

## BAB II

### TINJAUAN PUSTAKA DAN LANDASAN TEORI

#### A. Tinjauan Pustaka

Berikut beberapa relevansi tinjauan pustaka berdasarkan pokok permasalahan yang diambil dari jurnal, skripsi, dan buku untuk memudahkan dalam menyusun skripsi. Adapun beberapa jurnal yang menjadi acuan pustaka, sebagai berikut:

Tabel 2.1

Tinjauan Pustaka

No.	Penelitian	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
1.	Putri Septi Maharani. (2017). Persepsi Petani Tebu Terhadap Bank Syariah (Studi Kasus Petani Tebu di Kecamatan Tangen Kabupaten Sragen). Jurnal Ekonomi dan Keuangan. Vol 1. No.02.	Kesimpulan penelitian ini yaitu keempat variabel tersebut secara bersama – sama berpengaruh signifikan terhadap persepsi petani tebu pada perbankan syariah, variabel kualitas pelayanan dan variabel promosi tidak berpengaruh signifikan terhadap persepsi petani tebu pada perbankan syariah, sedangkan variabel produk dan bagi hasil berpengaruh signifikan terhadap persepsi	Penelitian ini menggunakan variabel kualitas pelayanan, produk, promosi, bagi hasil, dan persepsi terhadap perbankan syariah. Menggunakan metode penelitian kuantitatif deskriptif dan teknik pengambilan sampelnya yang digunakan teknik sampel <i>random sampling</i> .	Penelitian ini menggunakan objek yang berbeda yaitu petani tebu serta tidak menggunakan uji secara simultan dalam keseluruhan variabelnya.

		petani tebu pada perbankan syariah.		
2.	Muhammad Yasir Yusuf Jalilah. (2016). Persepsi Etnis Tionghoa Dalam Meningkatkan Minat Terhadap Perbankan Syariah Di Kota Banda Aceh. Jurnal Ekonomi Syariah. Vol 4 No.2.	Kesimpulan penelitian ini pengaruh persepsi terhadap minat etnis Tionghoa di Kota Banda Aceh pada perbankan syariah memiliki hubungan yang erat antara variabel bebas dengan variabel terikat sebesar 86,1%. Minat etnis Tionghoa di Kota Banda Aceh terhadap perbankan syariah dipengaruhi oleh faktor persepsi yaitu variabel individu, objek dan lingkungan. Adapun variabel yang memiliki pengaruh paling signifikan adalah variabel lingkungan yang berarti faktor kedekatan lokasi maupun masukan-masukan dari lingkungan sekitar lebih mempengaruhi minat etnis Tionghoa di Kota Banda Aceh terhadap perbankan syariah dari pada faktor objek atau individu. Mayoritas dari masyarakat etnis Tionghoa yang pernah bertransaksi pada perbankan syariah adalah mereka yang lokasi tempat tinggalnya atau aktivitasnya dekat dengan	Penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif dengan variabel persepsi yang membahas terhadap minat memilih bank syariah. Data penelitian diperoleh dari penyebaran kuesioner. Analisis data yang digunakan menggunakan regresi linear berganda.	Dalam penelitian ini menggunakan variabel independen yang berupa faktor individu, objek dan lingkungan dengan faktor dependennya adalah minat etnis Tionghoa. Teknik pengambilan sampelnya <i>Non Probability Sampling</i> dengan metode <i>Coinvinnence Sampling</i> .

		lokasi kantor perbankan syariah.		
3.	Junaidi. (2015). Persepsi Masyarakat Untuk Memilih dan Tidak Memilih Bank Syariah (Studi Kota Palopo). Jurnal Fokus Bisnis. Vol 14. No. 02.	Kesimpulan penelitian ini yaitu rata – rata masyarakat beranggapan positif terhadap perbankan syariah ditinjau dari aspek religiusitas dan tingkat bagi hasil 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.	Penelitian ini menggunakan variabel yaitu pengetahuan, pelayanan dan fasilitas serta lokasi. Metode penelitiannya menggunakan kuesioner.	Dalam penelitian ini menggunakan variabel religiusitas dan tingkat bagi hasil tabungan. Populasi dibagi menjadi <i>cluster</i> .
4.	Nining Wahyuningsih dan Eva Nur'ana. (2016). Pengaruh Presepsi Masyarakat Desa Pejagan Tentang Perbankan Syariah Terhadap Minat Menjadi Nasabah Bank	Hasil penelitian ini menyatakan bahwa ada pengaruh yang signifikan antara persepsi masyarakat Desa Pejagan tentang perbankan syariah terhadap minat menjadi nasabah perbankan syariah yakni sebesar 0,249. Dengan persentase sumbangan	Penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif deskriptif yang membahas tentang persepsi masyarakat yang diperoleh dari hasil penyebaran kuesioner. Teknik analisis data yang digunakan menggunakan metode regresi linear	Dalam penelitian ini menggunakan objek masyarakat Desa Pejagan. Variabelnya tidak diuji secara simultan.

