakan langsung yang terlibat dalam mendapatkan, mengonsumsi, dan menghabiskan produk dan jasa, termasuk proses keputusan yang mendahului dan menyusuli tindakan ini. Menurut Mowen dan Minor, perilaku konsumen adalah studi tentang unit pembelian dan proses pertukaran yang melibatkan perolehan, konsumsi berbagai produk, jasa, pengalaman serta ide-ide.¹⁵

Perilaku konsumen menggambarkan bagaimana konsumen membuat keputusan-keputusan pembelian dan bagaimana mereka menggunakan dan mengatur pembelian barang dan jasa.

Pemahaman terhadap perilaku nasabah akan memberikan manfaat, baik kepada nasabah maupun bagi pemasar bank. Bagi nasabah, dengan memahami perilaku nasabah, maka akan lebih bijak dalam mengambil keputusan karena tahu terhadap strategi yang dilakukan oleh pemasar, sehingga tidak mudah terpedaya oleh iklan dan persuasi yang dilakukan oleh tenaga penjual. Bagi karyawan yang bergerak dibidang pemasaran di bank, pemahaman terhadap perilaku nasabah akan membuatnya lebih kreatif dan tepat dalam merancang strategi dan bauran pemasaran bank.¹⁶ Ada pun Faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen yaitu dapat dilihat dari segi faktor eksternal dan faktor internal. Faktor eksternal terdiri dari faktor

¹⁵ Freddy Rangkuti, *Strategi Promosi Yang Kreatif dan Analisis Kasus Integred Marketing Communication* (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2009), h. 91

¹⁶Tatik Suryani, *Manajemen Pemasaran strategik Bank Di Era Global* (Jakarta: Prenadamedia Group, 2017), h. 83

Budaya, Sosial, dan Faktor pemasaran. Sedangkan faktor internal yaitu faktor pribadi dan psikologi. Berikut penjelasannya :

1) Faktor Eksternal

(1) Budaya¹⁷

Faktor budaya dapat mempengaruhi paling luas dan paling dalam bahkan melebihi perilaku konsumen secara pribadi dan pengambilan keputusan. Para pemasar harus mengerti bagaimana kultur individu dan nilai-nilai yang terkandung didalamnya, sebaik sub-kultur individual dan kelas sosial yang mempengaruhi pembelian mereka.

(2) Sosial

Faktor sosial juga mempengaruhi perilaku pembeli kelompok referensi seseorang keluarga, teman-teman, organisasi sosial, asosiasi profesional mempengaruhi pilihan produk dan merek dengan kuat.¹⁸ Beberapa faktor sosial tersebut yaitu:

(1) Kelompok Acuan

Perilaku konsumen umumnya dipengaruhi oleh individu lainnya, individu yang mempengaruhi terdiri atas kelompok terdekat dari individu tersebut . misalnya : keluarga,teman dan tetangga.

¹⁷ Darmanto, *Manajemen Pemasaran* (Yogyakarta: Deepublish, 2016), cet 1, h.141

¹⁸ Darmanto, *Ibid.*, h. 142

(2) Keluarga

Keluarga adalah kelompok yang terdiri dari dua atau lebih orang yang berhubungan melalui darah, perkawinan ataupun adopsi dan tinggal bersama. Anggota keluarga sangat mempengaruhi dalam mengambil keputusan pembelian terhadap individu, keluarga mempunyai peran penting dimana setiap anggota keluarga saling mempengaruhi.

(3) Peran dan Status

Dalam kehidupan bermasyarakat, peran dan status selalu mengikuti perjalanan setiap individu. Peran dan status seorang individu dalam kelompok tertentu misalnya keluarga sangat mempengaruhi individu tersebut dalam perilaku pembelian.¹⁹

(3) Pemasaran

(1) Produk

Produk ialah segala sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen.

(2) Harga

Harga merupakan salah satu unsur pemasaran yang penting dalam dunia perdagangan dewasanya

¹⁹Philip Kotler dan Gary Amstrong, *Ibid.*, h. 226

khususnya dalam dunia persaingan bagi setiap perusahaan. menurut gito sudarmo ‘’Harga adalah sejumlah uang yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah barang dan jasa-jasa tertentu atau kombinasi dari keduanya

(3) Promosi

Promosi merupakan aspek penting kegiatan pemasaran, sebab promosi dapat mempengaruhi perilaku konsumen, terhadap produk perusahaan. Disamping itu promosi dapat digunakan sebagai komunikasi antara produsen ke konsumen.

Promosi dapat dilakukan dengan berbagai sarana yang efektif untuk mempertahankan nasabah yang sudah ada maupun mendapatkan yang baru. Salah satu tujuan promosi bank ialah menginformasikan segala jenis produk dan jasa yang ditawarkan dan berusaha menarik calon nasabah baru.²⁰ Beberapa contoh bentuk promosi yang dilakukan oleh cabang dalam usaha memperkenalkan produknya ke masyarakat

(a) Iklan, misalnya dengan menayangkan iklan produk pembiayaan, tabungan giro, deposito dan lainnya melalui media massa seperti surat kabar lokas, radio,

²⁰ Nur Rianto al Arif, op.cit h. 169

pemasangan papan reklame dan spanduk serta pemberian brosur pada masyarakat

- (b) Penjualan langsung, dapat dilaksanakan oleh cabang kepada masyarakat sehingga masyarakat menjadi tertarik untuk menggunakan produk dan jasa bank melalui cabang tersebut. Contoh memberikan pelayanan yang ramah kepada nasabah, memberikan sumbangan atau bantuan untuk kegiatan yang dikoordinasikan oleh pemerintah daerah menjalankan program hadiah langsung untuk pembukaan rekening tabungan dan lain – lain.
- (c) Penjualan pribadi, penjualan ini secara khusus dilaksanakan oleh petugas yang disebut customer service (CS). Karyawan bank mulai dari satpam sampai pimpinan bank harus mampu menjelaskan kepada nasabah tentang segala sesuatu yang berkaitan dengan produk dan jasa bank.²¹

²¹Ikatan bankir indonesia, *menelola bank syariah*, (Jakarta: Gramedia Pustaka, 2014), h.43

2) Faktor Internal

a) Faktor Pribadi²²

(1) Usia

Perjalanan usia tidak dapat dihindarkan. Dengan berjalannya usia maka terjadi pula perubahan pola konsumsi untuk masing-masing usia.

(2) Pekerjaan

Pekerjaan juga dapat mempengaruhi seseorang individu dalam perilaku konsumsinya, misalkan seorang pekerja kasar maka akan cenderung membeli pakaian untuk pekerja kasar. Sedangkan pekerja kantoran akan cenderung untuk membeli stelan kemeja atau jas.

(3) Situasi Ekonomi

Dalam perilaku pembelian, sedikit banyak juga dipengaruhi oleh situasi ekonomi, dengan berubahnya situasi ekonomi maka biasanya akan merubah perilaku konsumen dalam melakukan pembelian

(4) Kepribadian Dan Konsep Diri

Kepribadian adalah karakteristik psikologis yang berbeda dari seseorang yang menyebabkan tanggapan yang relatif konsisten dan tetap terdapat lingkungannya. yang berkaitan dengan kepribadian juga

²² Philip Kotler dan Gary Amstrong, *Ibid.*, h. 233-234

adalah konsep diri seseorang yang berarti cara pandang konsumen terhadap dirinya sendiri. Dengan mengetahui konsep diri seseorang pemasar akan mengetahui tujuan pembelian bagi konsumen.

b) Psikologi²³

Faktor psikologis adalah salah satu faktor yang cukup dominan dalam menentukan proses keputusan pembelian, sebab pola konsumsi seseorang juga dipengaruhi oleh daur hidup keluarga dan kepribadiannya. Faktor psikologis mencakup persepsi, motivasi, pembelajaran, sikap dan kepribadian. Sikap dan kepercayaan merupakan faktor psikologis yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen. Pilihan pembelian seseorang dipengaruhi oleh empat faktor psikologis utama, yaitu :

- (1) Motivasi Seorang individu dalam kehidupan bermasyarakat juga memerlukan motivasi untuk menjalani hidupnya, motivasi sendiri juga dapat mempengaruhi seorang individu dalam melakukan perilaku pembelian.²⁴
- (2) Persepsi, Setiap hari individu mempunyai motivasi untuk melakukan pembelian, tetapi faktor lain yang mempengaruhi seorang individu tersebut adalah

²³ Etta dan Sopiah, *Perilaku Konsumen* (Yogyakarta: Andi Offset, 2013), h. 24

²⁴ Etta dan Sopiah, *Ibid.*, h. 25

persepsi. Persepsi merupakan rangsangan yang tereliminir, terorganisir dan teranalisa. Sering kali seorang individu dihadapkan pada suatu pilihan, dalam pemilihan suatu barang misalnya, dengan adanya persepsi maka seorang individu dapat memilih sesuai dengan persepsi yang tertanam dalam dirinya.²⁵

- (3) Proses belajar yaitu dalam melakukan tindakan seorang individu tidak lepas dari pembelajaran, perubahan perilaku individu dalam pembelian juga dipengaruhi oleh pengalaman dan pembelajaran dari pembelian sebelumnya. Ahli teori ilmu pengetahuan mengatakan bahwa pengetahuan seseorang dihasilkan melalui suatu proses yang paling mempengaruhi dari dorongan, rangsangan, petunjuk, tanggapan dan penguatan.²⁶
- (4) Keyakinan dan sikap Seorang pemasar biasanya memerhatikan keyakinan konsumennya akan produknya, sering kali seorang pemasar harus merubah iklannya untuk membentuk keyakinan individu dalam pemilihan suatu produk.

²⁵Etta dan Sopiah, *Ibid.*, h. 27

²⁶Etta dan Sopiah, *Ibid.*, h. 28

4. Produk dan jasa perbankan syariah

a. Produk

Produk merupakan segala sesuatu yang dapat ditawarkan produsen untuk diperhatikan, dicari, dibeli, digunakan atau dikonsumsi pasar sebagai pemenuhan kebutuhan atau keinginan pasar yang bersangkutan.²⁷

Produk merupakan sesuatu yang diperjualbelikan dengan tujuan untuk mendapatkan keuntungan dari sesuatu hasil kreativitas seseorang, tim marketing atau perusahaan. Produk barang atau jasa ini biasanya merupakan alat untuk memenuhi keinginan dan kebutuhan pelanggan serta bentuknya berwujud, dapat dilihat dan menarik.²⁸

Produk-produk perbankan syariah secara garis besar dapat dikelompokkan kedalam tiga jenis produk,²⁹ yaitu produk Penghimpun Dana/ simpanan (*liability based product*) seperti *giro, deposito* dan tabungan, Penyaluran Dana/produk aset(*assets based product*) seperti pembiayaan, dan produk jasa-jasabank (*services based product*) seperti kiriman uang, *save deposit box*, bank garansi, *letter of credit*, dan sebagainya. Di samping itu dibeberapa bank syariah juga terdapat produk lainnya antara lain : jasa pengelolaan kekayaan (*wealth management*) bagi nasabah-nasabah yang mempunyai simpanan dalam jumlah besar di bank yang bersangkutan. Jasa pengelolaan kekayaan

²⁷ Silvana Maulidah, *Pengantar Manajemen* (Malang : Universitas Brawijaya Press, 2012), cet. 1, h.111

²⁸ Titik Wijayanti, *Marketing Plan Dalam Bisnis* (Jakarta: Elex Media Komputindo, 2017), h. 53

²⁹ Asep Supyadillah, *Hukum Perbankan Syariah*, (Jakarta: Wahana Kardofa, 2013), h.70

nasabah ini pada dasarnya merupakan pengembangan jasa bank yang bersifat eksklusif, dikenal juga dengan nama jasa *private banking* atau *prime customer*.³⁰

Berikut ini dijelaskan produk-produk bank syariah yang telah berjalan selama ini, sbb:

1) Produk Penyaluran Dana (*financing*)³¹

Dalam penyaluran dananya pada nasabah, secara garis besar produk pembiayaan syariah terbagi ke dalam empat kategori yang dibedakan berdasarkan tujuan penggunaannya yaitu :

a) Pembiayaan dengan prinsip jual beli

(1) Pembiayaan *murabahah*

Murabahah berasal dari kata *ribhu* (keuntungan), adalah transaksi jual beli dimana bank menyebut jumlah keuntungannya. Bank bertindak sebagai penjual, sementara nasabah sebagai pembeli. harga jual adalah harga beli bank dari pemasok ditambah keuntungan (*margin*). Jadi *murabahah* adalah akad jual beli barang dengan menyatakan harga perolehan dan keuntungan (*margin*) yang disepakati oleh penjual dan pembeli.

(2) Pembiayaan *salam*

Salam adalah transaksi jual beli di mana barang yang diperjualbelikan belum ada. Oleh karena itu, barang

³⁰ Asep Supyadillah, *Ibid.*, h. 72

³¹ Adiwarman A Karim, *Bank Islam Analisis Fiqih dan Keuangan* (Jakarta : PT Rajagrafindo Persada, 2004), h. 97

diserahkan secara tangguh sementara pembayaran dilakukan tunai. Bank bertindak sebagai pembeli, sementara nasabah sebagai penjual. Sekilas transaksi ini mirip jual beli ijon, namun dalam transaksi ini kuantitas, kualitas, harga, dan waktu penyerahan barang harus ditentukan secara pasti.

