

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA TEORI

A. Tinjauan Pustaka

Penelitian yang berkaitan dengan persepsi terhadap perbankan syariah sudah banyak dilakukan, diantaranya yaitu :

1. Penelitian oleh Suparno pada tahun 2009 yang berjudul “Persepsi Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Syiah Kuala Terhadap Perbankan Syariah Sebagai Lembaga Keuangan Syariah”. Dalam *Jurnal Telaah dan Riset Akuntansi* Vol.2 No.1. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu karakteristik, produk dan prinsip. Berdasarkan hasil pengujian dari uji proporsi dijelaskan bahwa 79,7% responden menjawab setuju, sehingga dibuktikan bahwa mahasiswa tersebut mengetahui karakteristik perbankan syariah, sedangkan rata-rata 79,8% mahasiswa ekonomi mengerti tentang produk perbankan syariah dan rata – rata 73% mahasiswa ekonomi mengerti tentang prinsip perbankan syariah.¹Kesimpulan penelitian ini yaitu persepsi mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Syiah Kuala positif terhadap perbankan syariah sebagai lembaga keuangan syariah.
2. Penelitian oleh Yulia pada tahun 2015 yang berjudul “ Persepsi Perilaku Masyarakat Pontianak Timur Terhadap Perbankan Syariah”. Dalam *Jurnal Al-Mashlahah* Vol.5 No.1. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif dimana variabel yang digunakan adalah pengetahuan tentang bagi hasil, jual beli dan sewa berdasarkan prinsip syariah. Kesimpulan yang

¹ Suparno,2009,”Persepsi Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Syiah Kuala Terhadap Perbankan Syariah Sebagai Lembaga Keuangan Syariah”,*Jurnal Telaah & Riset Akuntansi* Vol.2 No.1

diperoleh dari penelitian ini yaitu terdapat 3 kategori penilaian persepsi masyarakat Pontianak dari variabel pengetahuan bagi hasil, antara lain positif, negatif dan ragu – ragu, sedangkan persepsi masyarakat diukur dari pengetahuan tentang sewa dan jual beli diperoleh hasil 5.88 % masyarakat Pontianak yang tahu tentang sistem bagi hasil dan sewa, dan sisanya tidak tahu tentang sistem jual beli dan sewa.

3. Penelitian oleh Harviz Akbar dan Haroni Doli pada tahun 2013 yang berjudul “ Persepsi Etnis China Terhadap Perbankan Syariah di Kota Medan”. Dalam *Jurnal Ekonomi dan Keuangan* Vol.1 No.2. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif deskriptif dengan menggunakan empat variabel yaitu variabel pekerjaan, pelayanan, promosi dan bukti fisik. Berdasarkan uji Fstat diperoleh hasil secara simultan variabel pekerjaan, pelayanan, dan promosi atau bukti fisik secara signifikan berpengaruh terhadap persepsi etnis China terhadap perbankan syariah, dikarenakan $\text{Sig Fstat} 0,000^b < 0,05$.² Kesimpulan Penelitian ini yaitu pekerjaan, pelayanan, promosi dan bukti fisik berpengaruh pada persepsi etnis China terhadap perbankan syariah di Kota Medan.
4. Penelitian oleh Junaidi pada tahun 2015 yang berjudul “ Persepsi Masyarakat Untuk Memilih dan Tidak Memilih Bank Syariah (Studi Kota Palopo)”. Dalam *Jurnal Fokus Bisnis* Vol.14 No.02. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif deskriptif dengan empat variabel yaitu tingkat religiusitas masyarakat, tingkat bagi hasil tabungan, lokasi dan pelayanan atau fasilitas, sehingga dapat disimpulkan bahwa rata – rata masyarakat beranggapan positif terhadap perbankan syariah ditinjau dari aspek religiusitas dan tingkat bagi hasil

²Haviz Akbar dan Haroni Doli, 2013, “Persepsi Etnis China Terhadap Perbankan Syariah di Kota Medan”, *Jurnal Ekonomi dan Keuangan* Vol. 1, No.2, hlm.14

tabungan bank syariah, namun ada juga masyarakat yang beranggapan kurang positif ditinjau dari aspek pelayanan dan fasilitas serta lokasi bank syariah, sehingga dengan ini dapat memungkinkan masyarakat tidak memilih bank syariah, dengan kata lain faktor penentu masyarakat Kota Palopo memilih bank syariah bukan ditinjau dari aspek religiusitas dan tingkat bagi hasil tabungan, melainkan berdasarkan lokasi dan pelayan atau fasilitas.³

5. Penelitian oleh Ary Permatadeny Nevita dan Zainal Arifin pada tahun 2015 yang berjudul “ Perilaku, Karakteristik, Persepsi Masyarakat Terhadap Bank Syariah di Eks Karesidenan Kediri”. Dalam *Jurnal ISSN.2355-7249 Vol.02 No.02*. Penelitian ini menggunakan metode penelitian Kuantitatif deskriptif dengan tiga variabel yaitu perilaku masyarakat, karakteristik, dan persepsi. Kesimpulan dari penelitian ini yaitu perilaku masyarakat, karakteristik dan persepsi masyarakat berpengaruh terhadap perkembangan bank syariah di Karesidenan Kediri.
6. Penelitian oleh Haryadi pada tahun 2007 yang berjudul “Persepsi Masyarakat Terhadap Perbankan Syariah”. Dalam *Jurnal Bisnis dan Manajemen Vol. 7 No.2*. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan menggunakan lima variabel penelitian yaitu variabel potensi, variabel preferensi, variabel (pengetahuan, manfaat keuangan, pelayanan dan lokasi), variabel Fatwa MUI, variabel tren dan estimasi proyeksi. Kesimpulan dari penelitian tersebut yaitu:⁴ Menurut potensi masyarakat di Eks Karesidenan Banyumas memiliki potensi untuk dapat menerima adanya bank syariah dengan baik. Berdasarkan hasil analisis dapat disimpulkan bahwa variabel preferensi masyarakat di Eks

³ Junaidi, 2015, “Persepsi Masyarakat Untuk memilih dan Tidak Memilih Bank Syariah (Studi Kota Palopo)”, *Jurnal Fokus Bisnis* Vol.14, No.02, hlm.11

⁴ Haryadi, 2007, “ Persepsi Masyarakat Terhadap Perbankan Syariah”, *Jurnal Bisnis & Manajemen* Vol. 7. No.2 , hlm.14

Karesidenan Banyumas secara umum baik, Berdasarkan hasil analisis dapat disimpulkan bahwa variabel pengetahuan, manfaat keuangan, pelayanan, dan lokasi memiliki pengaruh yang signifikan terhadap perilaku masyarakat di Eks Karesidenan Banyumas, Berdasarkan hasil analisis dapat disimpulkan bahwa pada variabel Fatwa MUI yang mengatakan bunga bank haram telah meningkatkan keyakinan masyarakat di Eks Karesidenan Banyumas tentang bagi hasil yang diberikan oleh bank syariah berbeda dengan bank konvensional. Berdasarkan hasil penelitian pada variabel tren dan estimasi proyeksi menunjukkan bahwa minat masyarakat di Eks Karesidenan Banyumas untuk menabung di bank syariah sudah baik.