	Syariah. Jurnal I-Ekonomi. Vol 2 No.1.	pengaruh variabel persepsi masyarakat tentang perbankan syariah terhadap minat sebesar 7,5% sedangkan sisanya sebesar 92,5% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini.	berganda. Sampel yang diperoleh sebanyak 100 sampel. Teknik pengambilan sampel menggunakan teknik <i>random sampling</i> .	
5.	Gicella Fanny Andriani dan Halmawati. (2019). Pengaruh Bagi Hasil Kelompok Acuan, Kepercayaan Dan Budaya Terhadap Minat Menjadi Nasabah Bank Syariah. Jurnal Eksplorasi Akuntansi. Vol 1 No.3.	Hasil penelitian ini menyatakan bahwa bagi hasil tidak berpengaruh positif terhadap minat menjadi nasabah bank syariah. Kelompok acuan tidak berpengaruh positif terhadap minat menjadi nasabah bank syariah. Kepercayaan berpengaruh positif terhadap minat menjadi nasabah bank syariah. Serta budaya berpengaruh positif terhadap minat menjadi nasabah bank syariah.	Penelitian ini membahas tentang penelitian kuantitatif dengan variabel bagi hasil. Penelitian ini merupakan penelitian lapangan dengan menggunakan kuesioner. Menggunakan sebanyak 100 sampel. Penelitian ini merupakan penelitian lapangan yang menggunakan wawancara dan kuesioner. Penelitian ini menggunakan regresi linear berganda.	Dalam penelitian ini menggunakan variabel independen yaitu kelompok acuan, kepercayaan serta budaya dengan variabel dependennya yaitu minat menjadi nasabah bank syariah.
6.	Sri Wahyuni. (2017). Pengaruh Persepsi Kualitas Pelayanan Dan Bagi Hasil Terhadap Minat Masyarakat Menjadi Nasabah Bank Syariah. Jurnal Manajemen Bisnis. Vol 2 No.2.	Hasil penelitian ini menyatakan bahwa persepsi dapat mempengaruhi minat seseorang karena persepsi mencerminkan pemahaman dan tanggapan terhadap informasi yang diterima baik secara langsung atau tidak, kualitas pelayanan mencerminkan suatu kinerja dari jasa yang diberikan serta	Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif yang membahas tentang persepsi kualitas pelayanan serta persepsi bagi hasil. Dalam penelitian ini data yang diperoleh dari hasil kuesioner yang	Dalam penelitian ini yang menjadi variabel dependen adalah minat menjadi nasabah bank syariah. Penelitian ini tidak menggunakan uji secara simultan pada keseluruhan variabelnya.

		<p>produk yang ditawarkan mencerminkan hasil kinerja yang diberikan kepada nasabah. Semakin baik kualitas pelayanan bank syari'ah dan produk yang diberikan dapat dipahami masyarakat menimbulkan persepsi yang baik yang pada akhirnya menimbulkan minat pada diri seseorang menjadi nasabah bank syari'ah.</p>	<p>menggunakan metode regresi linear berganda.</p>	
7.	<p>Imran dan Bambang Hendrawan. (2017). Pengaruh Persepsi Masyarakat Batam Tentang Bank Syariah Terhadap Minat Menggunakan Produk Bank Syariah. Jurnal Business Administration. Vol 1 No.2.</p>	<p>Hasil penelitian ini menyatakan bahwa persepsi bunga bank berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan produk bank syariah. Persepsi sistem bagi hasil berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan produk bank syariah. Persepsi pengetahuan produk bank syariah tidak berpengaruh terhadap minat menggunakan produk bank syariah. Secara simultan bunga bank, bagi hasil dan pengetahuan mengenai produk bank bank syariah memiliki pengaruh signifikan terhadap minat menggunakan produk bank syariah.</p>	<p>Penelitian ini membahas tentang penelitian kuantitatif dengan variabel sistem bagi hasil dan produk bank syariah. Teknik pengumpulan datanya menggunakan kuesioner dengan jumlah sebanyak 100 sampel. Metode analisis data yang digunakan adalah analisis linier berganda dengan uji hipotesis menggunakan uji F dan uji t.</p>	<p>Dalam penelitian ini menggunakan penelitian yang menggunakan variabel bunga bank. Variabel dependen dalam penelitian ini adalah minat menggunakan produk. Metode pengambilan sampel yang digunakan adalah <i>Accidental Sampling Method</i>.</p>