(3) Pembiayaan *istishna*

Produk *istishna* merupakan produk salam, tapi dalam *istishna* pembayarannya dapat dilakukan oleh bank beberapa kali (termin) pembayaran. Skim *istishna* dalam Bank Syariah umumnya diaplikasikan pada pembiayaan manufaktur dan konstruksi.

Ketentuan umum pembiayaan *istishna* adalah spesifikasi barang pesanan arus seperti jenis, macam ukuran, mutu dan jumlahnya. Harga jual yang selama berlakunya akad. Jika terjadi perubahan dari kriteria pesanan dan terjadi perubahan harga setelah akad ditandatangani, seluruh biaya tambahan tetap tanggung nasabah.

b) Pembiayaan dengan prinsip sewa (*ijarah*)

Transaksi *ijarah* dilandasi adanya perpindahan manfaat. Jadi pada dasarnya prinsip *ijarah* sama saja dengan prinsip jual beli, tapi perbedaannya terletak pada objek transaksinya, bila

pada jual-beli objek transaksinya adalah barang pada *ijarah* objek transaksinya adalah jasa.

Pada akhir masa sewa, bank dapat saja menjual barang yang disewakannya kepada nasabah. Karena itu dalam perbankan syariah dikenal *ijarah muntahiyah bittamlik* (sewa yang diikuti dengan berpindahnya kepemilikan). Harga jual dan harga sewa disepakati pada awal perjanjian.

c) Pembiayaan dengan prinsip bagi hasil (*syirkah*)

Produk pembiayaan yang berdasarkan bagi hasil yaitu

(1) Pembiayaan *Musyarakah*

Transaksi *musyarakah* dilandasi adanya keinginan para pihak yang bekerja sama untuk meningkatkan nilai aset yang mereka miliki secara bersama-sama. Semua bentuk usaha yang melibatkan dua pihak atau lebih di mana mereka secara bersama-sama memadukan seluruh bentuk sumber daya baik yang berwujud maupun tidak berwujud. Jadi *musyarakah* ialah akad kerjasama yang terjadi di antara diantara para pemilik modal (mitra *musyarakah*) untuk menggabungkan modal dan melakukan usaha secara bersama dalam suatu kemitraan, dengan nisbah pembagian hasil sesuai dengan

kesepakatan, sedangkan kerugian ditanggung secara proporsional sesuai dengan kontribusi modal.³²

Al-Qur'an yang diperbolehkan dalam akad *Musyarakah* yaitu Q.S Sad : 24

قَالَ لَقَدْ ظَلَمَكَ بِسُؤَالِ نِعَاجِهِ وَإِنَّ كَثِيرًا مِّنَ
الْخُلَطَاءِ لِيَبْغِيَ بَعْضُهُمْ عَلَىٰ بَعْضٍ إِلَّا الَّذِينَ آمَنُوا وَعَمِلُوا
الصَّالِحَاتِ وَقَلِيلٌ مَّا هُمْ وَظَنَّ دَاوُودُ أَنَّمَا فَتَنَّاهُ فَاسْتَغْفَرَ
رَبَّهُ وَخَرَّ رَاكِعًا وَأَنَابَ

Artinya : "Daud berkata: "Sesungguhnya Dia telah berbuat zalim kepadamu dengan meminta kambingmu itu untuk ditambahkan kepada kambingnya. dan Sesungguhnya kebanyakan dari orang-orang yang berserikat itu sebahagian mereka berbuat zalim kepada sebahagian yang lain, kecuali orang-orang yang beriman dan mengerjakan amal yang saleh; dan Amat sedikitlah mereka ini". dan Daud mengetahui bahwa Kami mengujinya; Maka ia meminta ampun kepada Tuhannya lalu menyungkur sujud dan bertaubat. (Q.S Sad:24).

(2) Pembiayaan *Mudharabah*

Mudharabah adalah bentuk kerja sama antara dua atau lebih pihak di mana pemilik modal (*shahib al-maal*) mempercayakan sejumlah modal kepada modal kepada pengelola (*mudharib*) dengan suatu perjanjian pembagian

³² Naf'an, *pembiayaan Musyarakah dan Mudharabah*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2014), cet ke 1, h. 96

keuntungan, dan kerugian hanya ditanggung oleh pengelola dana. *Mudharabah* sendiri terbagi menjadi dua akad yaitu *mudharabah muqayyadah* dan *mudharabah muthlaqah*. Pada akad *mudharabah muqayyadah* yaitu usaha ditentukan pemilik modal dalam hal ini adalah bank. Sedangkan pihak yang menerima pembiayaan berlaku sebagai pengelola yang hanya berhak menjalankan usaha. Sedangkan *mudharabah mutlaqa* ialah usaha diajukan oleh *mudharib* kepada *shahibul mal* kemudian disetujui. Dalam akad ini bank tidak menentukan jenis usaha apapun dan hanya memodali usaha. Bank akan menerima nisbah bagi hasil dari usaha yang berjalan. Al-Qur'an yang menjelaskan tentang akad *Mudharabah* yaitu:

فَإِذَا قُضِيَتِ الصَّلَاةُ فَانْتَشِرُوا فِي الْأَرْضِ وَابْتَغُوا مِنْ
فَضْلِ اللَّهِ وَادْكُرُوا اللَّهَ كَثِيرًا لَعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ

Artinya: “apabila shalat telah dilaksanakan, Maka bertebaranlah kamu di muka bumi; dan carilah karunia Allah dan ingatlah Allah banyak-banyak supaya kamu beruntung”. (Q.S Al-Jum'ah:10)

d) Pembiayaan dengan akad pelengkap (*tabarru'*)

Untuk mempermudah pelaksanaan pembiayaan, biasanya diperlukan juga akad pelengkap. Akad pelengkap ini

tidak ditujukan untuk mencari keuntungan, tapi ditujukan untuk mempermudah pelaksanaan pembiayaan. Dalam akad pelengkap ini dibolehkan untuk meminta pengganti biaya-biaya yang dikeluarkan untuk melaksanakan akad ini. Berikut akad-akad pelengkap yaitu Hiwalah (Alih Utang-Piutang), *Rahn* (Gadai), *Qardh*, *wakalah*, dan *kafalah*.

2) Produk Penghimpun Dana (*funding*)³³

Penghimpun dana adalah kegiatan usaha lembaga keuangan dalam menarik dan mengumpulkan dana-dana dari masyarakat dan menampungnya dalam bentuk simpanan, *giro*, tabungan, *deposito* / surat berarga lainnya. Prinsip operasional syariah yang diterapkan dalam menghimpun dana masyarakat adalah prinsip *wadi'ah* dan *mudharabah*.

a) Prinsip *Wadi'ah*(titipan)

Prinsip simpanan *Wadi'ah*ialah akad penitipan barang atau uang kepada koperasi maka kewajiban koperasi harus merawat barang atau uang titipan tersebut dengan baik, serta mengembalikan yang dititipkan saat penitip meminta kembali.

Prinsip *wadi'ah* yang diterapkan adalah *wadi'ahyad dhamanah*yang diterapkan pada produk rekening *giro*. *wadi'ah dhamanah*berbeda dengan *wadi'ah amanah*, dalam *wadi'ah amanah*, pada prinsipnya harta titipan tidak boleh

³³ Adiwarman A Karim, *Ibid.*, h. 107

dimanfaatkan oleh yang dititipi. Sementara itu dalam hal *wadi'ah amanah*, pihak yang dititipi (bank) bertanggung jawab atas keutuhan harta titipan sehingga boleh memanfaatkan harta titipan tersebut.

Ayat alquran yang dapat dijadikan rujukan dasar akad

Wadi'ah adalah

إِنَّ اللَّهَ يَأْمُرُكُمْ أَنْ تُؤَدُّوا الْأَمَانَاتِ إِلَىٰ أَهْلِهَا وَإِذَا حَكَمْتُمْ بَيْنَ

النَّاسِ أَنْ تَحْكُمُوا بِالْعَدْلِ ۚ إِنَّ اللَّهَ نِعِمَّا يَعِظُكُمْ بِهِ ۗ إِنَّ اللَّهَ

كَانَ سَمِيعًا بَصِيرًا

Artinya: “*Sesungguhnya Allah menyerah kamu menyampaikan amanat kepada yang berhak menerimanya*”. (QS. An-Nissa:58)

b) Prinsip *Mudharabah*

Dalam mengaplikasikan prinsip *Mudharabah* penyimpan atau deposan bertindak sebagai *shahibul mal* (pemilik modal) dan bank sebagai *mudharib* (pengelola). Dana tersebut digunakan bank untuk melakukan *Murabahah* atau *ijarah* yang telah dijelaskan terlebih dahulu. Dapat pula dana tersebut digunakan bank untuk melakukan *Mudharabah* kedua. Hasil usaha ini akan dibagi hasilkan berdasarkan nisbah yang disepakati. Dalam hal bank menggunakan untuk melakukan *Mudharabah* kedua, maka bank bertanggung jawab penuh atas kerugian yang terjadi.

3) Produk Jasa (*service*)

Produk-produk jasa bank syariah pada umumnya menggunakan akad-akad *tabarru'* yang dimaksudkan tidak untuk mencari keuntungan, tetapi dimaksudkan dengan fasilitas pelayanan kepada nasabah dalam melakukan transaksi perbankan. Oleh karena itu, bank sebagai penyedia jasa hanya membebani biaya administrasi. Jasa perbankan golongan ini yang bukan termasuk akad *tabarru'* adalah akad *sharf* yang merupakan akad pertukaran uang dengan uang dan *ujr* yang merupakan bagian dari *ijarah* (sewa) yang dimaksudkan untuk mendapatkan upah (*ujrah*) atau *fee*.³⁴ Jasa perbankan tersebut antara lain berupa :

a) *Sharf* (*jual beli valuta asing*)

Pada prinsipnya jual beli valuta asing sejalan dengan prinsip *sharf*. Jual beli mata uang yang tidak sejenis ini, penyerahan harus dilakukan pada waktu yang sama (*spot*). Bank mengambil keuntungan dari jual beli valuta asing ini.

b) *Ijarah* (sewa)

Jenis kegiatan *ijarah* antara lain penyewaan kotak simpanan (*safe deposit box*) dan jasa tata laksana administrasi dokumen (*custodian*). Bank mendapat imbalan sewa dari jasa tersebut.

5. Jenis pelayanan Jasa bank Syariah

Pelayanan adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat terwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun, baik produksi jasa atau mungkin tidak berkaitan dengan produksi fisik. Pelayanan konsumen bukan sekedar melayani, namun merupakan upaya untuk membangun suatu kerja sama jangka panjang dengan prinsip saling menguntungkan. Proses ini sudah dimulai sejak belum terjadi transaksi hingga tahap evaluasi setelah transaksi. Pelayanan yang baik adalah bagaimana mengerti keinginan konsumen dan senantiasa memberikan nilai tambah dimata konsumen.

Pelayanan jasa bank merupakan produk jasa bank yang diberikan kepada nasabah untuk memenuhi kebutuhannya. Bank menawarkan produk jasa dengan tujuan untuk memberikan pelayanan kepada nasabah bank atau pihak lain yang memerlukannya.

Semakin ketatnya persaingan antarbank, membuat bank berlomba-lomba untuk memberikan pelayanan jasa yang sangat baik. Pelayanan jasa bank akan menimbulkan dampak positif terhadap perkembangan usaha bank. Pelayanan jasa yang umum diberikan oleh bank syariah menggunakan berbagai jenis akad sesuai dengan karakteristik masing-masing jasa bank syariah.