7. Penelitian oleh Henny Indrawati pada tahun 2011 yang berjudul “ Persepsi Petani Terhadap Karakteristik Produk Baru Dalam Keputusan Adopsi Nasabah Pembiayaan Syariah”. Dalam *Indonesian Journal of Agricultural Economics (IJAE)* Vol.2 No.2. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan menggunakan satu variabel utama yaitu variabel karakteristik produk baru. Kesimpulan dalam penelitian ini yaitu semakin bagus produk pembiayaan *murabahah* kebun kelapa sawit di Bank Riau Syariah maka akan semakin besar keputusan adopsi petani kelapa sawit terhadap pembiayaan syariah.
8. Penelitian oleh Rina Ani Sapariyah pada tahun 2009 yang berjudul “ Persepsi Nasabah dan Karyawan Perbankan Terhadap Perbankan Syariah Sebagai Lembaga Keuangan Dalam Perspektif Islam (Survei di Beberapa Perbankan Syariah di Surakarta)”. Dalam *Jurnal Probank* Vol.17 No.7. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif, dengan menggunakan empat variabel, yaitu variabel karakteristik aktivitas bisnis perbankan syariah, variabel akuntabilitas perbankan syariah, variabel karakteristik dan tujuan perbankan

syariah, dan variabel user perbankan syariah. Sehingga diperoleh kesimpulan yaitu:⁵pada variabel karakteristik dan variabel akuntabilitas tidak ada perbedaan persepsi yang signifikan antara nasabah dan karyawan perbankan syariah terhadap karakteristik aktivitas bisnis perbankan syariah sebagai lembaga keuangan dalam perspektif Islam, sedangkan pada variabel (karakteristik dan tujuan) bank syariah dan variabel user perbankan syariah terdapat perbedaan persepsi antara nasabah dengan karyawan bank syariah terhadap perbankan syariah sebagai lembaga keuangan dalam perspektif Islam.

9. Penelitian oleh Hutumo Rusdianto dan Chanafi Ibrahim pada tahun 2009 dengan judul “Pengaruh Produk Bank Syariah terhadap Minat Menabung dengan Persepsi Masyarakat sebagai Variabel Moderating di Pati” . Dalam *Jurnal Ekonomi Syariah* Vol.4 No.1. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kuantitatif deskriptif, karena dalam penelitian ini menggunakan tiga variabel, yaitu variabel produk bank syariah, variabel minat menabung dan variabel persepsi masyarakat, sehingga dalam penelitian ini diperoleh kesimpulan bahwa:⁶Persepsi masyarakat di Kota Pati terhadap perbankan syariah sangatlah bagus, maka produk yang ditawarkan oleh bank syariah memberikan peran yang lumayan besar dalam menumbuhkan minat menabung masyarakat di Kota Pati Kabupaten Pati, selain itu persepsi masyarakat tersebut juga dapat memoderasi antara produk bank syariah dengan minat menabung.

⁵ Rina Ani Sapariyah, 2009, “Persepsi Nasabah dan Karyawan Perbankan Terhadap Perbankan Syariah Sebagai Lembaga Keuangan dalam Perspektif Islam (Survei di Beberapa Perbankan Syariah di Surakarta)”, *Jurnal Probank*, Vol 17 No.7, hlm.6

⁶ Hutomo Rusdianto dan Chanafi Ibrahim, 2016, “ Pengaruh Produk Bank Syariah terhadap Minat Menabung dengan Persepsi Masyarakat Sebagai Variabel Moderating di Pati”*EQUILIBRIUM Jurnal Ekonomi Syariah*, Vol. 4 No. 1, hlm.60

10. Penelitian oleh Siva Miftakhur Rakhmah dan Sri Wahyuni pada tahun 2015, dimana dalam penelitiannya berjudul “*Pengaruh Persepsi Mahasiswa tentang Bank Syariah terhadap Minat Menabung di Perbankan Syariah (Studi Kasus Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Angkatan 2011 dan 2012 FKIP Universitas Jember*”. Penelitian ini peneliti menggunakan metode penelitian campuran atau dapat juga disebut metode penelitian kualitatif kuantitatif. Dalam penelitian ini dapat disimpulkan bahwa persepsi mahasiswa terhadap perbankan syariah sangat baik, sehingga terdapat pengaruh signifikan antara persepsi mahasiswa tentang perbankan syariah terhadap minat menabung mahasiswa tersebut di bank syariah.

Tabel 1.2

Tinjauan Pustaka

No	Judul, Penulis, dan Tahun Terbit	Metode Penelitian	Perbedaan	Persamaan	Hasil
1	Persepsi Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Syiah Kuala Terhadap Perbankan Syariah Sebagai Lembaga Keuangan Syariah. Suparno pada tahun 2009	Kuantitatif	Variabel penelitian dan responden.	Sama – sama meneliti tentang persepsi terhadap perbankan syariah dan memiliki tujuan yang sama untuk mengetahui perkembangan bank syariah.	Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Syiah memiliki persepsi yang positif terhadap perbankan syariah sebagai lembaga keuangan syariah.
2	Persepsi dan	Kualitatif	Variabel	Sama – sama	Persepsi masyarakat Kecamatan

	Perilaku Masyarakat Pontianak Timur Terhadap Perbankan Syariah. Yulia pada tahun 2015	Deskriptif	penelitian, responden dan metode penelitian	meneliti tentang persepsi terhadap perbankan syariah dan memiliki tujuan yang sama untuk mengetahui perkembangan bank syariah.	Pontianak Timur yang berkaitan dengan bagi hasil di bagi dalam tiga kelompok yaitu positif, negatif dan ragu – ragu. Sedangkan persepsi masyarakat terhadap sistem sewa dan jual beli hanya sekitar 5.88% yang mengetahui, sisanya tidak tahu tentang sistem jual beli dan sewa. ⁷
3	Persepsi Etnis China Terhadap Perbankan Syariah di Kota Medan. Harviz Akbar dan Haroni Doli pada tahun 2013	Kuantitatif	Variabel penelitian dan responden.	Sama – sama meneliti tentang persepsi terhadap perbankan syariah dan memiliki tujuan yang sama untuk mengetahui perkembangan bank syariah.	Dapat disimpulkan bahwa variabel pekerjaan, pelayanan, promosi dan bukti fisik berpengaruh pada persepsi etnis China terhadap perbankan syariaah di Kota Medan.
4	Persepsi Masyarakat Untuk Memilih dan Tidak Memilih Bank Syariah (Studi di Kota Palopo).	Kuantitatif deskriptif.	Responden dan variabel.	Sama – sama meneliti tentang persepsi terhadap perbankan syariah dan memiliki tujuan yang sama	Sehingga dapat disimpulkan bahwa yang mempengaruhi persepsi masyarakat Kota Palopo terhadap perbankan syariah bukan dari aspek religiusitas dan tingkat bagi hasil tabungan,