8.	Hendi Prihanto. (2017). Analisis Terhadap Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Masyarakat Untuk Menabung Di Bank Syariah. Jurnal Provita. Vol 10 No.1.	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa persepsi, kemudahan dalam bertransaksi, dan bagi hasil memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan masyarakat dalam memilih menabung di bank syariah. Sedangkan variabel jaminan atas keamanan investasi masyarakat di bank syariah tidak berpengaruh positif terhadap keputusan masyarakat dalam memutuskan untuk memilih menabung di bank syariah.	Penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif dengan variabel bagi hasil. Pengumpulan data dilakukan dengan wawancara dan pembagian kuesioner. Menggunakan metode regresi linear berganda.	Dalam penelitian ini menggunakan variabel persepsi kepercayaan, kemudahan bertransaksi, serta jaminan keamanan dengan variabel dependennya adalah keputusan masyarakat. Teknik pengambilan sampel menggunakan teknik sampel <i>cluster</i> .
9.	Rahmah Yulianti. (2015). Pengaruh Minat Masyarakat Aceh Terhadap Keputusan Memilih Produk Perbankan Syariah. Jurnal Dinamika Akutansi Dan Bisnis. Vol 2 No.1.	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa motif religius berpengaruh positif terhadap variabel pertimbangan nasabah dalam memutuskan memilih produk bank syariah. Semakin baik dalam implementasi syariah maka nasabah akan semakin mempertimbangkan untuk memilih produk bank syariah. Sedangkan kualitas layanan berpengaruh positif terhadap variabel pertimbangan nasabah dalam memutuskan untuk memilih bank syariah. Semakin baik kualitas layanan yang ditawarkan, maka nasabah	Penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif yang membahas tentang kualitas pelayanan. Data yang diperoleh dari penelitian ini menggunakan kuesioner dan wawancara. Metode yang digunakan menggunakan regresi linear berganda.	Dalam penelitian ini menggunakan variabel independen motif religius sedangkan variabel dependennya adalah keputusan memilih produk perbankan syariah. Teknik pengambilan sampelnya menggunakan <i>purposive sampling</i> .

		cenderung untuk lebih memilih produk bank syariah.		
10.	Titik Herawati. (2017). Pengaruh Persepsi Masyarakat NTB Tentang Perbankan Syariah Terhadap Minat Menjadi Nasabah Di Bank NTB Syariah. Jurnal Modernisasi. Vol 10 No.2.	Hasil penelitian ini menyatakan bahwa persepsi masyarakat berpengaruh terhadap minat menjadi nasabah di bank NTB Syariah sebesar 0,146 atau 14,6%.	Penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif dengan membahas tentang persepsi masyarakat yang diperoleh dari hasil melakukan penyebaran kuesioner yang menggunakan teknik <i>random sampling</i> sebanyak 100 sampel yang diambil. Analisis data yang digunakan menggunakan metode regresi linear berganda.	Dalam penelitian ini menggunakan variabel dependen yaitu minat dalam menjadi nasabah bank syariah.

## B. Landasan Teori

### 1. Perbankan Syariah

#### a. Pengertian Perbankan Syariah

Menurut Otoritas Jasa Keuangan (2017) tentang syariah, bank pada dasarnya adalah entitas yang melakukan penghimpunan dana dari masyarakat dalam bentuk pembiayaan atau dengan kata lain melaksanakan fungsi intermediasi keuangan. Dalam sistem perbankan di Indonesia terdapat dua macam sistem operasional perbankan, yaitu bank konvensional dan bank syariah. Sesuai UU No. 21 tahun 2008 tentang Perbankan Syariah, 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*), kemaslahatan (*maslahah*), universalisme (*alamiyah*), serta tidak mengandung *gharar*, *maysir*, *riba*, *zalim* dan obyek yang haram.