Upaya memurnikan pelayanan bank syariah agar benar-benar sejalan dengan jiwa ketentuan syariat islam harus dimulai dari mengaktifkan pelaksanaan tugas pelayanan Dewan Pengawas Syariah

(DPS) yang ditempatkan pada lembaga keuangan syariah. Menurut rekomendasi riset tersebut, DPS adalah contoh tokoh kunci yang menjamin bahwa kegiatan operasional bank sesuai dengan prinsip syariah.³⁵

Perbankan syariah juga menyelenggarakan pelayanan-pelayanan sebagaimana yang dilakukan perbankan konvensional pada umumnya. Jenis-jenis pelayanan yang lazim diselenggarakan oleh perbankan antara lain adalah :

a. *Al-Wakalah*(perwakilan)

Al-wakalah menurut bahasa artinya penyerahan, pendelegasian atau pemberian mandat. Akad *wakalah* adalah akad pelimpahan kekuasaan oleh satu pihak ke pihak lain dalam hal hal yang boleh di wakikan. Atau akad *wakalah* ialah akad pemberi kuasa kepada penerima kuasa untuk melaksanakan suatu tugas atas nama pemberi kuasa.³⁶

Dalam pelaksanaanya di perbankan syariah akad *wakalah* memiliki berbagai bentuk atau contoh dalam pelayanan jasa perbankan syariah antara lain Transfer/ kiriman uang, Inkaso, dan *L/C (letter of credit)*, berikut penjelasannya :

1) Transfer

Transfer adalah suatu kegiatan jasa bank untuk memindahkan sejumlah dana tertentu sesuai dengan perintah si

³⁵ Ismail, *Perbankan Syariah* (Jakarta: Kencana, 2013), h.194

³⁶ Racmadi Usman, *Produk dan Akad Perbankan Syaria di Indonesia* (Jakarta: PT Citra Aditya Bakti, 2009), cet. 1, h. 268

pemberi amanat yang ditujukan untuk keuntungan seseorang yang ditunjuk sebagai penerima transfer. Pelayanan Transfer merupakan bentuk pelayanan jasa yang diberikan oleh bank atas permintaan nasabah untuk mengirimkan sejumlah uang tertentu. Jasa transfer uang dapat dilakukan dari satu bank ke bank lainnya, dari satu rekening ke rekening lainnya dalam bank yang sama, cabang yang sama atau dalam bank yang sama tetapi cabang yang berbeda.³⁷

2) Inkaso

Inkaso adalah pemberian kuasa pada bank oleh nasabah (baik perusahaan maupun perorangan) untuk melakukan penagihan terhadap surat-surat berharga (baik yang berdokumen maupun yang tidak berdokumen) yang harus dibayar setelah pihak yang bersangkutan (pembayar atau tertarik) berada ditempat lain (dalam atau luar negeri) menyetujui pembayarannya. Dalam arti lain, Inkaso merupakan kegiatan jasa Bank untuk melakukan amanat dari pihak ke tiga berupa penagihan sejumlah uang kepada seseorang atau badan tertentu di kota lain yang telah ditunjuk oleh si pemberi amanat.³⁸

3) *Letter of Credit (L/C)*

Letter of Credit atau dalam bahasa Indonesia disebut Surat Kredit Berdokumen merupakan salah satu jasa yang ditawarkan

³⁷ Bustari Muchtar. dkk, *Bank dan Lembaga Keuangan lain* (Jakarta: Kencana, 2016), cet. 1, h. 92

³⁸ Ikatan Bankir Indonesia, *Memahami Bisnis Bank* (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2013), h. 50

bank dalam rangka pembelian barang, berupa penangguhan pembayaran pembelian oleh pembeli sejak LC dibuka sampai dengan jangka waktu tertentu sesuai perjanjian. Tipe perjanjian yang dapat difasilitasi LC terbatas hanya pada perjanjian jual beli, sedangkan fasilitas yang diberikan adalah berupa penangguhan pembayaran.³⁹

b. *Al-Kafalah*(garansi bank)

Merupakan jaminan yang diberikan oleh pemberi jaminan kepada pihak lain untuk memenuhi kewajiban pihak yang ditanggung. Dalam akad *kafalah*, diperjanjikan bahwa seseorang memberikan penjaminan kepada seorang kreditor yang memberikan utang kepada seorang debitor, yang mana pihak penjamin memberikan jaminan bahwa utang yang dilakukan oleh debitor kepada kreditor akan dilunasi oleh penjamin. Pemberi jaminan disebut *kafil* dan yang memberikan jaminan disebut *makful*. Atau *kafalah* juga berarti mengalihkan tanggung jawab seseorang yang dijamin dengan berpegang tanggung jawab orang lain sebagai penjamin.

قَالَ لَنْ أَرْسِلَهُ مَعَكُمْ حَتَّى تُؤْتُونِ مَوْثِقًا مِنَ اللَّهِ لَتَأْتُنَّنِي بِهِ إِلَّا أَنْ

يُحَاطَ بِكُمْ^ص فَلَمَّا آتَوْهُ مَوْثِقَهُمْ قَالَ اللَّهُ عَلَىٰ مَا نَقُولُ وَكِيلٌ

Artinya: “Aku sekali-kali tidak akan melepaskannya (pergi) bersama-sama kamu, sebelum kamu memberikan kepadaku janji yang tegu atas nama Allah, bahwa kamu pasti akan

³⁹ Ikatan Bankir Indonesia, *Ibid.*, h. 59

membawanya kepadaku kembali, kecuali jika kamu dikepung musuh”. Tatkala mereka memberikan janji mereka, maka Ya’qub berkata, “Allah adalah saksi terhadap apa yang kita ucapkan (ini)”. (QS. Yusuf:66).⁴⁰

Jenis jenis *al-kafalah* yaitu⁴¹ :

- 1) *Kafalah Bin-nafs*
- 2) *Kafalah Bil-mal*
- 3) *Kafalah Bit-taslim*
- 4) *Kafalah Al-munjazah*
- 5) *Kafalah Al-muallaqah*

c. *AL-Hiwalah*

AL-hiwalah adalah merupakan pemindahan kewajiban membayar hutang dari orang yang berhutang kepada orang yang berutang lainnya. *Al-hawalah* juga di artikan pengalihan kewajiban membaayar hutang dari beban pihak pertama kepada pihak lain yang berutang kepadanya atas dasar saling mempercayai. Tujuan akad ini yaitu untuk membantu supplier mendapatkan modal tunai agar dapat melanjutkan produksinya. Bank mendapat ganti biaya atas jasa pemindahan piutang.

Dalam akad *al-hawalah* terdapat tiga pihak yang terkait antara lain : *muhal* (pemberi pinjaman), *muhil* (penrima pinjaman), dan *muhal alaih* (penerima pinjaman dari *muhil*. *Muhal* memberikan pinjaman kepada *muhil*, sementara itu *muhil* masih mempunyai

⁴⁰Al-Qur'an dan Terjemahan

⁴¹M Nur Rianto Al Arif, *Dasar-dasar Pemasaran Bank Syariah* (Bandung: Alfabeta, 2012), h. 57

piutang pada *muhal alaih*. Pada saat itu *muhil* tidak mampu melakukan pembayaran atas utangnya kepada *muhal alaih*. Dengan demikian, *muhal alaih* tidak harus membayar utang kepada *muhal*, maka *muhal* mengalihkan hutangnya kepada *muhal alaih*. Dengan demikian, *muhal alaih* tidak harus membayar utang kepada *muhil alaih*, akan tetapi membayar utangnya kepada *muhal*. Dari transaksi pengalihan hutang piutang ini, maka utang *muhil* kepada *muhal* menjadi lunas, karena *muhal alaih* yang akan melakukan pembayarannya.⁴²

d. *Ar-Rahn*(gadai)

Ar-Rahn adalah menahan harta salah satu milik si peminjam sebagai jaminan pinjaman yang diterimanya. Barang yang ditahan tersebut memiliki nilai ekonomis. Dengan demikian, pihak yang menahan memperoleh jaminan untuk dapat mengambil kembali seluruh atau sebagian piutangnya. Secara sederhana *rahn* disebut sebagai jaminan utang atau gadai.⁴³

e. *Al-Qard*

Al-qard adalah pemberian harta kepada orang lain yang dapat ditagih atau di minta kemabali atau dengan kata lain meminjamkan tanpa mengharapkan imbalan. Dalam bank syariah *alqard* biasanya pembiayaan yang diberikan kepada pengusaha kecil. Pembiayaan

⁴² Muhammad Syafii Antonio, op.cit. h. 120

⁴³ Muhammad Arafat Yusmad, *Aspek Hukum Perbankan Syariah Dari Teori ke Praktik* (Yogyakarta: Deepublish, 2018), h. 60

alqard diberikan tanpa adanya imbalan.⁴⁴ Dalam literatur fiqh klasik, *qardh* dikategorikan dalam *aqd tathawwui* atau akad saling membantu dan bukan transfer komersial. Aplikasi *qardh*, antara lain sebagai pinjaman talangan haji, pinjaman tunai dari produk kartu kredit syariah.

مَنْ دَا الَّذِي يُقْرِضُ اللَّهَ قَرْضًا حَسَنًا فَيُضَاعِفَهُ لَهُ وَلَهُ أَجْرٌ

كَرِيمٌ

Artinya : *siapakah yang mau meminjamkan kepada Allah pinjaman yang baik, Maka Allah akan melipat-gandakan (balasan) pinjaman itu untuknya, dan Dia akan memperoleh pahala yang banyak. (QS. Al-Hadiid 11)*

f. *As-Sharf*

Merupakan pelayanan jasa bank syari'ah dalam pertukaran mata uang. Pertukaran antara valas dan rupiah di bolehkan. Yang dimaksud dengan *sharf* adalah penambahan, penukaran, penghindaran, pemalingan, atau transaksi jual beli. *Sharf* dapat diartikan transaksi jual beli antara mata uang yang satu dengan mata uang yang lainnya, atau penukaran mata uang yang berlainan jenis mata uang atau yang lazim disebut jual beli valuta asing. Transaksi *sharf* dapat dibenarkan bila sesuai dengan persyaratan antara lain :

- 1) Nilai tukar antarmata uang yang akan diperjualbelikan telah dikuasai secara langsung oleh penjual dan pembeli. Penguasaan dimaksud ialah terkait dengan fisik maupun hukumnya.

⁴⁴ Muhammad Arafat Yusmad, *Ibid.*, h. 61

- 2) Bila pertukaran antara mata uang yang sejenis, maka jumlah nilainya harus sama.
- 3) Salam *Sharf* tidak boleh ada tenggang waktu antara transaksi dan saat penyerahan uang, artinya pertukaran uang harus dilakukan secara tunai.
- 4) Transaksi *sharf* tidak untuk spekulasi, akan tetapi transaksi itu terjadi karena kedua pihak saling membutuhkan untuk melakukan jual beli mata uang.⁴⁵

g. Al-Ju'alah

Al-Ju'alah adalah perjanjian (kontrak) penugasan pekerjaan antara seseorang pemberi tugas, yang disebut fa'il, yang mengikatkan diri untuk memberikan imbalan (jua'al) kepada orang lain (penerima tugas) karena bersedia atau telah berhasil melaksanakan tugas tertentu yang diberikan oleh fa'il.⁴⁶

Al-Ju'alah yaitu jasa pelayanan pesanan/permintaan tertentu dari nasabah misalnya untuk memesan tiket pesawat atau barang dengan mempergunakan kartu kredit/cek/transfer. Atas jasa pelayanan ini bank memperoleh fee

⁴⁵ Muhammad Arafat Yusmad, *Ibid.*, h. 61

⁴⁶ Sutan Remy Sjahdeini, *Produk-Produk Dan Aspek-Aspek Hukumnya* (Jakarta: Prenadamedia Group, 2014), cet.1, h.

B. Penelitian yang Relevan

Penelitian yang relevan dengan topik yang dilakukan peneliti adalah :

1. Penelitian yang dilakukan Mulyana 2015, fakultas syariah dan hukum, prodi keuangan islam. Dalam penelitiannya berjudul “ Identifikasi Faktor penentu Keputusan Dalam Memilih Produk Jasa Perbankan Syariah”. Studi kasus mahasiswa dan mahasiswi fakultas ekonomi dan bisnis islam Universitas Islam Negeri Sunan Kali Jaga. Bahwa tidak terdapat variabel pengetahuan tentang perbankan syariah terhadap keputusan konsumen dalam memilih jasa perbankan syariah, artinya pengetahuan yang didapat di kuliah tidak jadi pengaruh utama dalam menentukan pemilihan produk jasa perbankan syariah.
2. Penelitian yang dilakukan Neneng Nelvi 2015, mahasiswa Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga. Penelitiannya berjudul “ faktor – faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah dalam memilih bank syariah”. dalam penelitiannya secara simultan ada pengaruh antara variabel produk, harga, promosi, lokasi, pegawai, proses, bukti fisik, motivasi persepsi dan pembelajaran terhadap keputusan nasabah. Secara persial produk, harga dan pembelajaran berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah dalam memilih menabung di bank BNI syariah.
3. Penelitian yang dilakukan oleh Yeyen Fitriani 2016. Mahasiswa UIN Syarif Hidayatullah, fakultas tarbiyah dan keguruan prodi pendidikan ilmu pengetahuan sosial. Penelitiannya berjudul Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Pengambil Keputusan Nasabah Memilih Bank Syariah

Ciputat. Dalam penelitiannya yaitu faktor yang dominan nasabah memilih bank syariah terdapat tiga faktor yaitu probadi dan psikologi, faktor Budaya, dan faktor pemasaran.

4. Penelitian yang dilakukan oleh Rahmatul Laili 2016, mahasiswi IAIN Surakarta Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Dengan judul analisis faktor-faktor keputusan nasabah dalam memilih pembiayaan mudharabah di BPRS Central Syariah Utama. Faktor dalam penelitian ini ada 3 yaitu faktor pelayanan, margin, dan produk. Dan faktor margin adalah faktor yang dominan dalam mempengaruhi proses penentu keputusan nasabah memilih produk pembiayaan murabahah dengan nilai eigenvalue sebesar 6,033 dengan begitu faktor tingkat margin dapat menerangkan data sebesar 50,279%. Penelitian ini memiliki keterbatasan yaitu hanya memiliki beberapa indikator/variabel dari setiap faktor dan belum semua variabel digunakandan hasil penelitian ini diperoleh dari jawaban koesioner yang dibagikan ke pada responden tanpa tanya jawab. tujuan penelitian ini yaitu untuk mendominasi dalam mempengaruhi proses pengambilan keputusan.