⁷ Yulia, 2015, “Persepsi dan Perilaku Masyarakat Pontianak timur Terhadap Perbankan Syariah”, *Jurnal Al – Masalah* Vol 5 No.1, hlm.18

	Junaidi pada tahun 2015			untuk memajukan bank syariah.	melainkan dari aspek lokasi dan pelayanan atau fasilitas.
5	Perilaku, karakteristik, persepsi masyarakat terhadap bank syariah di eks Karesidenan Kediri. Ary dan Zainal pada tahun 2015	Kuantitatif deskriptif	Responden dan variabel	Metode Penelitian, Sama – sama meneliti tentang persepsi terhadap perbankan syariah dan memiliki tujuan yang sama untuk mengetahui perkembangan bank syariah.	Kesimpulan dari penelitian ini yaitu sikap, karakteristik dan persepsi masyarakat berpengaruh terhadap perkembangan bank syariah di Karesidenan Kediri.
6	Persepsi Masyarakat Terhadap Perbankan Syariah Haryadi pada tahun 2007	Kuantitatif	Objek Penelitian dan Variabel penelitian	Metode penelitian, sama – sama meneliti persepsi terhadap perbankan syariah.	Keempat variabel ayng digunakan dalam penelitian ini menunjukkan hasil yang signifikan terhadap persepsi pada bank syariah.
7	Persepsi Petani Terhadap Karakteristik Produk Baru Dalam Keputusan Adopsi Nasabah Pembiayaan	Kualitatif	Objek Penelitian, metode penelitian, variabel penelitian	sama – sama meneliti tentang persepsi terhadap perbankan syariah.	Semakin bagus produk pembiayaan <i>murabahah</i> yang ditawarkan oleh Bank Riau Syariah kepada para petani kelapa sawit, maka semakin besar pula keputusan adopsi petani kelapa sawit terhadap

	Syariah. Henny Indrawati pada tahun 2011				pembiayaan <i>murabahah</i> .
8	Persepsi Nasabah dan Karyawan Perbankan Syariah Sebagai Lembaga Keuangan dalam Perspektif Islam (Survei di Beberapa Perbankan Syariah di Surakarta). Rina Ani Sapariah pada tahun 2009	Kuantitatif	Objek penelitian dan variabel penelitian	Metode Penelitian, Sama – sama untuk mengetahui persepsi terhadap perbankan syariah.	Pada variabel karakteristik dan akuntabilitas tidak ada perbedaan yang signifikan, sedangkan pada variabel user dan karakteristik tujuan terdapat perbedaan yang signifikan antara persepsi karyawan dan nasabah terhadap perbankan syariah.
9	Pengaruh Produk Bank Syariah terhadap Minat Menabung dengan Persepsi Masyarakat Sebagai Variabel Moderating di Pati. Hutumo Rusdianto dan Chanafi Ibrahim pada tahun 2016	Kuantitatif Deskriptif	Objek penelitian. Variabel penelitian.	Metode Penelitian, Sama – sama meneliti perkembangan bank syariah berdasarkan persepsi masyarakat.	Persepsi masyarakat di Kota Kediri terhadap perbankan syariah sangat bagus, sehingga produk yang ditawarkan bank syariah dapat mempengaruhi minat masyarakat untuk menggunakan bank syariah.

10	Pengaruh Persepsi Mahasiswa tentang Bank Syariah terhadap Minat Menabung di Perbankan Syariah (Studi Kasus Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Angkatan 2011 dan 2012 FKIP Universitas Jember). Siva Miftakhur Rakhmah dan Sri Wahyuni pada tahun 2015	Kuantitatif dan Kualitatif	Objek Penelitian, Metode Penelitian, Variabel Penelitian.	Sama – sama meneliti tentang persepsi terhadap perbankan syariah.	Persepsi mahasiswa terhadap perbankan syariah signifikan terhadap minat menabung di perbankan syariah.
----	---	----------------------------	---	---	--

B. Kerangka Teori

1) Perbankan Syariah

a. Sejarah Perbankan Syariah di Indonesia

Deregulasi perbankan di Indonesia dimulai pada tahun 1983, pada tahun 2017 Bank Indonesia (BI) memberikan izin kepada bank – bank untuk menetapkan suku bunga. Pemerintah berharap dengan adanya deregulasi dapat mewujudkan perekonomian yang efisien dan kuat. Pada tahun 1983

pemerintah Indonesia sempat berencana untuk menerapkan “Sistem Bagi Hasil” dalam perkreditan yang merupakan konsep dari perbankan syariah.⁸

Pada tahun 1988, dikeluarkan Paket Kebijakan Deregulasi Perbankan 1988 (Pakto 88) oleh pemerintah, pada paket ini tertulis bahwa pemerintah memberikan kesempatan pada bisnis perbankan supaya bisnis tersebut dapat dibuka seluas – luasnya demi menunjang pembangunan (liberisasi sistem perbankan). Meskipun saat ini bank konvensional banyak yang berdiri, namun juga mulai bermunculan usaha – usaha perbankan yang berlokasi di daerah - daerah dimana usaha tersebut berasaskan pada prinsip syariah.

Pada tahun 1980, muncul beberapa gagasan dalam hal pendirian Bank Islam di Indonesia, yang disampaikan melalui diskusi – diskusi yang bertemakan Bank Islam. Pada tanggal 18-20 Agustus 1990, Majelis Ulama Indonesia (MUI) mengadakan kegiatan lokakarya di Cisarua, Bogor, Jawa Barat yang bertemakan tentang bunga bank dan perbakan. Hasil dari lokakarya tersebut yaitu amanat bagi pembentukan kelompok kerja pendirian bank islam di Indonesia, kelompok kerja yang dimaksud adalah Tim Perbankan MUI yang diberi tugas untuk melakukan pendekatan dan konsultasi dengan semua pihak yang terkait.⁹

Hasil kerja dari Tim tersebut adalah ditunjukkan dengan berdirinya PT Bank Muamalat Indonesia (BMI) yang berdiri pada tanggal 1 November 1991. Dari tahun 1991 – 1992 Bank Muamalat Indonesia perkembangannya masih tergolong stabil. Pada tahun 1997 dan 1998 terjadi krisis moneter yang melanda negara Indonesia, tetapi Bank Muamalat Indonesia adalah satu – satunya bank syariah yang mampu bertahan, sehingga pada tahun 1999

⁸[Http://www.ojk.go.id](http://www.ojk.go.id). Diakses 22 Oktober 2017

⁹ Ibid

berdirilah Bank Syariah Mandiri (BSM) yang merupakan konversi dari Bank Susila Bakti. Pendirian Bank Syariah Mandiri (BSM) di jadikan taruhan oleh para bankir syariah, bila BSM berhasil, maka bank syariah di Indonesia dapat berkembang, namun sebaliknya jika BSM gagal maka besar kemungkinan bank syariah di Indonesia akan gagal.¹⁰ BSM merupakan salah satu bank syariah yang didirikan oleh Bank BUMN milik pemerintah, oleh karena itu BSM mampu mengalami perkembangan dengan cepat, sehingga mulailah bermunculan pendirian beberapa bank syariah atau unit usaha syariah lainnya.