Menurut jenisnya, bank syariah terdiri atas Bank Umum Syariah (BUS), Unit Usaha Syariah (UUS) dan Bank Perkreditan Rakyat Syariah (BPRS). Selain itu, UU Perbankan Syariah juga mengamankan bank syariah untuk menjalankan fungsi sosial dengan menjalankan fungsi seperti lembaga *baitul mal*, yaitu menerima dana yang berasal dari zakat, infak, sedekah, hibah, atau dana sosial lainnya dan menyalurkannya kepada pengelola wakaf (*nazhir*) sesuai kehendak pemberi wakaf (*wakif*).

#### b. Perbedaan Bank Syariah dengan Bank Konvensional

Menurut Antonio (2001: 29) bank syariah dan bank konvensional memiliki beberapa persamaan dan perbedaan, 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 perbedaan terletak pada aspek legal, struktur organisasi, usaha yang dibiayai dan lingkungan kerja. Penjelasan mengenai perbedaan bank syariah dengan bank konvensional yang dapat dilihat seperti pada tabel dibawah, yaitu: (Ismail, 2011: 38)

**Tabel 2.2**

**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> bank yang dibayar kepada nasabah penyimpan dan <i>return</i> 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 kesejahteraan masyarakat.	4.	Orientasi pembiayaan, untuk memperoleh keuntungan atas dana yang dipinjamkan.
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.

Sumber: Ismail. 2011. *Perbankan Syariah*. Hlm 38

### c. Fungsi Utama Bank Syariah

Adapun bank syariah memiliki tiga fungsi utama yaitu: (Ismail, 2011: 39-42)

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

Menurut Otoritas Jasa Keuangan (2017), 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 partner dan mengikutsertakan modal dalam usaha yang dijalankan.
- b. Transaksi sewa menyewa dalam bentuk *ijarah* atau sewa beli dalam bentuk *ijarah muntahiya bittamlik* (IMBT). *Ijarah* adalah akad pembiayaan dalam bentuk memindahkan manfaat dari suatu barang atau jasa berdasarkan transaksi

sewa, tetapi tidak disertai pemindahan hak milik. Sedangkan *ijarah mutahiya bittamlik* (IMBT) adalah akad pembiayaan pemindahan manfaat dan kepemilikan dari suatu barang atau jasa berdasarkan transaksi sewa.

- c. Transaksi jual beli dalam bentuk piutang *murabahah*, *salam*, dan *istishna*. *Murabahah* adalah akad pembiayaan suatu barang dengan memberitahukan harga belinya kepada pembeli dan pembeli membayarkannya dengan harga yang lebih sebagai keuntungan yang telah disepakati antara penjual dan pembeli, *salam* adalah akad pembiayaan suatu barang dimana seorang pembeli harus memesannya dan membayarnya terlebih dahulu sesuai kesepakatan yang telah disepakati antara penjual dan pembeli, dan *istishna* adalah akad pembiayaan barang dalam bentuk pemesanan.
- d. Transaksi pinjam meminjam dalam bentuk piutang *qardh*. *Qardh* merupakan akad pembiayaan yang ditujukan untuk nasabah dengan syarat nasabah wajib mengembalikan dana yang diterimanya pada waktu jatuh tempo.
- e. Transaksi penitipan barang atau uang dalam bentuk *wadiah*. *Wadiah* merupakan akad penitipan barang atau uang antara pihak pertama pemilik barang dengan pihak kedua yang diberikan kepercayaan, yang bertujuan untuk menjaga keselamatan, keamanan, serta keutuhan barang atau uang.