Jadi hasil penelitian keseluruhan bahwa faktor keputusan yang dominan, nasabah memilih jasa atau bank syariah itu dilihat dari produk, pelayanan, psikologi dan harga. Teknik pengumpulan data penelitian sebelumnya menggunakan wawancara dan angket, tetapi penelitian saat ini yang dilakukan hanya menggunakan angket. Dan persamaan objek penelitian yaitu di bank syariah. Dan adapun perbedaan peneliti sebelumnya dengan yang akan diteliti yaitu fokus masalah dan lokasi. Penelitian yang dilakukan

Rahmatul Laili terfokus pada pembiayaan mudharabahnya sedangkan penelitian yang dilakukan peneliti terfokus pada jasa perbankan yang ada di bank syariah. Bahkan metode yang akan digunakan nanti juga berbeda – beda peneliti yang akan datang akan menggunakan metode kualitatif.

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini yaitu agar masyarakat mengetahui apakah prinsip bank, produk, pelayanan, sosial, pribadi, psikologi, budaya, harga dan promosi dapat berpengaruh terhadap keputusan nasabah/masyarakat memilih menggunakan jasa perbankan syariah.

B. Latar Penelitian

Yang menjadi latar dari penelitian yang dibuat penulis ialah Masyarakat Cirendeudeu masih banyak menggunakan produk konvensional. Nasabah Bank Syariah Mandiri Cirendeudeu masih banyak yang belum mengetahui perbedaan bank konvensional dengan bank syariah. sebagian nasabah bank syariah mandiri cirendeudeu ini menggunakan produk di bank ini karena suatu keharusan atau tugas dari kampus, yang mengambil jurusan perbankan syariah. sehingga penulis memilih untuk meneliti faktor apa yang mempengaruhi mereka memilih jasa perbankan syariah.

C. Tempat dan Waktu Penelitian

Dalam proposal penelitian ini, penulis melakukan penelitian di Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu (KCP) Cirendeudeu. Yang beralamat di Jl. Cirendeudeu Raya No.29F, RT.14/RW.3, Cirendeudeu, Kecamatan Ciputat

Timur, Kota Tangerang Selatan, Banten. Dengan waktu penelitian yaitu selama 4 Bulan dari 15 Januari 2019 s/d 4 April 2019.

D. Metode Penelitian

Metode yang digunakan oleh penulis dalam penelitian ini yaitu metode kualitatif deskriptif. Karena melihat nasabah Bank Syariah Mandiri KCP Cirendeuh ini bagaimana menentukan keputusannya memilih jasa bank Syariah, dengan mendeskripsikan secara terperinci yaitu dengan langkah-langkah sebagai berikut.

1. Tahap deskripsi dan tahap orientasi

Pada tahap ini penulis mendeskripsikan penelitian yang dibuat dengan melihat dari sisi keadaan bagaimana nasabah menerima produk atau jasa atau pelayanan yang diberikan oleh pihak bank kepada nasabah secara terperinci.

2. Tahap reduksi

Pada tahap ini dimana penulis memfokuskan permasalahan kepada nasabah yang sudah memilih bank syariah mandiri ini maupun yang ingin menggunakan jasa di bank ini. Untuk mengetahui seberapa pengetahuan mereka terhadap jasa yang ada di bank tersebut. Sehingga peneliti yang menulis hasil penelitian tidak akan meluas dan terbatas dengan masalah yang penulis ingin teliti nantinya

3. Tahap seleksi

Pada tahap ini penulis akan melakukan penyebaran angket setelah mendapatkan hasil dari penelitian yang dilakukan. Dan akan diuraikan

agar dapat dilihat jelas dan terperinci, kemudian penulis simpulkan sesuai tema yang telah dibuat. Sehingga dapat menjawab atas pertanyaan terkait judul yang telah penulis tentukan.

E. Instrumen Kegiatan

Instrumen dalam penelitian yang akan dilakukan yaitu yang berguna untuk penelitian yang dilakukan nantinya dan berkaitan dengan metode penelitian yang dilakukan penulis yaitu metode kualitatif deskriptif, sehingga instrumen (Alat) yang digunakan dalam penelitian ini yaitu handphone, buku (alat tulis), kamera, dan alat lainnya yang diperlukan pada saat dilapangan.

F. Data dan Sumber Data

1. Data Primer

Data primer merupakan data yang digali dalam penelitian yang terdiri dari sumber data utama yang berupa kata-kata atau tindakan, sumber dan jenis data terdiri dari data dan tindakan, sumber data tertulis, foto dan statistik. Sehubungan dengan wilayah sumber data yang dijadikan sebagai subyek penelitian. Maka sumber data yang diambil peneliti melalui angket.

2. Data sekunder

Data sekunder merupakan data yang diperoleh oleh suatu instansi atau perorangan yang sudah dalam bentuk jadi, dan dipublikasikan secara umum yang diperoleh dari buku – buku, jurnal ilmiah, data dari bank dan

sumber lainnya yang dapat dijamin keaslian informasinya agar dapat dijadikan bahan penunjang penelitian ini.⁴⁷

G. Teknik dan Prosedur Pengumpulan Data

1. Teknik Pengumpulan Data

a. Kuesioner (Angket)

Kuesioner adalah pengumpulan data melalui beberapa pertanyaan yang diajukan kepada responden dalam bentuk angket.⁴⁸ Atau sejumlah pertanyaan tertulis yang menggambarkan perasaan atau hal-hal yang dirasakan dari responden terkait penelitian ini, dengan cara membagi langsung kepada yang bersangkutan. Angket ini berupa pernyataan tertutup atau terbuka. Peneliti menyebarkan 30 angket atau kuesioner kepada nasabah yang ada di wilayah Bank Syariah Cirendeu. Kuesioner disini bersifat tertutup karena jawaban telah disediakan dan pengukurannya menggunakan skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi. jawaban setiap item instrumen yang menggunakan skala likert mempunyai gradasi dari positif hingga negatif, yang dapat berupa kata – kata antara lain:

- 1) Sangat Setuju
- 2) Setuju

⁴⁷ Burhan Bungin, *Metodologi Penelitian Kualitatif Komunkasi* (Jakarta: Kencana, 2005), h. 119

⁴⁸ Hadari Nawawi, *Metode Penelitian Bidang Sosial*, (Yogyakarta: Gaja Mada University Press, 1998), . 102.

3) Tidak Setuju

4) Sangat Tidak Setuju

Dalam penelitian ini digunakan untuk menyusun instrumen yang berupa pertanyaan yang nantinya dijawab oleh responden agar peneliti dapat menghimpun data yang relevan sesuai dengan tujuan penelitian.

b. Wawancara

Wawancara adalah percakapan dengan maksud tertentu. Percakapan itu dilakukan oleh kedua pihak, yaitu pewawancara yang mengajukan pertanyaan dan terwawancara yang memberikan jawaban atas pertanyaan itu. Wawancara adalah metode pengumpulan data yang amat populer, karena itu banyak digunakan di berbagai penelitian. Wawancara akan dilakukan pada nasabah yang telah menggunakan jasa Syariah Mandiri KCP Cirendeuh, yang terkait dengan judul penelitian ini.

H. Teknik Analisis Data

Dalam penelitian ini penulis menggunakan teknik penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif, yaitu suatu teknik penelitian yang terlebih dahulu menggambarkan data dan informasi berdasarkan fakta untuk dianalisis. Analisis kualitatif merupakan seperangkat proposisi yang berasal dari data dan diuji lagi secara empiris. Analisis deskriptif memberikan gambaran secara detail tentang latar belakang, sifat, serta karakter yang khas, atau status individu kemudian sifat tersebut dijadikan hal bersifat umum. Setelah itu akan

dilakukan klarifikasi dari temuan yang didapat dan melakukan analisis sehingga dapat menyimpulkan hasil analisis yang telah dilakukan.

I. Validasi Data

Tingkat kredibilitas pada penelitian ini dapat dikatakan kredibel. Karena penulis telah terlibat dengan partisipan dalam kehidupannya dalam waktu yang lama dan sudah berupaya mengkonfirmasi dan klarifikasi data yang diperoleh. Dan peneliti melakukan observasi mendalam sehingga mendapat informasi yang dibutuhkan dalam penelitian ini. Dan akan dikatakan absah dilakukan perpanjangan penelitian, triangulasi, dan diskusi dengan yang bersangkutan. Perpanjangan dilakukan memperbanyak intensitas kegiatan dilapangan, termasuk keterlibatan penelitian dilokasi peneliti.

Triangulasi berarti meminta konfirmasi atas data telah diperoleh peneliti. Konfirmasi ini dilakukan peneliti dengan memberikan laporan penelitian terlebih dahulu kepada informan yang diteliti, agar mendapat koreksi. Setelah itu laporan peneliti dipublikasikan.

Mendiskusikan permasalahan kepada pakar juga memperkuat suatu data. Triangulasi teknik untuk menguji kredibilitas data dilakukan dengan cara mengecek data kepada responden yang sama dengan teknik yang beda. Peneliti melakukan wawancara kemudian mengecek dengan observasi. Triangulasi waktu juga sering mempengaruhi kredibilitas data. Peneliti melakukan pengecekan dengan wawancara, observasi dan dokumentasi dalam waktu dan situasi yang beda.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran umum tentang bank syariah

1. Sejarah Bank Syariah

Kehadiran BSM sejak tahun 1999, sesungguhnya merupakan hikmah sekaligus berkah pasca krisis ekonomi dan moneter 1997-1998, sebagaimana diketahui, krisis ekonomidan moneter sejak juli 1997, yang disusul dengan krisis multi-dimensi termasuk dipanggung politik nasional, telah menimbulkan beragam dampak negatif yang sangat hebat terhadap seluruh sendi kehidupan masyarakat, tidak terkecuali dunia usaha, dalam kondisi tersebut, industri perbankan nasional yang didominasi oleh bank-bank konvensional mengalami krisis luar biasa, pemerintah akhirnya mengambil tindakan dengan merestrukturisasi dan merekapitalisasi sebagian bank-bank di Indonesia.

Pada saat bersamaan, pemerintah melakukan penggabungan (merger) empat bank (Bank Dagang Negara, Bank Bumi Daya, Bank Exim, dan Bapindo) menjadi satu Bank baru bernama PT Bank Mandiri (persero) pada tanggal 31 Juli 1999, kebijakan penggabungan tersebut juga menempatkan dan menetapkan PT Bank Mandiri (persero) Tbk, sebagai pemilik mayoritas baru BSB.

Sebagai tindak lanjut dari keputusan merger, Bank Mandiri melakukan konsolidasi serta membentuk Tim Pengembangan Perbankan

Syariah. Pembentukan Tim ini bertujuan untuk mengembangkan layanan perbankan syariah di kelompok perusahaan Bank Mandiri, sebagai respon atas diberlakukannya UU No. 10 Tahun 1998, yang memberi peluang bank umum untuk melayani transaksi syariah (*dual banking system*).

Tim Pengembangan Perbankan Syariah memandang bahwa pemberlakuan UU tersebut merupakan momentum yang tepat untuk melakukan konversi PT Bank Susila bakti dari Bank Konvensional menjadi Bank Syariah. Oleh karenanya, Tim Pengembangan Perbankan Syariah segera mempersiapkan sistem dan infrastrukturnya, sehingga kegiatan usaha BSB berubah dari bank konvensional menjadi bank yang beroperasi berdasarkan prinsip syariah dengan nama PT Bank Syariah Mandiri sebagaimana tercantum dalam Akta Notaris Sutjipto, SH, No.23 tanggal 8 September 1999. Perubahan kegiatan usaha BSB menjadi bank umum syariah dilakukan oleh Gubernur Bank Indonesia melalui SK Gubernur BI No. 1/24/KEP.BI/1999, 25 Oktober 1999. Selanjutnya melalui Surat Keputusan Deputi Gubernur Senior Bank Indonesia No. 1/1/KEP.DGS/ 1999, BI menyetujui perubahan nama menjadi PT Bank Syariah Mandiri. Menyusul pengukuhan dan pengakuan legal tersebut, PT Bank Syariah Mandiri secara resmi mulai beroperasi sejak Senin tanggal 25 Rajab 1420 H atau tanggal 1 November 1999.

PT Bank Syariah Mandiri hadir, tampil dan tumbuh sebagai bank yang mampu memadukan idealisme usaha dengan nilai-nilai rohani, yang melandasi kegiatan operasionalnya. Harmoni antara idealisme usaha dan

nilai-nilai rohani inilah yang menjadi salah satu Keunggulan Bank Syariah Mandiri dalam kiprahnya di Perbankan Indonesia. BSM hadir untuk bersama Membangun Indonesia menuju Indonesia yang lebih baik.

Bank Syariah Mandiri kini memiliki 669 outlet terdiri dari 125 Kantor cabang, 40 Kantor Cabang Pembantu (KCP), 38 Kantor Kas, 15 Konter Layanan Syariah, dan 85 payment point. BSM dilengkapi layanan berbasis e-chanel seperti BSM Mobile Banking GPRS dan BSM Net Banking serta fasilitas ATM yang terkoneksi dengan bank induk.