b. Pengertian Perbankan Syariah

Perbankan syariah adalah segala sesuatu yang menyangkut tentang bank syariah dan unit usaha syariah, yang mencakup kelembagaan, kegiatan usaha, serta cara dan proses dalam melaksanakan kegiatan usahanya.¹¹ Menurut UU No.21 tahun 2008 Bank Syariah adalah bank yang menjalankan kegiatan usaha berdasarkan prinsip syariah atau prinsip hukum Islam yang diatur dalam fatwa Majelis Ulama Indonesia seperti prinsip keadilan dan keseimbangan (*'adl wa tawazun*), kemaslahat (*maslahah*), universalisme (*alamiyah*), serta tidak mengandung *gharar*, *maysir*, *riba*, *zalim* dan objek yang haram.¹² Menurut jenisnya bank syariah terdiri atas Bank Umum Syariah (BUS), Unit Usaha Syariah (UUS) dan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS).

c. Perbedaan Bank Syariah dengan Bank Konvensional

¹⁰ Drs. Ismail, MBA., Ak, 2011, *Perbankan Syariah*, Jakarta: Kencana Prenadamedia Group, hlm.31

¹¹ Ibid, hlm.32

¹² UU No.21 tahun 2008 tentang Perbankan Syariah

Bank syariah dan bank konvensional memiliki beberapa persamaan dan perbedaan¹³, yaitu persamaannya terletak pada sisi penerimaan uang, mekanisme transfer, teknologi komputer yang digunakan, syarat – syarat umum memperoleh pembiayaan seperti KTP, NPWP, proposal, laporan keuangan, dan sebagainya. Sedangkan perbedaannya terletak pada aspek legal, struktur organisasi, usaha yang dibiayai dan lingkungan kerja. Penjelasan perbedaan antara bank syariah dan bank konvensional dapat dilihat pada tabel di bawah ini, yaitu:¹⁴

Tabel. 1.3

Perbedaan antara Bank Syariah dan Bank Konvensional

No	Bank Syariah	No	Bank Konvensional
1	Investasi, hanya untuk proyek dan produk yang halal serta menguntungkan.	1	Investasi, tidak mempertimbangkan halal atau haram asalkan proyek yang dibiayai menguntungkan.
2	<i>Return</i> yang dibayar dan atau diterima berasal dari bagi hasil atau pendapatan lainnya berdasarkan prinsip syariah.	2	<i>Return</i> baik yang dibayar kepada nasabah penyimpan dana dan return yang diterima dari nasabah pengguna dana berupa bunga.
3	Perjanjian dibuat dalam bentuk akad sesuai dengan syariah Islam.	3	Perjanjian menggunakan hukum positif.
4	Orientasi pembiayaan, tidak hanya untuk keuntungan akan tetapi juga <i>falah oriented</i> , yaitu berorientasi pada	4	Orientasi pembiayaan, untuk memperoleh keuntungan atas dana yang dipinjamkan.

¹³ DR. Muhammad Syafi'i Antonio, M.Ec, 2001, *Bank Syariah dari Teori ke Praktik*, Jakarta: Gema Insani, hlm.29

¹⁴ Drs. Ismail, MBA., Ak, 2011, *Perbankan Syariah*, Jakarta: Kencana Prenadamedia Group, hlm.38

	kesejahteraan masyarakat.		
5	Hubungan antara bank dan nasabah adalah mitra.	5	Hubungan antara bank dan nasabah adalah kreditur dan debitur.
6	Dewan pengawas terdiri dari OJK, Bapepam, Komisariss, dan Dewan Pengawas Syariah (DPS).	6	Dewan pengawas terdiri dari OJK, Bapepam, dan Komisariss.
7	Penyelesaian sengketa diupayakan diselesaikan secara musyawarah antara bank dan nasabah, melalui peradilan agama.	7	Penyelesaian sengketa melalui pengadilan negeri setempat.

d. Fungsi Utama Bank Syariah

Bank syariah memiliki tiga fungsi utama yaitu :¹⁵

1. Penghimpun Dana Masyarakat

Fungsi bank syariah yang pertama yaitu menghimpun dana dari masyarakat yang memiliki kelebihan dana dalam bentuk titipan dengan menggunakan akad *al- Wadiah* dan dalam bentuk investasi menggunakan akad *al – Mudharabah*.

2. Penyaluran Dana Kepada Masyarakat

Fungsi bank syariah yang kedua adalah menyalurkan dana kepada masyarakat yang sedang membutuhkan bantuan dana (*user of fund*). Masyarakat akan mendapatkan pembiayaan dari bank syariah apabila masyarakat tersebut sudah memenuhi persyaratan yang berlaku. Dari

¹⁵ Ibid, hlm.39 - 42

penyaluran dana ini bank syariah akan memperoleh *return* sesuai akad yang sudah disepakati diawal.

Pembiayaan yang diberikan oleh bank dibagi menjadi beberapa jenis, antara lain :

- a. Transaksi bagi hasil dalam bentuk *mudharabah* dan *musyarakah*.
Mudharabah adalah akad antara dua pihak atau lebih dimana satu pihak bertugas sebagai *shahibul maal* dan pihak lain menjadi *Mudharib*. Sedangkan akad *musyarakah* adalah akad yang dilakukan oleh dua pihak atau lebih yang mana semua pihak merupakan patner dan mengikutsertakan modal dalam usaha yang dijalankan.
- b. Transaksi sewa menyewa dalam bentuk ijarah atau sewa beli dalam bentuk ijarah *muntahiya bittamlik*.
- c. Transaksi jual beli dalam bentuk piutang *murabahah*, *salam* dan *istishna*.
- d. Transaksi pinjam meminjam dalam bentuk piutang *qardh*.
- e. Transaksi sewa menyewa jasa dalam bentuk ijarah untuk transaksi multijasa.

3. Pelayanan Jasa Bank

Fungsi bank syariah yang ketiga yaitu sebagai penyedia layanan jasa. Pelayanan jasa ini diberikan oleh bank syariah dalam rangka memenuhi kebutuhan masyarakat dalam menjalankan aktivitasnya. Pelayanan jasa yang di berikan berupa : pengiriman uang (transfer), pemindahbukuan, penagihan surat berharga, kliring, *letter of credit*, inkaso, garansi bank, dan pelayanan jasa bank yang lainnya.

e. Jenis Bank Syariah Ditinjau Dari Segi Fungsinya

1. Bank Umum Syariah (BUS)

Bank Umum Syariah (BUS) merupakan bank yang dalam melaksanakan kegiatannya sesuai dengan prinsip syariah dan melaksanakan kegiatan lalu lintas pembayaran. Bank Umum Syariah dalam menjalankan kegiatannya tidak di bawah koordinasi bank konvensional, sehingga aktifitasnya terpisah dengan konvensional. Fungsi utama bank umum syariah yaitu : penghimpun dana dari masyarakat, penyaluran dana kepada masyarakat, dan pelayanan jasa. Contoh BUS Bank Syariah Mandiri (BSM), Bank Muamalat Indonesia (BMI), dan Bank Syariah Mega.