### 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 diberikan berupa: pengiriman uang (*transfer*), pemindahbukuan, penagihan surat berharga, kliring, *letter of credit*, inkaso, garansi bank, pelayanan jasa bank yang lainnya.

d. Prinsip-prinsip Bank Syariah

Pada dasarnya prinsip-prinsip perbankan syariah paling tidak ada dua yaitu: (Zainul, 2006: 11)

- 1) Prinsip *At Ta'awun*, yaitu saling membantu dan saling bekerja sama diantara anggota masyarakat untuk kebaikan.
- 2) Prinsip menghindari *Al Iktinaz*, yaitu menahan penggunaan uang (dana) dengan membiarkan menganggur (*idle*) dan tidak berputar dalam transaksi yang bermanfaat bagi masyarakat umum.

e. Struktur Perbankan Syariah

Menurut Otoritas Jasa Keuangan (2017), berdasarkan kegiatannya bank syariah dibedakan menjadi 3 yaitu:

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 dibawah koordinasi bank konvensional, sehingga aktifitasnya terpisah dengan konvensional. Fungsi utama bank umum syariah yaitu: penghimpun dana dari masyarakat, penyalur 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)

Menurut UU Perbankan No.21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah, 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 di mana 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.

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 dijalankan 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.

## 3. Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS)

Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) merupakan bank yang dalam melaksanakan kegiatannya berdasarkan prinsip syariah, dan dalam kegiatannya BPRS tidak memberikan jasa dalam lalu lintas pembayaran. Fungsi BPRS hanya sebatas menghimpun dana dan menyalurkan dana.

## 2. Petani

Petani merupakan salah satu pekerjaan seseorang dengan cara bercocok tanam pada tanah pertanian. Petani juga dapat disebut sebagai orang yang melakukan cocok tanam dari

lahan pertaniannya atau memelihara pertanian dengan tujuan untuk memperoleh kehidupan dari kegiatan itu. Menurut Adiwilaga (2000: 12) pertanian merupakan aktivitas dari seseorang dimana orang tersebut berusaha sungguh-sungguh dengan tujuan 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.

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (1997: 1008) yang dimaksud petani adalah orang yang pekerjaannya bercocok tanam. Sedangkan arti kata tani adalah mata pencarian dalam hal bercocok tanam (mengusahakan tanah dengan tanam menanam). Petani Kopi adalah seseorang yang bergerak di bidang bisnis pertanian utamanya dengan cara melakukan pengelolaan tanah dengan tujuan untuk menumbuhkan dan memelihara tanaman kopi, dengan harapan untuk memperoleh hasil dari tanaman tersebut untuk di gunakan sendiri ataupun menjualnya kepada orang lain.

Pertanian merupakan dasar kehidupan ekonomi manusia, selain menjadi sumber daya makanan utama pertanian juga menyumbangkan potensi lain baik sebagai bahan perdagangan maupun sebagai bahan dasar industri. Berdasarkan tinjauan studi geografi, pertanian adalah suatu sistem keruangan yang merupakan perpaduan subsistem fisis dan subsistem manusia. Kedalam subsistem fisis termasuk komponen-komponen tanah, iklim, hidrografi, topografi, dan dengan segala proses alamiahnya. Sedangkan kedalam subsistem manusia termasuk tenaga kerja, kemampuan teknologi, tradisi yang berlaku dalam kehidupan masyarakat, kemampuan ekonomi, dan kondisi politik setempat (Sumaatmadja, 1988: 166-167).

Tanaman kopi merupakan tanaman yang cocok pada kondisi topografi yang cukup tinggi, di mana ketinggian suatu tempat dapat mempengaruhi kecocokan bagi suatu jenis tanaman tertentu termasuk tanaman kopi untuk dapat tumbuh dan berkembang dengan baik.

Kecamatan Kledung merupakan daerah dataran tinggi dengan ketinggian rata-rata 1.138m di atas permukaan laut, sehingga sangat cocok untuk perkebunan kopi yang mengakibatkan banyaknya kepala rumah tangga yang bermata pencarian sebagai petani khususnya petani kopi.

Jenis kopi yang di produksi di Kecamatan Kledung adalah jenis kopi arabika yaitu jenis kopi yang dapat tumbuh subur dan produktif pada ketinggian 500–2000m di atas permukaan laut sehingga jenis kopi ini sangat cocok di produksi di daerah tersebut. sejalan dengan pemikiran di atas, Kanasius (1991: 18) menegaskan:

“Tidak semua jenis kopi dapat subur dan produktif pada ketinggian yang sama, hal ini tergantung kepada jenisnya. Jenis kopi arabika di tanam pada ketinggian 500-2000m, tetapi ketinggian yang optimal adalah 800-1500m, kopi robusta di tanam pada ketinggian 0-1000m, tapi yang optimal pada ketinggian 400-800m sedangkan jenis liberika dapat tumbuh dengan baik pada dataran rendah”.