Dari sisi kinerja keuangan unaudited per Desember 2011, aset BSM mencapai Rp 48,83 triliun, dengan komposisi Dana Pihak Ketiga Rp 42,62 triliun, dan Pembiayaan atau 72,74 persen terdistribusikan ke segmen nonkorporasi.⁴⁹

2. Visi dan Misi dari PT. Bank Mandiri Syariah Kantor Cabang Pembantu Cirendeu

a. Visi

Memimpin pengembangan peradaban ekonomi yang mulia (to lead the development of noble economic civilization). Bank memaknai dengan visi tersebut dengan BSM akan menjadi yang terdepan dalam mengembangkan peradaban ekonomi umat manusia yang lebih luhur, adil, terhormat, sejahtera-menyejahterakan, sesuai syariah, bernilai tinggi, dan unggul.

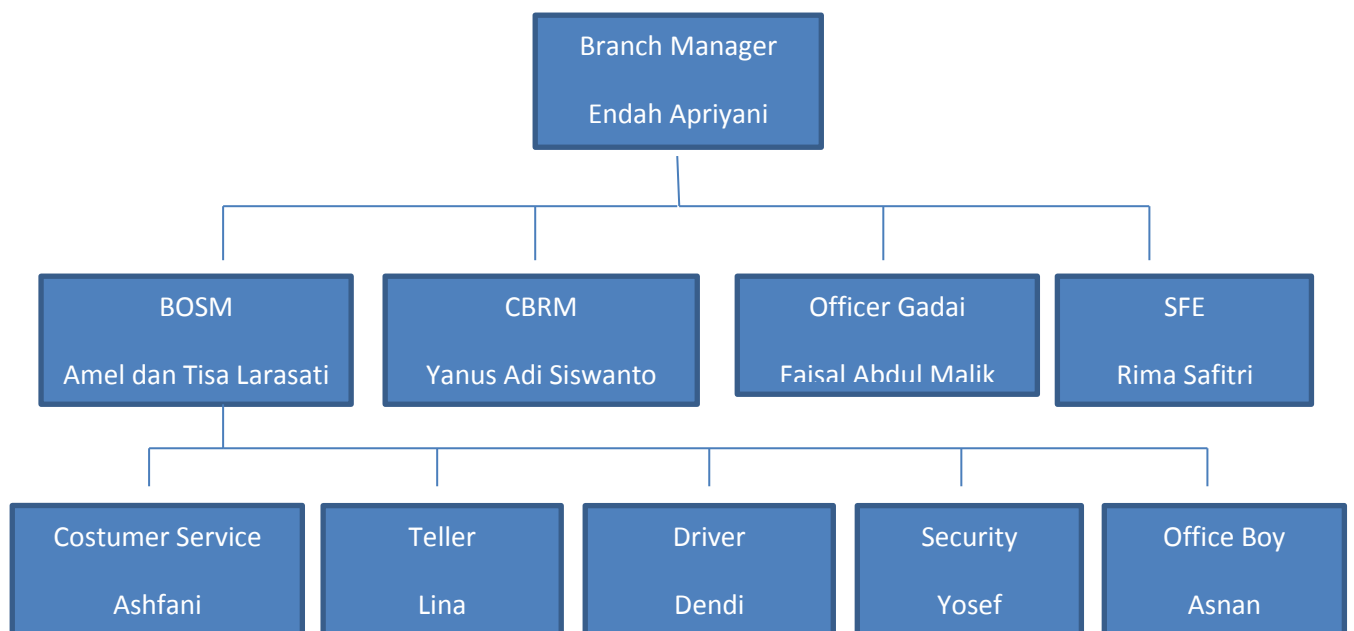
⁴⁹ <https://www.syariahmandiri.co.id/tentang-kami/sejarah/> diakses Tanggal 12 Maret 2019.

b. Misi

- 1) Meningkatkan kualitas produk dan layanan berbasis teknologi yang melampaui harapan nasabah.
- 2) Mengutamakan penghimpunan dana murah dan penyaluran pembiayaan pada segmen ritel.
- 3) Mengembangkan manajemen talenta dan lingkungan kerja yang sehat.
- 4) Meningkatkan kepedulian terhadap masyarakat dan lingkungan.

3. Struktur Organisasi

Struktur Organisasi Bank Syaiah Mandiri KCP Cirendeu dan Dekripsi Tugas



Gambar 4.1
Struktur Organisasi Bank Syaiah Mandiri KCP Cirendeu

a. Branch Manager

Tanggung jawab utamanya adalah :

- 1) Memastikan tercapainya target bisnis cabang yang telah ditetapkan berikut unit kerja dibawa koordinasinya, meliputi : pendanaan, pembiayaan, *fee based*, dan laba bersih baik secara kuantitatif maupun kualitatif.
- 2) Memastikan kepatuhan, tingkat kesehatan dan prudensialitas seluruh aktifitas cabang.
- 3) Memastikan pengendalian dan pembinaan cabang dan jaringan yang ada di bawah koordinasinya
- 4) Memastikan terlaksananya standar layanan nasabah di Cabang dan jaringan yang di bawahnya
- 5) Memastikan pelaporan (*intern* dan *ekstern*) dilakukan secara akurat dan tepat waktu
- 6) Memastikan kelengkapan, kerapihan dan keamanan dari dokumentasi sesuai dengan ketentuan yang berlaku
- 7) Memastikan tindaklanjut hasil audit *intern* / *ekstern*

b. BOSM (Branch Operation & Service Management)

Tanggung jawabnya adalah :

- 1) Memastikan layanan nasabah yang optimal dan sesuai standar
- 2) Memastikan pelaksanaan seluruh kegiatan administrasi, dokumentasi dan kearsipan sesuai dengan ketentuan.
- 3) Memastikan ketersediaan likuiditas

- 4) Memastikan terkendalinya biaya operasional dengan efisien
- 5) Mengesahkan pembukuan dan penutupan rekening
- 6) Melakukan approval pada Complaint Management System (CMS)
- 7) Melakukan approval permintaan kartu ATM instant & regular

c. *Consumer Banking Relationship Manager (CBRM)*

Memiliki tanggung jawab sebagai berikut :

- 1) Mengkoordinasikan personal yang menjadi tanggung jawabnya sesuai struktur organisasi baik dalam hal pekerjaan dan peningkatan kemampuan kerja.
- 2) Mengkoordinasikan pemasaran produk pembiayaan ritel sesuai ketentuan yang berlaku.
- 3) Memberikan masukan kepada direksi dalam rangka pengembangan produk dan pemasaran.
- 4) Mengkoordinasikan pelaksanaan pemantauan penagihan pinjaman.
- 5) Menandatangani bukti transaksi pengeluaran sesuai keperluan operasional perusahaan.
- 6) Turut serta sebagai komite pemutus pembiayaan sesuai ketentuan yang berlaku.
- 7) Membantu direksi mencari sumber dana diluar tabungan dan deposito.

d. Officer Gadai

Adapun tugas dan wewenang dari *Officer Gadai* adalah sebagai berikut :

- 1) Memberikan pelayanan pada nasabah secara tepat, cepat, cermat, lancar dan ramah sehubungan dengan transaksi gadai emas yang dilakukan.
- 2) Menerima dan menghitung secara hati-hati setiap emas dari nasabah.
- 3) Bertanggung jawab atas kebenaran perhitungan pembiayaan atas jaminan emas dan juga bertanggung jawab hingga pelunasan cicilan emas.

e. Syariah Funding Executive (SFE)

Adapun karyawan *outsourcing* yang mendapat tugas penempatan dicabang untuk membantu cabang dalam peningkatan pertumbuhan dana consumer. Dengan kata lain SFE merupakan *marketing funding* bertugas hanya mencari dana-dana konsum yang memiliki arti dan maksud yang sama dengan syariah *funding executive*.

Adapun tanggung jawab dari SFE adalah :

- 1) Menjelaskan ketentuan tabungan pada saat nasabah akan membuka rekening tabungan.
- 2) SFE bertanggung jawab dalam melakukan pemeriksaan atas kelengkapan dokumen nasabah dengan melakukan verifikasi serta

membubuhkan stempel verifikasi dan paraf pada seluruh dokumen data nasabah yang akan membuka rekening tabungan sebelum diberikan ke *customer service*.

- 3) SFE ikut serta dalam program- program *consumer funding*
- 4) SFE wajib melaporkan perolehan target tepat waktu sesuai ketentuan
- 5) SFE tidak boleh mengendapkan dana nasabah ke rekening pribadi
- 6) SFE membubuhkan paraf semua dokumen persyaratan legalitas asli yang sudah difotokopi dan stempel “foto copy sesuai asli” beserta tanggal.

f. *Customer Service*

Melakukan kegiatan operasional dan pelayanan nasabah sesuai dengan ketentuan dan standar pelayanan.

Adapun tugas dan tanggung jawab *customer service*:

- 1) Memberikan informasi produk dan jasa bank kepada nasabah
- 2) Memproses permohonan pembukaan dan penutupan rekening tabungan, giro dan deposito
- 3) Memblokir kartu ATM nasabah sesuai permintaan nasabah
- 4) Melayani permintaan buku cek atau bilyet giro, surat referensi Bank/surat keterangan Bank dan sebagainya
- 5) Mendistribusikan salinan rekening koran kepada nasabah
- 6) Menginput data customer dan loan facility yang lengkap dan akurat
- 7) Memelihara persediaan kartu ATM sesuai kebutuhan

- 8) Menyampaikan dokumen berharga Bank dan kartu ATM kepada nasabah
- 9) Membuat laporan pembukuan dan penutupan rekening, keluhan nasabah serta *stock opname* kartu ATM

g. Teller

Melayani kegiatan penyetoran dan penarikan uang tunai, pengambilan atau penyetoran non tunai dan surat-surat berharga dan kegiatan kas lainnya serta terselenggaranya layanan di bagian kas secara benar, cepat dan sesuai dengan standar pelayanan Bank

Adapun tugas dan tanggung jawab teller:

- 1) Melakukan transaksi tunai dan non tunai sesuai dengan ketentuan *standar operational prosedur (SOP)*
- 2) Mengelola saldo kas teller sesuai limit yang ditentukan
- 3) Menjaga keamanan dan kerahasiaan kartu specimen tanda tangan
- 4) Melakukan cash count akhir hari
- 5) Mengisi uang tunai dimesin ATM BSM
- 6) Menyediakan laporan transaksi harian

h. Driver

Menjaga kelancaran operasional kendaraan dinas berjalan dengan baik, Adapun tugas dan tanggung jawab *driver* :

- 1) Menjaga dan memastikan kendaraan dinas dalam kondisi yang terawat dengan baik, aman, dan layak jalan.
- 2) Mengoperasikan kendaraan dengan baik dan benar

- 3) Memastikan ketersediaan BBM dalam kondisi yang stabil
- 4) Memastikan pegawai yang menggunakan kendaraan sampai ke tujuan dengan selamat dan tepat waktu
- 5) Memastikan setiap karyawan yang menggunakan kendaraan dinas sudah mendapatkan izin dari pejabat yang berwenang

i. Security

Menciptakan kondisi yang aman dan nyaman pada lingkungan kantor, baik selama jam operasional maupun diluar jam operasional.

j. Office Boy (OB)

Adapun tanggung jawabnya adalah :

- 1) Menjaga kebersihan dan perawatan gedung beserta fasilitas dan inventaris kantor.
- 2) Mengatur dan menjaga stok kebutuhan logistik kantor
- 3) Mengatur pengiriman surat atau barang, mencatat surat-surat masuk, serta mendistribusikan dan mengarsipnya dengan baik
- 4) Menjawab telfon masuk pada meja operator dengan benar
- 5) Mengoprasikan mesin fotocopy dan membatu mendokumentasikan file pembiayaan dengan baik.
- 6) Memastikan sarana dan prasarana kantor dapat berfungsi dengan baik
- 7) Menjaga dan memelihara sepeda motor kantor, ketersediaan BBM, termasuk pembiayaan pajak, serta pengurusan surat-surat kendaraan

- 8) Memastikan ketersediaan konsumsi bagi karyawan yang bekerja lembur.

B. Temuan Penelitian

1. Kuesioner

Untuk melihat hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti, maka peneliti menyajikannya dalam bentuk tabel sebagai berikut :

a. Faktor psikologis

Tabel 4.1
Bank Syariah Mandiri lebih menguntungkan dari pada bank syariah lainnya

Keterangan	Frekuensi	Persentase (%)
Sangat Setuju	3	10 %
Setuju	10	33 %
Tidak Setuju	17	57 %
Sangat Tidak Setuju	0	0 %
Jumlah	30	100 %

Data primer : diolah sendiri

Berdasarkan tabel diatas, responden yang menjawab Sangat Setuju 3 orang (10%), yang menjawab Setuju 10 orang (33%), yang menjawab Tidak Setuju ada 17 orang (57%), yang menjawab Sangat Tidak Setuju tidak ada (0%). Jadi responden terbanyak adalah mereka yang menjawab Tidak setuju bahwa Bank Syariah Mandiri lebih menguntungkan dari Bank Syariah lainnya.