2. Unit Usaha Syariah (UUS)

Unit Usaha Syariah (UUS) merupakan unit kerja dari kantor pusat bank konvensional yang berfungsi sebagai kantor induk dari kantor unit yang kegiatannya berdasarkan prinsip syariah, atau unit kerja kantor cabang dari suatu bank dimana bank tersebut berkedudukan di luar negeri yang melaksanakan kegiatannya secara konvensional yang berfungsi sebagai kantor induk dari kantor cabang pembantu syariah dan atau unit syariah.¹⁶

Unit Usaha Syariah tidak berdiri sendiri, karena UUS masih menjadi bagian dari induknya. Selain itu, UUS juga tidak memiliki kantor pusat. Namun meskipun demikian transaksi yang di jalankan oleh UUS tetap terpisah dari transaksi yang terjadi di bank konvensional. UUS juga tidak mempunyai akta pendirian secara terpisah dari induknya bank konvensional. Contoh UUS yaitu: Bank Danamon Syariah, Bank Permata Syariah, dan CIMB Niaga syariah.

¹⁶UU Perbankan No.21 Tahun 2008 Tentang Perbankan Syariah

3. Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS)

Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) merupakan Bank yang dalam melaksanakan kegiatannya berdasarkan pada prinsip syariah, dan dalam kegiatannya BPRS tidak memberikan jasa dalam lalu lintas pembayaran.

Fungsi BPRS hanya sebatas menghimpun dana dan menyalurkan dana.

f. Akad – akad Dalam Transaksi Perbankan Syariah¹⁷

1. Wadiah

Wadiah merupakan akad penitipan barang atau uang antara pihak pertama pemilik barang dengan pihak kedua yang diberi kepercayaan, yang bertujuan untuk menjaga keselamatan, keamanan, serta keutuhan barang atau uang.

2. Mudharabah

Mudharabah merupakan akad kerjasama usaha antara pihak pertama sebagai shahibul maal yang menyediakan seluruh modal dan pihak kedua mudharib yang bertugas sebagai pengelola dana dengan kesepakatan yang sudah disepakati diawal, sedangkan kerugian sepenuhnya ditanggung oleh pihak pertama kecuali pihak kedua melakukan kesalahan yang disengaja, lalai, dan menyalahi perjanjian yang sudah disepakati diawal.

3. Musyarakah

Musyarakah merupakan akad kerjasama antara dua pihak atau lebih dalam menjalankan usaha tertentu dimana masing – masing pihak memberikan porsi dana masing – masing.

¹⁷<http://www.ojk.go.id>. Diakses tanggal 22 Oktober 2017

4. **Murabahah**

Murabahah merupakan akad pembiayaan suatu barang dengan memberitahukan harga belinya kepada pembeli dan pembeli membayarnya dengan harga yang lebih sebagai keuntungan yang telah disepakati antara penjual dan pembeli.

5. **Salam**

Salam adalah akad pembiayaan suatu barang dimana seorang pembeli harus memesannya dan membayarnya terlebih dahulu sesuai kesepakatan yang telah disepakati antara penjual dan pembeli.

6. **Istisna'**

Istishna' merupakan akad pembiayaan barang dalam bentuk pemesanan.

7. **Ijarah**

Ijarah adalah akad pembiayaan dalam untuk memindahkan manfaat dari suatu barang atau jasa berdasarkan transaksi sewa, tetapi tidak disertai pemindahan hak milik.

8. **Qardh**

Qardh adalah akad pembiayaan yang ditujukan untuk nasabah dengan syarat nasabah wajib mengembalikan dana yang diterimanya pada waktu jatuh tempo.

9. **Ijarah Mutahiya Bitamlik (IMBT)**

IMBT adalah akad pembiayaan pemindahan manfaat dan kepemilikan dari suatu barang atau jasa berdasarkan transaksi sewa.

2) **Petani**

Petani merupakan salah satu pekerjaan seseorang dengan cara bercocok tanam pada tanah pertanian. Petani juga dapat disebut sebagai orang yang melakukan cangkok tanam dari lahan pertaniannya atau memelihara pertanian dengan tujuan untuk

memperoleh kehidupan dari kegiatan itu.¹⁸Pertanian merupakan aktivitas dari seseorang dimana orang tersebut berusaha sungguh – sungguh dengan tujuan untuk memperoleh hasil tanaman yang maksimal tanpa mengakibatkan kerusakan alam.Perbedaan antara petani dengan pertanian terletak pada objeknya, hal tersebut disebabkan karena hubungan antara petani dan pertanian tidak dapat dipisahkan antara satu sama lain.

Berdasarkan penjelasan diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa petani asli merupakan petani yang mempunyai tanah sendiri, bukan tanah sewa.Petani asli biasanya menggarap lahan sawah nya sendiri, tidak digarap oleh buruh tani.

a. Ciri – ciri kegiatan pertanian

- a) Ketika petani melakukan proses produksi bahan organik yang dihasilkan dibentuk menggunakan bantuan bahan zat anorganik, kotoran hewan, dan tumbuhan.
- b) Petani selalu berusaha untuk membuat inovasi baru yang bersifat reproduktif dan budidaya.

3) Persepsi

a) Pengertian Persepsi

Persepsi merupakan suatu proses yang di lakukan oleh seseorang dalam hal pemilihan suatu keputusan, penentuan, pengorganisasian dan penginterpretasi guna membentuk gambaran yang berarti mengenai arti.¹⁹ Persepsi merupakan proses yang terjadi didalam diri individu, dimana proses tersebut dimulai dari penerimaan rangsangan, sampai rangsangan tersebut dapat di mengerti oleh individu sehingga individu dapat mengenali siapa

¹⁸Adiwilaga Anwas, 2000, *Pengantar Ilmu Pertanian*, Jakarta: Rineka Cipta, hlm.12

¹⁹ Philip Kotler dan Gary Ammstrung,1997,*Dasar – dasar pemasaran*, Jakarta: PT.Prenlindo, hlm.156

dirinya dan mengenali bagaimana keadaan sekitarnya.²⁰ Sedangkan menurut Kotler, persepsi merupakan suatu proses yang digunakan oleh seseorang dalam hal memilih, mengorganisasikan, dan menginterpretasikan masukan – masukan informasi untuk memperoleh suatu gambaran yang mengandung arti.²¹

b) Proses Terbentuknya Persepsi

Persepsi dapat terbentuk melalui empat tahap, yaitu :²²

1) Perhatian

Perhatian adalah suatu proses yang digunakan untuk menyadari dan merespon sesuatu atau orang. Perhatian yang dilakukan dapat berupa perhatian atas faktor lingkungan, orang, peristiwa maupun objek yang ada disekitarnya.

2) Penyederhanaan

Informasi yang mentah merupakan salah satu hal yang dibutuhkan dalam penyederhanaan. Kemudian informasi tersebut ditafsirkan dan dievaluasi berdasarkan lingkungan yang sedang kita tempati.