Tabel 4.2
Sistem Produk, Akad, Jasa, BSM sesuai dengan prinsip syariah

Keterangan	Frekuensi	Persentase (%)
Sangat Setuju	6	20 %
Setuju	21	70 %
Tidak Setuju	3	10 %
Sangat Tidak Setuju	0	0 %
Jumlah	30	100 %

Data primer : diolah sendiri

Berdasarkan tabel diatas, responden yang menjawab Sangat Setuju 6 orang (20%), yang menjawab Setuju 21 orang (70%), yang menjawab Tidak Setuju ada 3 orang (10%), yang menjawab Sangat Tidak Setuju tidak ada (0%). Jadi responden terbanyak adalah mereka yang menjawab Setuju bahwa sistem produk, akad, jasa Bank Syariah Mandiri sesuai dengan prinsip syariah.

Tabel 4.3
BSM melaksanakan prinsip syariah dalam setiap praktik transaksi perbankannya

Keterangan	Frekuensi	Persentase (%)
Sangat Setuju	4	13,5 %
Setuju	26	86,5 %
Tidak Setuju	0	3,5 %
Sangat Tidak Setuju	0	0 %
Jumlah	30	100 %

Data primer : diolah sendiri

Berdasarkan tabel diatas, responden yang menjawab Sangat Setuju 4 orang (13,5%), yang menjawab Setuju 26 orang (86,5%), yang menjawab Tidak Setuju Tidak ada (0%), yang menjawab Sangat Tidak Setuju tidak ada (0%). Jadi responden terbanyak adalah mereka yang menjawab Setuju terhadap Bank Syariah melaksanakan prinsip syariah dalam setiap praktik transaksi perbankannya.

Tabel 4.4
BSM dapat dipercaya memberikan jaminan keamanan yang terjamin dan aman pada simpanan atau dana anda yang ditabungkan

Keterangan	Frekuensi	Persentase (%)
Sangat Setuju	4	13,5 %
Setuju	20	66,5 %
Tidak Setuju	6	20 %
Sangat Tidak Setuju	0	0 %
Jumlah	30	100 %

Data primer : diolah sendiri

Berdasarkan tabel diatas, responden yang menjawab Sangat Setuju 4 orang (13,5%), yang menjawab Setuju 20 orang (66,5%), yang menjawab Tidak Setuju ada 6 orang (20%), yang menjawab Sangat Tidak Setuju tidak ada (0%). Jadi responden terbanyak adalah mereka yang menjawab Tidak setuju bahwa Bank Syariah Mandiri dapat dipercaya memberikan jaminan keamanan yang terjamin dan aman pada simpanan atau dana yang ditabungkan.

b. Faktor Budaya

Tabel 4.5
Bank Syariah Mandiri cukup terbuka dalam memberikan informasi kepada nasabahnya

Keterangan	Frekuensi	Persentase (%)
Sangat Setuju	6	20 %
Setuju	16	53 %
Tidak Setuju	8	27 %
Sangat Tidak Setuju	0	0 %
Jumlah	30	100 %

Data primer : diolah sendiri

Berdasarkan tabel diatas, responden yang menjawab Sangat Setuju 6 orang (20%), yang menjawab Setuju 16 orang (53%), yang menjawab Tidak Setuju ada 8 orang (27%), yang menjawab Sangat Tidak Setuju tidak ada (0%). Jadi responden terbanyak adalah mereka yang menjawab Setuju bahwa Bank syariah Mandiri cukup terbuka dalam memberikan informasi kepada nasabahnya.

Tabel 4.6
Saya memilih Bank Syariah Mandiri karena dekat dengan rumah saya

Keterangan	Frekuensi	Persentase (%)
Sangat Setuju	3	10 %
Setuju	8	27 %
Tidak Setuju	19	63 %
Sangat Tidak Setuju	0	0 %
Jumlah	30	100 %

Data primer : diolah sendiri

Berdasarkan tabel diatas, responden yang menjawab Sangat Setuju 3 orang (10%), yang menjawab Setuju 8 orang (27%), yang menjawab Tidak Setuju ada 19 orang (63%), yang menjawab Sangat Tidak Setuju tidak ada (0%). Jadi responden terbanyak adalah mereka yang menjawab Setuju bahwa memilih Bank Syariah Mandiri karena dekat dengan rumahnya.

Tabel 4.7
Saya memilih Bank Syariah Mandiri karena sesuai dengan ajaran Islam (Bank Islam)

Keterangan	Frekuensi	Persentase (%)
Sangat Setuju	5	17 %
Setuju	18	60 %
Tidak Setuju	7	23 %
Sangat Tidak Setuju	0	0 %
Jumlah	30	100 %

Data primer : diolah sendiri

Berdasarkan tabel diatas, responden yang menjawab Sangat Setuju 5 orang (17%), yang menjawab Setuju 18 orang (60%), yang menjawab Tidak Setuju ada 7 orang (23%), yang menjawab Sangat Tidak Setuju tidak ada (0%). Jadi responden terbanyak adalah mereka yang menjawab Setuju bahwa memilih Bank Syariah Mandiri karena sesuai dengan ajaran Islam.

Tabel 4.8
Saya memilih Bank Syariah Mandiri karena lingkungan keluarga

Keterangan	Frekuensi	Persentase (%)
Sangat Setuju	3	10 %
Setuju	18	60 %
Tidak Setuju	9	30 %
Sangat Tidak Setuju	0	0 %
Jumlah	30	100 %

Data primer : diolah sendiri

Berdasarkan tabel diatas, responden yang menjawab Sangat Setuju 3 orang (10%), yang menjawab Setuju 18 orang (60%), yang menjawab Tidak Setuju ada 9 orang (30%), yang menjawab Sangat Tidak Setuju tidak ada (0%). Jadi responden terbanyak adalah mereka yang menjawab Tidak setuju bahwa promosi yang dilakukan Bank Syariah Mandiri cukup menarik minat masyarakat.

c. Faktor Sosial

Tabel 4.9
Dengan menggunakan jasa BSM saya dapat merealisasikan salah satu syariah Islam secara kaffah (menyeluruh)

Keterangan	Frekuensi	Persentase (%)
Sangat Setuju	8	27 %
Setuju	19	63 %
Tidak Setuju	3	10 %
Sangat Tidak Setuju	0	0%
Jumlah	30	100 %

Data primer : diolah sendiri

Berdasarkan tabel diatas, responden yang menjawab Sangat Setuju 8 orang (27%), yang menjawab Setuju 19 orang (63%), yang menjawab Tidak Setuju ada 3 orang (10%), yang menjawab Sangat Tidak Setuju tidak ada (0%). Jadi responden terbanyak adalah mereka yang menjawab Setuju bahwa dengan menggunakan jasa perbankan

syariah dapat merealisasikan salah satu syariah Islam secara Kaffah (menyeluruh).

Tabel 4.10
Ajakan saudara atau karib sangat mempengaruhi anda dalam melakukan transaksi di BSM

Keterangan	Frekuensi	Persentase (%)
Sangat Setuju	6	20 %
Setuju	10	33 %
Tidak Setuju	14	47 %
Sangat Tidak Setuju	0	0 %
Jumlah	30	100 %

Data primer : diolah sendiri

Berdasarkan tabel diatas, responden yang menjawab Sangat Setuju 6 orang (20%), yang menjawab Setuju 10 orang (33%), yang menjawab Tidak Setuju ada 14 orang (47%), yang menjawab Sangat Tidak Setuju tidak ada (0%). Jadi responden terbanyak adalah mereka yang menjawab Tidak Setuju bahwa ajakan saudara atau karib sangat mempengaruhi dalam melakukan transaksi di Bank Syariah Mandiri.

Tabel 4.11
Saya memilih Bank Syariah Mandiri karena menentang Riba

Keterangan	Frekuensi	Persentase (%)
Sangat Setuju	3	10 %
Setuju	16	53 %
Tidak Setuju	11	37 %
Sangat Tidak Setuju	0	0 %
Jumlah	30	100 %

Data primer : diolah sendiri

Berdasarkan tabel diatas, responden yang menjawab Sangat Setuju 3 orang (10%), yang menjawab Setuju 16 orang (53%), yang menjawab Tidak Setuju ada 11 orang (37%), yang menjawab Sangat Tidak Setuju tidak ada (0%). Jadi responden terbanyak adalah mereka

yang menjawab Setuju bahwa memilih Bank Syariah Mandiri ini dikarenakan Menentang riba.

Tabel 4.12
Saya memilih BSM karena adanya diskusi tentang Bank di lingkungan rumah saya

Keterangan	Frekuensi	Persentase (%)
Sangat Setuju	3	10 %
Setuju	12	40 %
Tidak Setuju	15	50 %
Sangat Tidak Setuju	0	0 %
Jumlah	30	100 %

Data primer : diolah sendiri

Berdasarkan tabel diatas, responden yang menjawab Sangat Setuju 3 orang (10%), yang menjawab Setuju 12 orang (40%), yang menjawab Tidak Setuju ada 15 orang (50%), yang menjawab Sangat Tidak Setuju tidak ada (0%). Jadi responden terbanyak adalah mereka yang menjawab Tidak Setuju bahwa memilih Bank Syariah Mandiri karena adanya diskusi tentang Bank di lingkungan rumah.

d. Faktor Pribadi

Tabel 4.13
Anda memilih BSM karena kepopulerannya dan kemudahannya

Keterangan	Frekuensi	Persentase (%)
Sangat Setuju	5	17 %
Setuju	19	63 %
Tidak Setuju	6	20 %
Sangat Tidak Setuju	0	0 %
Jumlah	30	100 %

Data primer : diolah sendiri

Berdasarkan tabel diatas, responden yang menjawab Sangat Setuju 5 orang (17%), yang menjawab Setuju 19 orang (63%), yang menjawab Tidak Setuju ada 6 orang (20%), yang menjawab Sangat

Tidak Setuju tidak ada (0%). Jadi responden terbanyak adalah mereka yang menjawab Setuju bahwa memilih Bank Syariah Mandiri karena kepopulerannya dan kemudahannya.

Tabel 4.14
Sistem bagi hasil yang ditawarkan cukup menguntungkan bagi nasabah

Keterangan	Frekuensi	Persentase (%)
Sangat Setuju	2	6,5 %
Setuju	26	86,5 %
Tidak Setuju	1	3,5 %
Sangat Tidak Setuju	1	3,5 %
Jumlah	30	100 %

Data primer : diolah sendiri

Berdasarkan tabel diatas, responden yang menjawab Sangat Setuju 2 orang (6,5%), yang menjawab Setuju 26 orang (86,5%), yang menjawab Tidak Setuju ada 1 orang (3,5%), yang menjawab Sangat Tidak Setuju 1 orang (3,5%). Jadi responden terbanyak adalah mereka yang menjawab Setuju Bahwa sistem Bagi Hasil yang ditawarkan cukup menguntungkan bagi nasabah.

Tabel 4.15
Produk yang ditawarkan BSM merupakan solusi bagi masyarakat dibidang keuangan

Keterangan	Frekuensi	Persentase (%)
Sangat Setuju	5	17 %
Setuju	18	60 %
Tidak Setuju	7	23 %
Sangat Tidak Setuju	0	0 %
Jumlah	30	100 %

Data primer : diolah sendiri

Berdasarkan tabel diatas, responden yang menjawab Sangat Setuju 5 orang (17%), yang menjawab Setuju 18 orang (60%), yang menjawab Tidak Setuju ada 7 orang (23%), yang menjawab Sangat

Tidak Setuju tidak ada (0%). Jadi responden terbanyak adalah mereka yang menjawab Setuju bahwa produk yang ditawarkan BSM merupakan solusi bagi masyarakat dibidang keuangan.

Tabel 4.16
Produk-produk yang ditawarkan oleh BSM cukup menarik dan dapat menjawab kebutuhan anda.

Keterangan	Frekuensi	Persentase (%)
Sangat Setuju	6	20 %
Setuju	14	47 %
Tidak Setuju	10	33 %
Sangat Tidak Tetuju	0	0 %
Jumlah	30	100 %

Data primer : diolah sendiri

Berdasarkan tabel diatas, responden yang menjawab Sangat Setuju 6 orang (20%), yang menjawab Setuju 14 orang (47%), yang menjawab Tidak Setuju ada 10 orang (33%), yang menjawab Sangat Tidak Setuju tidak ada (0%). Jadi responden terbanyak adalah mereka yang menjawab Setuju bahwa Produk-produk yang ditawarkan oleh BSM cukup menarik dan dapat menjawab kebutuhan mereka.

e. Faktor Pemasaran

Tabel 4.17
Produk-produk yang ditawarkan BSM beragam, menarik, inovatif, dan bervariasi

Keterangan	Frekuensi	Persentase (%)
Sangat Setuju	3	10 %
Setuju	20	66,5 %
Tidak Setuju	6	20 %
Sangat Tidak Setuju	1	3,5 %
Jumlah	30	100 %

Data primer : diolah sendiri

Berdasarkan tabel diatas, responden yang menjawab Sangat Setuju 3 orang (10%), yang menjawab Setuju 20 orang (66,5%), yang

menjawab Tidak Setuju ada 6 orang (20%), yang menjawab Sangat Tidak Setuju 1 orang (3,5%). Jadi responden terbanyak adalah mereka yang menjawab Setuju bahwa produk-produk yang ditawarkan BSM beragam, menarik, inovatif, dan bervariasi.

Tabel 4.18
Pelayanan yang diberikan oleh pihak bank syariah mandiri cukup cepat, mudah, ramah dan sopan

Keterangan	Frekuensi	Persentase (%)
Sangat Setuju	9	30 %
Setuju	17	56,5 %
Tidak Setuju	4	13,5 %
Sangat Tidak Setuju	0	0 %
Jumlah	30	100 %

Data primer : diolah sendiri

Berdasarkan tabel diatas, responden yang menjawab Sangat Setuju 9 orang (30%), yang menjawab Setuju 17 orang (56.5%), yang menjawab Tidak Setuju ada 4 orang (13,5%), yang menjawab Sangat Tidak Setuju tidak ada (0%). Jadi responden terbanyak adalah mereka yang menjawab Setuju bahwa pelayanan yang diberikan oleh pihak BSM cukup cepat, mudah, ramah dan sopan.

Tabel 4.19
Bentuk iklan yang dibuat cukup menarik sehingga saya tertarik menabung di BSM ini

Keterangan	Frekuensi	Persentase (%)
Sangat Setuju	9	30 %
Setuju	16	53 %
Tidak Setuju	4	13,5 %
Sangat Tidak Setuju	1	3,5 %
Jumlah	30	100 %

Data primer : diolah sendiri

Berdasarkan tabel diatas, responden yang menjawab Sangat Setuju 9 orang (30%), yang menjawab Setuju 16 orang (53%), yang

menjawab Tidak Setuju ada 4 orang (13,5%), yang menjawab Sangat Tidak Setuju 1 orang (3,5%). Jadi responden terbanyak adalah mereka yang menjawab Setuju bahwa bentuk iklan yang dibuat cukup menarik sehingga tertarik menabung di Bank Syariah Mandiri.

Tabel 4.20
Memilih BSM karena adanya promosi tentang produk melalui penyebaran brosur secara langsung oleh pihak bank kepada masyarakat luas

Keterangan	Frekuensi	Persentase (%)
Sangat Setuju	10	33 %
Setuju	15	50 %
Tidak Setuju	0	0 %
Sangat Tidak Setuju	0	0 %
Jumlah	30	100 %

Data primer : diolah sendiri

Berdasarkan tabel diatas, responden yang menjawab Sangat Setuju 10 orang (33%), yang menjawab Setuju 15 orang (50%), yang menjawab Tidak Setuju tidak ada (0%), yang menjawab Sangat Tidak Setuju tidak ada (0%). Jadi responden terbanyak adalah mereka yang menjawab Setuju bahwa jika dilakukan promosi tentang produk melalui penyebaran brosur secara langsung oleh pihak Bank kepada masyarakat luas.

2. Wawancara

Wawancara dilakukan di bank syariah mandiri Cirendeudeu dengan beberapa nasabah yang telah menggunakan jasa perbankan di bank tersebut dimana pertanyaan yang di berikan 10 pertanyaan kepada 5 responden hanya saja untuk memperkuat hasil penelitian ini.

Memilih jasa bank syariah ini kenapa ?

Narasumber I : karena sesuai dengan prinsip syariah

N II : karena menghindari riba, karena riba sangat dilarang seperti yang tertulis pada alquran dan As-sunnah

N III : karena sesuai dengan apa yang digunakan oleh keluarga saya

N IV : karena sesuai dengan prinsip syariah

N V : menghindari riba

Apakah sebelumnya anda pernah menggunakan jasa perbankan konvensional ?

N I : iya pernah karena pada waktu itu saya belum mengetahui betul bagaimana sistem pembagian hasil yang dilakukan bank

N II : tidak pernah karena sebelumnya saya sudah mengetahui di bank konvensional sistem transaksinya menggunakan bunga bank mengambil keuntungan yang sangat dilarang dalam agama saya

N III : tidak pernah karena mengandung unsur riba

N IV : pernah dan saat ini saya masih menggunakannya tetapi hanya keperluan mendadak saja

N V : pernah tetapi setelah ada bank syariah saya langsung tidak menggunakannya lagi

Mengetahui produk jasa perbankan syariah dari mana dan dari siapa?

- N I : saya mengetahui produk bank ini karena promosi yang dilakukan oleh bank
- N II : karena promosi yang dilakukan pihak bank secara langsung
- N III : karena dari kampus yang mengharuskan membuka rekening
- N IV : karena dari teman yang menganjurkan
- N V : karena melihat promosi yang ada

Bagaimana promosi yang diberikan bank syariah mandiri ?

- N I : menarik sehingga saya menggunakannya
- N II : cukup bagus
- N III : sedikit kurang karena ada sebagian karyawan yang mempromosikan produk belum begitu meyakinkan nasabahnya
- N IV : bagus
- N V : menarik karyawan begitu menjelaskan sehingga saya menggunakan jasa nya

Lebih menguntungkan mana bank syariah atau bank konvensional?

- N I : lebih menguntungkan bank syariah karena sistemnya bagi hasil
- N II : bank syariah
- N III : bank syariah

N IV : saya belum mengetahui begitu dalam menurut saya sama saja

N V : bank syariah

Tertarik dengan jasa yang digunakan karena apa ?

N I : karena penjelasan yang dilakukan karyawan meyakinkan saya menggunakannya

N II : karena promosi yang dilakukan

N III : karena kebutuhan saya

N IV : karena keperluan saya

N V : karena promosi yang dilakukan langsung

Apakah anda merasa terbantu dengan menggunakan jasa ini ?

N I : iya bener sangat membantu

N II : sangat membantu saya karena atm sudah tersedia

N III : masih kurang karena ATM mandiri syariah masih jarang ditemui

N IV : sangat membantu karena setiap ada keperluan atau kesalahan karyawan langsung membantu

N V : sangat membantu

Apakah keluarga anda menggunakan jasa bank syariah mandiri juga?

N I : keluarga saya semua menggunakan jasa di bank syariah mandiri

N II : hanya dua orang yang menggunakan

- N III : Tidak, karena sebagian masih menganggap bank syariah dengan bank konvensional sama saja
- N IV : iya karena saya mengajak untuk menggunakannya juga
- N V : iya karena mereka menggunakannya maka dari itu saya juga menggunakannya

Bagaimana tanggapan anda mengenai Pelayanan yang diberikan bank ?

- N I : sangat bagus sopan, dan disiplin. Maksudnya pada saat saya masuk ke bank satpam langsung melayani dan menanyakan apa yang bisa di bantu
- N II : sangat sopan dan sangat membantu saya pada saat itu ATM saya terblokir satpam langsung mengarahkan saya kepada pihak yang bersangkutan dan mempermudah semuanya
- N III : saya merasa sedikit tidak puas karena pada saat itu saya sangat menunggu lama dan syarat-syarat yang sedikit sulit
- N IV : cukup puas karena membantu semua apa yang saya butuhkan
- N V : puas karena pelayanan baik dan sopan

Apakah anda mengetahui produk-produk bank syariah mandiri ?

- N I : saya mengetahui karena pada saat promosi yang dilakukan karyawan, dan karyawan langsung menjelaskan satu persatu produk yang ada di bank tersebut

- N II : saya mengetahui karena sudah dijelaskan dan saya tahu juga karena saya belajar tentang produk-produk bank
- N III : saya hanya mengetahui produk yang saya gunakan saja karena saya tidak dapat penjelasan akan hal itu
- N IV : saya tidak mengetahui karena saya menggunakan jasa ini karena hanya perintah dari atasan
- N V : tidak semuanya

C. Pembahasan Temuan Penelitian

Berdasarkan hasil penelitian terdiri dari 30 responden, ditemukan beberapa hal yaitu bahwa Nasabah yang memilih bertransaksi di Bank Syariah Mandiri ini bukan berdasarkan perbandingan keuntungan dari Bank syariah lainnya, faktanya dilihat pada tabel 4.1 Sebanyak 17 responden (57%) yang menjawab Tidak Setuju dan terdapat 10 responden (33%) yang menyetujui Bahwa Bank Syariah Mandiri lebih menguntungkan dari Bank Syariah lainnya.

Pada tabel 4.2 terdapat 21 responden (70%) Setuju Bahwa sistem produk, akad jasa, Bank Syariah Mandiri Sesuai dengan prinsip syariah. Tetapi terdapat 3 responden (10%) Tidak Setuju akan hal ini mungkin diakibatkan responden tersebut masih belum begitu mengetahui sistem dari BSM tersebut. Sementara pada tabel 4.3 semua responden menjawab Setuju bahwa Bank Syariah Mandiri melaksanakan prinsip Syariah dalam setiap praktik transaksi perbankannya. Artinya responden lebih melihat dari sisi bagaimana dalam mempraktikkan atau menjelaskan suatu produk / jasa kepada

nasabah agar yakin bahwa sistem produk, jasa, akad sudah sesuai dengan prinsip syariah atau dalam praktik ini nasabah bisa melihat langsung hasilnya sudah sesuai dengan prinsip syariah.

Tetapi pada tabel 4.4 terdapat 6 responden (20%) yang menyatakan Tidak Setuju bahwa Bank Syariah Mandiri dapat dipercaya memberikan jaminan keamanan yang terjamin dan aman pada simpanan atau dana yang ditabungkan. Sementara pada tabel 4.5 terdapat 8 responden (27%) masih ada yang tidak Setuju dengan Bank Syariah Mandiri Cirebon cukup terbuka dalam memberikan informasi, artinya 8 responden ini masih belum mendapatkan promosi langsung dari pihak Bank itu sendiri maka dari itu mereka lebih memilih jika dilakukan promosi langsung, seperti pada pernyataan tabel 4.14.

Tetapi Pada tabel 4.6 Tidak semua nasabah memilih bahwa memilih Bank Syariah Mandiri salah satunya karena dekat dengan rumah mereka. Artinya lokasi Bank Tidak menjadi alasan mereka untuk bertransaksi. Sementara pada tabel 4.7 jika dijumlah dengan nasabah yang Sangat Setuju sebanyak 23 orang (76%) memilih Bank Syariah Mandiri karena sesuai dengan ajaran Islam artinya nasabah memilih Bank Syariah Mandiri ini karena Bank Islam yang sesuai dengan agama mereka. Dan terdapat 7 responden (23%) mereka yang menjawab tidak setuju akan pernyataan ini. Artinya masih ada responden yang belum mengerti apa itu bank syariah dan bagai mana sistem yang diterapkan. Pada tabel 4.8 terdapat 18 responden (60%) memilih Setuju bahwa menggunakan Bank Syariah Mandiri karena Lingkungan

keluarga tetapi terdapat 6 responden yang tidak setuju akan pernyataan ini. Pada tabel 4.9 sebanyak 19 responden (63%) memilih Setuju dan 8 responden (27%) memilih Sangat Setuju bahwa dengan menggunakan jasa perbankan syariah mereka dapat merealisasikan salah satu syariat Islam secara menyeluruh.

Pada tabel 4.10 sebanyak 14 responden (47%) memilih Tidak Setuju dengan ajakan saudara atau karib sangat mempengaruhi mereka dalam melakukan transaksi di Bank Syariah Mandiri Cirendeui. Artinya ajakan saudara atau karib tidak berpengaruh mereka dalam melakukan transaksi di BSM Cirendeui. Pada tabel 4.11 terdapat 11 responden (37%) memilih Tidak Setuju bahwa Bank Syariah Mandiri menentang adanya Riba. Artinya ada nasabah hanya mengetahui Bank syariah itu ialah Bank islam yang sama dengan agama mereka tetapi tidak mengetahui isi dari Bank tersebut maksudnya tentang keberadaan Riba. Telah diketahui bahwasannya didalam Al-Quran tertulis bahwa Allah sangat membenci dengan adanya Riba atau mengambil keuntungan, maka dari itu Bank syariah di Indonesia tidak menerapkan Riba dalam semua jenis transaksinya tetapi menerapkan prinsip bagi hasil.

Sementara pada tabel 4.12 juga terdapat 15 responden (50%) menjawab Tidak Setuju Bahwa memilih Bank Syariah Mandiri karena adanya diskusi tentang Bank di Lingkungan Rumah. Artinya setengah dari responden pengisian angket ini menggunakan jasa di Bank Syariah Mandiri Cirendeui bukan karena adanya diskusi tentang bank dilingkungan

rumahnya.dikarenakan pihak bank yang kurang bersosialisasi kepada masyarakat. Tetapi pada tabel 4.13 terdapat 6 responden (20%) Tidak Setuju bahwa Memilih Bank Syariah Mandiri karena kepopulerannya dan kemudahannya.