3) Penyimpanan dan Mengingat

Penyimpanan dan ingatan merupakan fase yang paling memuaskan, karena pada fase ini ingatan yang disimpan dapat digunakan dalam jangka panjang.

²⁰ Robert Kreitner dan Angelo Kinicki, 2005, *Perilaku Organisasi (Organization Behavior)*, Jakarta: Salemba Empat, hlm.208

²¹ Philip Kotler, 2002, *Manajemen Pemasaran Jilid 1*, Jakarta: PT. Prenlindo, hlm 198

²² Robert Kreitner dan Angelo Kinichi, *Op.Cit*, hlm.208-213

4) Penilaian dan tanggapan

Seseorang dapat memperoleh kembali sebuah informasi dari ingatannya ketika mereka sedang melakukan penilaian dan akan mengambil keputusan. Dalam hal penilaian dan pengambilan keputusan didasarkan pada proses penarikan, penafsiran, dan perpaduan antara informasi yang telah disimpan dalam ingatan jangka panjang atau dapat diperoleh kembali dari penilaian ringkasan yang pernah dibuat.

4) Kualitas Pelayanan

a. Pengertian Pelayanan

Pelayanan yaitu perilaku seorang produsen untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen demi terwujudnya rasa puas pada diri konsumen itu sendiri.²³ Faktor – faktor yang dapat mempengaruhi keputusan nasabah antara lain pelayanan yang cepat dan efisien, sumber daya manusia yang profesional dan transparan, sikap dan perilaku karyawan yang ramah dan sopan, adanya jaminan keamanan dana nasabah.²⁴

Terdapat 6 (enam) karakteristik pelayanan yang dapat digunakan panduan berdasarkan pandangan Islam, antara lain:²⁵

1. Jujur merupakan sikap tidak berbohong, tidak menipu, tidak mengada – ngada fakta, tidak berkhianat dan tidak ingkar janji.
2. Bertanggung jawab dan terpercaya (*Al-Amanah*) adalah suatu sikap dalam menjalankan bisnisnya selalu bertanggung jawab dan dapat dipercaya.

²³ Philip Kotler, 2002, *Manajemen Pemasaran di Indonesia : Analisis, Perencanaan, Implementasi, dan Pengendalian*, Jakarta : Salemba Empat, Hlm.83

²⁴ Kasmir, 2005, “*Etika Customer Service*”, Jakarta : PT. Raja Grafindo, hlm.15

²⁵ Johan Arifin, 2009, “*Etika Bisnis Islami*”, Semarang: Walisongo Press, hlm.153

3. Tidak menipu (*Al-Kadzib*) adalah suatu sikap yang sangat mulia dalam menjalankan bisnisnya tidak pernah menipu, sesuai dengan prinsip dagang yang diterapkan oleh Rasulullah SAW.
4. Menepati janji dan tidak curang, merupakan sikap seorang pebisnis yang selalu menepati janji kepada sesama pebisnis maupun kepada pembeli.
5. Melayani dengan rendah hati (*khidmah*) adalah sikap ramah tamah, sopan santun, murah senyum, suka mengalah, tetapi penuh tanggung jawab.
6. Tidak melupakan akhirat adalah ketika seseorang tersebut sedang menjalankan bisnisnya tidak boleh terlalu sibuk semata – mata untuk mencari keuntungan materi dengan meninggalkan keuntungan akhirat. Ketika datang waktu shalat, mereka wajib melaksanakannya tanpa menunda – nundanya.

b. Dimensi Kualitas Pelayanan

Ada beberapa model dimensi dan model kualitas pelayanan pada bank Islam, antara lain :

1. Model Othman dan Owen

Othman dan Owen menggunakan alternatif yang digunakan sebagai pengukuran *service quality* yang disebut dengan CARTER (*compliance of law, assurance, reliability, tangibel, empaty dan responsiveness*)²⁶

- a. *Compliance* merupakan kepatuhan yang berarti kemampuan untuk tunduk kepada hukum Islam dan beroperasi sesuai prinsip – prinsip perbankan dan ekonomi Islam.
- b. *Assurance* merupakan pengetahuan dan kesantunan pegawai dan kemampuan mereka untuk menyampaikan kebenaran dan

²⁶ Othman and Owen dalam Rafidah, 2014, “Kualitas Pelayanan Islami pada Perbankan Syariah”, Jurnal *NALAR FIQH*, Vol.10 No.2

kerahasiaan yang meliputi komunikasi verbal dan tertulis antara pegawai bank dan nasabah.

- c. *Reliability* (kehandalan) merupakan kemampuan untuk menyediakan layanan yang dijanjikan, konsisten dan akurat.
- d. *Tangible* (kenyataan) yang berarti tampilan dari fasilitas secara fisik peralatan, personal dan materi komunikasi.
- e. *Emphaty* (empati) adalah perhatian secara individu dimana bank – bank Islam menyediakan untuk para konsumen.
- f. *Responsiveness* (ketanggapan) merupakan kerelaan untuk membantu konsumen dan menyediakan pelayanan yang diminta.

2. Model Abdulrahim

Pada model ini Abdulrahim menggunakan *Servqual* dan *Carter* kualitas pelayanan dari bank syariah yang ada di Inggris. Terdapat 7 item yang dapat digunakan untuk mengukur harapan dan persepsi nasabah dengan menggunakan pengukuran skala likert, 7 item tersebut yaitu :²⁷

- a. Layanan diukur menggunakan bank yang beroperasi sesuai dengan hukum Islam, produk dan layanan syariah.
- b. Kenyamanan diukur berdasarkan kenyamanan lokasi bank, jumlah mesin kas yang tersedia, kenyamanan jam kerja.
- c. Efisiensi diukur berdasarkan waktu tunggu yang singkat, pemecahan masalah yang cepat, dan kecepatan transaksi.
- d. Komunikasi diukur berdasarkan komunikasi yang baik, pernyataan bank yang akurat, karyawan yang siap membantu.

²⁷Abdulrahim dalam Rafidah, 2014, “Kualitas Pelayanan Islami pada Perbankan Syariah”, Jurnal *NALAR FIQH*, Vol.10 No.2

- e. Karyawan diukur berdasarkan perhatian, keramahan, kesopanan, pengetahuan, dan ketanggapan saat memberikan bantuan.

5) Produk

a. Pengertian Produk

Secara umum produk dapat diartikan sebagai sesuatu yang dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen, artinya seperti apa wujud dari produk tersebut selama produknya dapat memenuhi keinginan konsumen dan kebutuhan konsumen dapat dikatakan sebagai produk.²⁸ Produk merupakan segala sesuatu yang dapat di promosikan dan dapat memberikan kepuasan bagi konsumennya ketika sedang dipakai atau digunakan.²⁹ Suatu produk tidak hanya sebagai objek – objek yang hanya dapat dilihat tetapi produk juga dapat berupa gabungan dari beberapa manfaat yang dapat memberikan kepuasan bagi konsumen dalam kebutuhan sosial dan psikologis, tidak hanya dalam kebutuhan fungsional.