Pada tabel 4.14 juga berhubungan dengan tabel 4.3 bahwa prinsip syariah yang diterapkan sudah sesuai maka sistem bagi hasil yang ditawarkan cukup menguntungkan bagi nasabah, ada 26 responden (86,5%) yang Setuju akan hal ini karena bagi hasil yang diterapkan akan dilihat dari prinsip syariah yang ada dan benar-benar sesuai dengan prinsip bagi hasil yang dilakukan Nabi Muhammad SAW pada zamannya. Tetapi terdapat 2 responden yang Tidak menyetujui pernyataan ini. Sedikit penjelasan tentang bagi hasil yaitu sejauh ini perbankan syariah beroperasi tidak menerapkan sistem bunga dalam aktivitas perbankannya. Bunga dianggap bagian dari riba dan haram dalam agama Islam. Sebagai gantinya, perbankan yang berlandaskan syariah ini menerapkan sistem bagi hasil atau nisbah yang menurut Islam sah untuk dilakukan. Maka dari itu bagi hasil yang diterapkan dihitung dengan melakukan perhitungan dengan cara *profit sharing* yaitu membagi dua keuntungan yang diperoleh oleh bank kepada nasabah dengan akad yang telah disepakati kedua belah pihak.

Pada tabel 4.15 kebanyakan nasabah memilih Setuju bahwa produk yang ditawarkan Bank Syariah Mandiri merupakan solusi bagi mereka dibidang keuangan. Tetapi Pada tabel 4.15 terdapat 10 responden (33%) Tidak Setuju bahwa produk yang ditawarkan Bank Syariah Mandiri cukup menarik

dan dapat menjawab kebutuhan mereka. Padahal diketahui bahwa pada tabel 4.17 Hanya terdapat 6 responden yang menjawab Tidak Setuju bahwa produk BSM beragam, menarik, inovatif dan bervariasi. Artinya ada nasabah memilih salah satu produk karena menarik dan bervariasi saja, tetapi bagi mereka hal tersebut belum dapat menjawab semua kebutuhan mereka.

Pada tabel 4.18 kebanyakan nasabah memilih Setuju bahwa pelayanan yang diberikan oleh pihak Bank cukup cepat, mudah, ramah, dan sopan. Tetapi Pada tabel 4.19 terdapat 4 responden (13,5%) Tidak Setuju dan 1 responden (3,5%) Sangat Tidak Setuju Bahwa iklan yang dibuat cukup menarik sehingga tertarik menabung di Bank Syariah Mandiri. Artinya masih ada nasabah yang belum menerima iklan yang dibuat atau yang disebar oleh pihak bank sehingga masih ada nasabah yang tidak setuju akan iklan yang di buat menarik. Dan yang terakhir pada tabel 4.20 semua nasabah menyetujui bahwa Memilih BSM karena adanya promosi tentang produk melalui penyebaran brosur secara langsung oleh pihak bank kepada masyarakat luas.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan diatas maka dapat ditarik kesimpulan bahwa faktor psikologis, dan pemasaran berpengaruh terhadap keputusan nasabah menggunakan jasa Pada Bank Syariah Mandiri Cirendeu.

Faktor pertama yaitu faktor psikologis yang terdiri dari motivasi, persepsi, proses belajar, keyakinan dan sikap. Tetapi faktor yang paling dominan pada bagian ini didapat 100% responden menyetujui bahwa semua responden menjawab Setuju bahwa Bank Syariah Mandiri melaksanakan prinsip Syariah dalam setiap praktik transaksi perbankannya. Artinya alasan mereka menggunakan jasa perbankan Di BSM Cirendeu karena setiap praktik transaksi sudah sesuai dengan prinsip syariah.

Faktor yang kedua yaitu faktor pemasaran yang terdiri dari produk, promosi, iklan serta pelayanan. Faktor yang paling dominan yaitu pada produk yang dilakukan penyebaran brosur secara langsung oleh pihak bank ke pada masyarakat sebanyak 30 (100%) responden yang menyetujui hal tersebut. Hal ini memudahkan nasabah untuk cepat mengetahui produk BSM yang biasanya digunakan dari pihak Bank Syariah Mandiri langsung. Walaupun sebagian nasabah hanya mengetahui atau tertarik dengan apa yang

mereka gunakan saja dan kurang mengetahui produk lain dan sistem perbankannya.

B. Saran

Berdasarkan uraian diatas maka dapat diberikan saran sebagai berikut

Bagi pihak Bank Syariah Mandiri agar lebih meningkatkan lagi pemberian informasi tentang Bank seperti promosi, produk dan bagai mana sistem perbankannya, dan lebih meyakinkan masyarakat terhadap keuntungan yang didapat agar mampu bersaing dengan bank syariah lainnya. Karena faktor pengetahuan juga paling diperhatikan nasabah dalam memutuskan untuk menggunakan jasa perbankan Syariah.

bagi nasabah agar lebih mencari informasi tentang produk jasa Perbankan Syariah Mandiri sehingga masyarakat dapat menentukan pilihan yang sesuai dengan kebutuhan dan keinginannya. dan agar pengetahuan nasabah lebih luas, bukan Cuma sekedar mengetahui produk yang menjadi pilihannya.

Bagi peneliti selanjutnya yang akan meneliti mengenai keputusan menggunakan jasa perbankan syariah, untuk lebih dapat menambahkan variabel yang berbeda dengan sebelumnya atau menggunakan model perhitungan jasa untuk memperkaya pengetahuan tentang faktor yang menjadi keputusan nasabah dan melibatkan jumlah responden yang lebih besar sehingga mendapatkan hasil yang lebih akurat.

DAFTAR PUSTAKA

- Al Arif, M Nur Rianto, *Dasar-dasar Pemasaran Bank Syariah*. Bandung: Alfabeta. 2012
- Ali, Zainuddin, *Hukum Perbankan Syariah*. Jakarta: Sinar Grafika. 2010
- Antonio, Muhammad Syafii, *Bank Syariah Dari Teori ke Praktik* . Cet ke-1. Jakarta: Gema Insani. 2001
- Aprizal, *Orientasi Pasar Dan Keunggulan Bersaing*. Jakarta: Celebes Media Perkasa. 2018
- Bungin,Burhan. *Metodologi Kualitatif Komunikasi*. Jakarta: Kencana 2005
- Darmanto, *Manajemen Pemasaran*. Cet. Ke-1. Yogyakarta: Deepublish. 2016
- Etta dan Sopiah, *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: Andi Offset. 2013
- Ginangjar, Pengaruh Non “Performing Financing Terhadap Profitabilitas Bank Syariah”. *Jurnal Akuntansi dan Investasi*, vol. 4, No. 2, 2013.
- Ikatan Bankir Indonesia, *Memahami Bisnis Bank*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama. 2013
- Ikatan Bankir Indonesia, *Mengelola Bank Syariah*. Jakarta: Gramedia Pustaka. 2014
- Ismail, *Perbankan Syariah*. Jakarta: Kencana. 2013
- Jajuli, M Sulaeman, *Produk Pendanaan Bank Syariah*. Cet. Ke-1. Yogyakarta: Deepublis. 2012
- Karim, Adiwarmann A. *Bank Islam Analisis Fiqih dan Keuangan*. Jakarta: PT Rajagrafindo. Persada.2004
- Kotler, Philip dan Gary Amstrong, *Dasar-Dasar Pemasaran*. Jakarta: Pren Hallindo. 1997
- Maulidah, Silvana, *Pengantar Manajemen*. Cet. Ke-1. Malang : Universitas Brawijaya Press. 2012
- Muchtar, Bustari, *Bank Dan Lembaga Keuangan*. Jakarta: Kencana. 2016

- Naf'an. *Pembiayaan Musyarakah dan Mudharabah*. Yogyakarta: Graha Ilmu. 2014
- Nasir, Moh. *Metode Penelitian Bidang*. Jakarta: Ghalia Indonesia. 1988
- Nawawi, Hadari. *Metode Penelitian Bidang Sosial*. Yogyakarta: Gaja Mada University Press.1998
- Rangkuti, Freddy, *Strategi Promosi Yang Kreatif dan Analisis Kasus Integred Marketing Communication*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama. 2009
- Sjahdeini, Sutan Remy, *Produk-Produk Dan Aspek-Aspek Hukumnya*. Cet.ke-1. Jakarta: Prenadamedia Group. 2014
- Supyadillah, Asep, *Hukum Perbankan Syariah*. Jakarta: Wahana Kardofa, 2013
- Suryani, Tatik, *Manajemen Pemasaran Strategik Bank Di Era Global*. Cet. Ke-1. Jakarta: Prenada Media Group. 2017
- Undang-undang Nomor 21 Tahun 2008
- Usman, Racmadi, *Produk dan Akad Perbankan Syaria di Indonesia* . Cet. Ke-1. Jakarta: PT Citra Aditya Bakti. 2009
- Wijayanti, Titik, *Marketing Plan Dalam Bisnis*. Jakarta: Elex Media Komputindo. 2017
- Yumanita, Diana, *Bank Syariah*. Jakarta: Pusat Pendidikan dan Studi Kebanksentralan. 2005
- Yusmad, Muhammad Arafat, *Aspek Hukum Perbankan Syariah Dari Teori ke Praktik*. Yogyakarta: Deepublish. 2018
- Z, A.Wangsawidjaja, *Pembiayaan Bank Syariah*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama. 2012

KUESIONER

Bersama ini saya memohon kesediaan Bapak/Ibu yang terhormat untuk mengisi daftar kuisisioner yang diberikan. Informasi yang Bapak/Ibu berikan sangatlah berarti dalam penyelesaian penelitian dan penulisan skripsi saya. Atas perhatian dan bantuan yang Bapak/Ibu berikan saya ucapkan terimakasih.

A. Identitas Responden

Nama :

Jenis Kelamin : a. Laki-laki b. Perempuan

Umur : Tahun

Alamat :

Pekerjaan : a. PNS b. Pegawai Swasta c. Wiraswasta

 d. TNI/Polri e. Mahasiswa f. Lain-lain

Pendidikan Terakhir : a. SD b. SMP/SLTP c. SMA

 d. D3 e. S1 f. S2

B. Petunjuk Pengisian Kuisisioner

- Berilah tanda (√) pada salah satu jawaban yang menjadi pilihan anda dan sesuai dengan pendapat anda.
- Kriterion penilaian dengan metode skala likert adalah sebagai berikut :

STS = Sangat Tidak Setuju S = Setuju

TS = Tidak Setuju SS = Sangat Setuju

No	Daftar Pertanyaan	Alternatif Jawaban			
		SS	S	TS	STS
I	Faktor Psikologis				
1	Bank Syariah Mandiri Lebih menguntungkan dari pada bank-bank syariah yang lain.				
2	Sistem produk, akad, jasa, BSM sesuai dengan prinsip syariah				
3	BSM melaksanakan prinsip syariah dalam setiap praktik transaksi perbankannya				
4	Bank Syariah Mandiri dapat dipercaya memberikan jaminan keamanan yang terjamin dan aman pada simpanan atau dana anda yang ditabungkan pada BSM				
II	Faktor Budaya				
5	Bank syariah mandiri cukup terbuka dalam memberikan informasi kepada nasabanya				
6	Saya memilih Bank Syariah Mandiri karena dekat dengan rumah saya				
7	Saya memilih Bank Syariah Mandiri karena sesuai dengan ajaran Islam (Bank Islam)				
8	Saya memilih Bank Syariah Mandiri karena lingkungan keluarga				
III	Faktor Sosial				
9	Dengan menggunakan jasa perbankan syariah saya dapat merealisasikan salah satu syariah islam secara kaffah (menyeluruh)				
10	Ajakan saudara/karib sangat mempengaruhi anda dalam melakukan transaksi di BSM				
11	Saya memilih Bank Syariah Mandiri karena menentang Riba				
12	Saya memilih bank syariah mandiri karena adanya diskusi tentang bank di lingkungan rumah saya				
IV	Faktor Pribadi				
13	Anda memilih BSM karena kepopulerannya dan kemudaannya.				
14	Produk bagi hasil yang ditawarkan cukup menguntungkan bagi nasabah				
15	Produk yang ditawarkan Bank Syariah				

	Mandiri merupakan solusi bagi masyarakat dibidang keuangan.				
16	Produk-produk yang ditawarkan oleh BSM cukup menarik dan dapat menjawab kebutuhan anda				
V	Faktor Pemasaran				
17	Produk-produk yang ditawarkan Bank Syariah Mandiri beragam, menarik, inovatif, dan bervariasi				
18	Pelayanan yang diberikan oleh pihak Bank Syariah Mandiri cukup cepat, mudah, ramah dan sopan.				
19	Bentuk iklan yang dibuat cukup menarik sehingga saya tertarik menabung di bank syariah mandiri ini.				
20	Memilih BSM karena adanya promosi tentang produk melalui penyebaran brosur secara langsung oleh pihak Bank kepada masyarakat luas				

DOKUMENTASI





DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Nama : Fitriani Sinaga
Jenis Kelamin : Perempuan
Tempat Tanggal Lahir : Siamporik, 02 Juli 1996
Alamat : Jl. H. Dalih. RT/RW. 04/08. No. 32. Kampung
Gintung. Kel. Cirendeu. Kec. Ciputat Timur
Agama : Islam
Status Perkawinan : Belum Menikah
Mobile Phone : 081287047345
E-mail : fitrianisinaga36@gmail.com

Riwayat Pendidikan

2003-2009	SDN 112271 Siamporik
2009-2012	SMPN 2 Kualuh Selatan
2012-2015	SMAN 1 Kualuh Hulu
2015-2019	Universitas Muhammadiyah Jakarta Fakultas Agama Islam Program Studi Manajemen Perbankan Syariah