Suatu produk harus memiliki konsep produk yang dapat digunakan sebagai pegangan bagi pemilik perusahaan agar produk yang ditawarkan dapat senangi oleh konsumennya karena perusahaan tersebut menawarkan produknya dengan mutu serta keistimewaan yang mencolok. Konsep produk ini lebih ditekan pada kualitas, penampilan, dan ciri – ciri terbaik dari produk tersebut.

²⁸ Dr. Kasmir, S.E., M.M, 2014, “*Manajemen Perbankan edisi revisi*”, Depok: PT Rajagrafindo Persada, hlm.216

²⁹ Morissan, 2010, *Periklanan : Komunikasi Pemasaran Terpadu Edisi Pertama*, Jakarta: Kencana Prenadamedia Group, hlm. 34

b. Jenis – jenis Produk Bank

Dalam kehidupan sehari – hari terdapat beberapa jenis jasa bank yang ditawarkan kepada masyarakat, semakin lengkap produk yang ditawarkan oleh bank, semakin mudah bank tersebut memperoleh nasabah baru.

Jenis produk bank konvensional tersebut antara lain :

1. Produk penghimpun dana (*Funding*), produk penghimpun dana dalam bank berupa rekening giro, tabungan dan deposito.
2. Menyalurkan dana (*Lending*), produk penyaluran dana dalam bank berupa kredit investasi, kredit modal kerja, kredit perdagangan, kredit konsumtif, dan kredit produktif.
3. Memberikan jasa – jasa bank lainnya (*services*), jasa – jasa bank yang lainnya yaitu seperti transfer, inkaso, kliring, *safe depositbox*, *bank card*, *bank notes*, dan pembayaran – pembayaran lainnya.

Jenis produk yang ditawarkan oleh bank syariah :

1. Produk penghimpun dana, dalam produk penghimpun dana prinsip yang digunakan oleh bank syariah adalah prinsip wadiah dan prinsip mudharabah.³⁰

a. Wadiah (Simpanan)

Pada prinsipnya wadiah adalah titipan dari satu pihak kepada pihak yang lainnya, baik perorangan atau badan hukum yang harus dijaga dan dikembalikan sewaktu – waktu apabila penitip barang menghendaki.³¹ Terdapat dua jenis wadiah yaitu *wadiah yad-amanah*

³⁰Wirosa, 2011, “*Produk Perbankan Syariah*”, Jakarta: LPFE Usakti, hlm.118-121

³¹ Kasmir, 2002, “*Panduan Praktis Transaksi Perbankan Syariah (Cetakan Pertama)*”, Jakarta: Zikrul Hakim, hlm.217

dan *wadiah yad-dhamanah*. Wadiah biasanya digunakan dalam tabungan dan giro.

b. Mudharabah

Mudarabah merupakan kerjasama antara dua belah pihak dimana pihak pertama bertugas sebagai pemilik dana (*shahibul maal*) dan pihak kedua sebagai pengelola dana (*mudharib*). Ada dua jenis mudharabah yaitu *mudharabah muthlaqah* dan *mudharabah muqayyadah*. Mudharabah biasanya digunakan pada tabungan dan deposito.

2. Produk penyaluran dana, produk penyaluran dalam perbankan syariah yaitu dalam bentuk pembiayaan. Pembiayaan merupakan penyedia dana dan atau tagihan yang dipersamakan dengan itu berupa :³²
 - a. Transaksi bagi hasil dalam bentuk *mudharabah* dan *musyarakah*.
 - b. Transaksi sewa-menyewa dalam bentuk ijarah atau sewa beli dalam bentuk *ijarah muntahiya bittamlik*.
 - c. Transaksi jual beli dalam bentuk piutang *murabahah*, *salam*, dan *istishna*.
 - d. Transaksi pinjam meminjam dalam bentuk piutang *qardh*; dan
 - e. Transaksi sewa – menyewa jasa dalam bentuk ijarah untuk transaksi multijasa.
3. Produk jasa, produk jasa yang ditawarkan oleh bank syariah yaitu berupa ATM, transfer, inkaso, kliring, bank garansi, *letter of credit*, pembayaran gaji, pembayaran telpon dan sebagainya. Prinsip yang digunakan oleh bank syariah dalam produk jasa layanan yaitu prinsip Wakalah, Kafalah,

³² Ibid, hlm. 166-167

Sharf, Hawalah, dan Rahn. Berikut penjelasan dari masing – masing prinsip produk layanan jasa bank syariah :³³

- a. Wakalah adalah perjanjian yang memberikan kuasa kepada orang yang mewakili untuk menjalankan suatu kerja bagi pihak yang diwakili. Wakalah bisa digunakan dalam *letter of credit*, inkaso, dan transfer uang.
- b. Kafalah merupakan jaminan, yaitu menempatkan tanggung jawab seseorang kepada tanggung jawab orang lain. Prinsip kafalah biasa digunakan pada *letter of credit* dan penjaminan syariah.
- c. Sharf merupakan jual beli mata uang. Prinsip sharf yang biasa digunakan dalam perbankan syariah yaitu *money changer*.
- d. Hawalah merupakan akad pengalihan hutang dari pihak yang berhutang kepada pihak lain yang wajib menanggungnya. Beberapa produk perbankan syariah yang menggunakan prinsip hawalah adalah penyelesaian utang dalam impor.
- e. Rahn yaitu menahan sesuatu dengan cara yang dibenarkan yang memungkinkan untuk ditarik kembali.

6) Promosi

a. Pengertian Promosi

Promosi merupakan salah satu kegiatan pemasaran yang digunakan untuk memotivasi konsumen supaya tertarik dengan produk yang ditawarkan oleh seorang produsen.³⁴ Syariah Marketing (Promosi dalam Islam) adalah suatu bisnis yang dalam keseluruhan prosesnya menerapkan nilai – nilai Islam serta

³³ Ibid, hlm. 399-406

³⁴ Dr. Etta Mamang Sangadji, M.Si dan Dr. Sopiah, MM.,M.Pd, 2013, *Perilaku Konsumen Pendekatan Praktis*, Yogyakarta: ANDI, hlm.18

menggunakan tolak ukur dalam proses penciptaan penawaran, dan perubahan value dari suatu inisiator kepada stakeholdernya sesuai dengan akad dan prinsip – prinsip muamalah (bisnis) dalam Islam.³⁵Promosi memiliki beberapa tujuan yaitu .³⁶

- 1) Mengubah tingkah laku konsumen
- 2) Menginformasikan produk apa saja yang ditawarkan kepada konsumen
- 3) Membujuk konsumen agar membeli produk yang ditawarkan oleh produsen
- 4) Mengingat produk yang ditawarkan agar konsumen tidak beralih ke produk lain.

b. Macam – macam promosi

Macam –macam jenis promosi yaitu :³⁷

1) Periklanan

Periklanan adalah bentuk promosi yang tidak dilakukan oleh diri sendiri, berupa promosi ide, barang, dan jasa oleh sponsor tertentu yang membutuhkan pembayaran.

2) Penjualan Perorangan

Penjualan perorangan merupakan presentasi yang dilakukan oleh seseorang dihadapan satu calon konsumen atau lebih agar tercipta transaksi jual – beli.

³⁵ Hermawan Kartajaya dan Muhammad Syakir Sula, 2006, “Syariah Marketing”, Yogyakarta: Mizan, hlm.27

³⁶ Ibid

³⁷ Ibid, hlm.18-20

3) Promosi Penjualan

Promosi penjualan yaitu promosi yang mencakup kiat untuk melakukan promosi untuk menarik konsumen agar tertarik kepada produk yang kita tawarkan, promosi penjualan yang biasa dilakukan yaitu dengan cara sampel produk, kupon, penawaran uang kembali, potongan harga, hadiah langganan, premi dan lain sebagainya.

4) Publisitas

Publisitas yaitu promosi yang bertujuan untuk mendorong pembelian suatu produk secara non pribadi melalui media komersial yang tercantum pada media masa atau sponsor sehingga seorang calon pembeli tidak dibebani biaya secara langsung.

7) Bagi Hasil

a. Pengertian Bagi Hasil

Bagi hasil merupakan pembagian atas hasil usaha yang telah dilakukan oleh kedua belah pihak yang sudah melakukan perjanjian, yaitu *shahibul maal* dan *mudharib*. Bagi hasil biasanya digunakan untuk produk – produk penyertaan, baik itu penyertaan yang sebagian atau penyertaan yang menyeluruh, dapat juga digunakan dalam bentuk bisnis korporasi (kerjasama). Para pihak yang terlibat dalam kerjasama tersebut harus melakukan kemitraan secara baik dan ideal dengan lembaga keuangan syariah, sehingga antara *shahibul maal* dengan *Mudharib* jika mendapatkan keuntungan harus dibagi secara adil dan proporsional sesuai porsi nya. Pembagian keuntungan tersebut ditetapkan dengan menggunakan nisbah. Nisbah yaitu persentase yang

disetujui oleh kedua belah pihak dalam menentukan bagi hasil atas usaha yang dikerjasamakan.³⁸

b. Sistem Bagi Hasil (*Profit Sharing*)

Prinsip bagi hasil dalam lembaga keuangan syariah dapat dilakukan dalam empat akad utama, yaitu :

a) *Al-Musyarakah*

Al-musyarakah merupakan akad antara dua belah pihak atau lebih untuk suatu usaha tertentu, kedua belah tersebut memberikan kontribusi dana dengan kesepakatan diawal bahwa keuntungan dan resiko ditanggung bersama – sama.

b) *Al-Mudharabah*

Al- mudharabah adalah akad kerja sama antara dua belah pihak, pihak pertama yang menyediakan modal keseluruhan (100%), sedangkan pihak yang lainnya sebagai pengelola. Keuntungan dari kerjasama ini dibagi menurut perjanjian kontrak, sedangkan apabila terjadi kerugian maka kerugian ditanggung oleh pemilik modal selama kerugian tersebut tidak disebabkan oleh kelalaian pengelola. Jika kerugian disebabkan oleh kelalaian pengelola, maka pengelola harus bertanggung jawab atas kerugian tersebut.

c) *Al-Muzara'ah*

Al-Muzara'ah adalah bentuk kerjasama dalam pengolahan lahan pertanian, yaitu antara pemilik lahan dengan penggarap lahan. Pemilik lahan memberikan lahan pertaniannya kepada

³⁸Ismail, 2011. *Perbankan Syariah*, Jakarta: Prenada Media Group, hlm.95-96

penggarap lahan untuk di tanami dan dipelihara dengan imbalan sesuai kesepakatan diawal sesuai presentase dari hasil panen.

d) *Al- Musaqah*

Al-musaqah merupakan bentuk sederhana dari *al-muzara'ah* dimana penggarap lahan hanya bertugas dalam hal penyiraman dan pemeliharaannya saja. Penggarap mendapatkan imbalan atas nisbah dari hasil panen.

c. Perbedaan Bunga dan Bagi Hasil

Bunga bank dan bagi hasil memiliki perbedaan yang sangat nyata, perbedaan itu dapat dilihat dari tabel berikut ini:³⁹

Tabel 1.4

Perbedaan Bunga Bank dan Sistem Bagi Hasil

BUNGA	BAGI HASIL
Penentuan bunga dibuat pada waktu akaddengan asumsi harus selalu untung.	Penentuan besarnya rasio atau nisbah bagi hasil dibuat dengan berpedoman pada kemungkinan untung rugi.
Besarnya prosentase ditentukan berdasarkan pada jumlah uang (modal) yang dipinjamkan.	Besarnya rasio bagi hasil berdasarkan pada jumlah keuntungan yang diperoleh.
Pembayaran bunga tetap seperti yang dijanjikan tanpa pertimbangan apakah proyek yang dijalankan oleh pihak nasabah untung atau rugi.	Bagi hasil bergantung pada keuntungan proyek yang dijalankan bila usaha merugi, kerugian akan ditanggung bersama oleh kedua belah pihak.
Jumlah pembayaran bunga tidak meningkat sekalipun jumlah keuntungan berlipat atau keadaan ekonomi sedang	Jumlah pembagian laba meningkat sesuai dengan peningkatan jumlah pendapatan.

³⁹Muhammad Syafi'i Antonio, 2001, *Bank Syariah Dari Teori ke Praktik*, Jakarta: Gema Insani, hal.61

“booming”.	
Eksistensi bunga diragukan (kalau tidak di kecam) oleh semua agama, termasuk Islam.	Tidak ada yang meragukan keabsahan bagi hasil.

C. Hipotesis

Hipotesis adalah pernyataan sementara atau dugaan sementara dari rumusan masalah suatu penelitian dan masih memerlukan pengujian untuk memastikan kebenarannya. Sebuah hipotesis dapat diuji kebenarannya menggunakan pengujian yang disebut dengan pengujian hipotesis (*testing hypothesis*). Ada 2 jenis hipotesis yaitu hipotesis nol (H_0) dan hipotesis alternatif (H_1). Hipotesis nol yaitu sebuah hipotesis yang menyatakan tidak ada pengaruh antara satu variabel dengan variabel lainnya, sedangkan hipotesis alternatif adalah hipotesis yang menyatakan terdapat pengaruh antara variabel satu dengan variabel lainnya.

Untuk menentukan sebuah hipotesis digunakan tabel uji hipotesis bivariante dan tabel skala penelitian. Hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah :

- H1 : Kualitas pelayanan secara signifikan berpengaruh terhadap persepsi petani tebu pada perbankan syariah.
- H2 : Produk secara signifikan berpengaruh terhadap persepsi petani tebu pada perbankan syariah.
- H3 : Promosi secara signifikan berpengaruh terhadap persepsi petani tebu pada perbankan syariah.
- H4 : Bagi hasil secara signifikan berpengaruh terhadap persepsi petani tebu pada perbankan syariah.