Tanaman kopi merupakan jenis tanaman yang kukuh, kuat dan kaku. Tanaman kopi hidup subur di daerah pegunungan yang sejuk dengan masa panen dalam waktu 1 tahun sekali panen. Salah satu kunci keberhasilan budidaya kopi yaitu di gunakan bahan tanaman unggul sesuai dengan kondisi agroklimat tempat penanaman. Kondisi perkebunan kopi di indonesia sangat beragam dan setiap lingkungan tersebut memerlukan adaptabilitas

spesifik dari bahan tanaman yang dianjurkan. Pada tanaman kopi iklim dan tanah sangat berpengaruh terhadap perubahan morfologi, pertumbuhan dan daya hasil (<https://binaukm.com> diakses pada 24 Desember 2019 pukul 21.00 WIB).

Adapun syarat tumbuh kopi adalah sebagai berikut:

a. Lokasi:

1. Letaknya terisolir dari pertanaman kopi varietas kurang lebih 100m.
2. Lahan bebas hama dan penyakit.
3. Mudah pengawasan.

b. Tanah:

1. PH tanah: 5,5-6,5
2. Top Soil: Minimal 2%
3. Struktur tanah: Subur, Gembur kedalam relatif > 100 cm

c. Iklim:

1. Tinggi tempat: 800-2000 m di atas permukaan laut.
2. Suhu: 15 C- 25 C.
3. Curah Hujan: 1.750- 3000 mm/tahun dengan bulan kering 3 bulan.

d. Bahan tanaman:

1. Sumber benih harus berasal dari kebun induk atau perusahaan yang telah ditunjuk.
2. Umur bibit 8-12 bulan.
3. Tinggi 20-40 cm.

4. Jumlah minimal daun tua 4-7.
  5. Jumlah cabang primer 1.
  6. Diameter batang 5-6cm.
- e. Kebutuhan Bibit/ha:
1. Jarak tanaman: 1,25m x 1,25m.
  2. Populasi 6.400 tanaman.
  3. Untuk Sulaman 25%.
- f. Panen:
1. Kopi Arabika mulai berbuah pada umur 4 tahun.
  2. Petik buah yang betul masak dengan warna merah, tua agar menghasilkan kopi yang berkualitas.
  3. Kopi arabika panen dalam waktu 1 tahun sekali.
  4. Pada waktu panen (pemetikan) agar berhati-hati supaya tidak ada bagian pohon/cabang/ranting) yang rusak.

Dari hal tersebut perlu adanya usaha pemilihan jenis kopi yang mempunyai nilai ekonomis dan rasa yang relatif baik serta serta pemeliharaan yang maksimal untuk mendapatkan hasil produksi yang baik.

### **3. Persepsi**

#### **a. Pengertian Persepsi**

Menurut Setiadi (2013: 91) persepsi sebagai aktivitas yang memungkinkan manusia mengendalikan rangsangan-rangsangan yang sampai kepadanya melalui alat

inderanya, menjadikan kemampuan itulah di mungkinkan individu mengenali *milleu* (lingkungan pergaulan) hidupnya. Terdapat dua macam persepsi yaitu: (Sunaryo, 2004: 94)

1) *External perception* adalah persepsi yang terjadi karena adanya sebuah rangsangan yang datang dari luar individu.

2) *Self-perception* adalah persepsi yang terjadi karena sebuah rangsangan berasal dari dalam individunya sendiri. Pada hal ini dirinya sendiri yang menjadi objek.

#### b. Proses Terbentuknya Persepsi

Persepsi dapat terbentuk melalui empat tahap (Kreitner dan Kinichi, 2005: 208-213) yaitu:

##### 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.

##### 4) Penilaian dan tanggapan

Seseorang dapat memperoleh kembali sebuah informasi dari ingatannya ketika mereka sedang melakukan penilaian dan akan mengambil keputusan. Dalam hal ini penilaian dan ingatan 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 telah dibuat.

c. Faktor-faktor yang mempengaruhi persepsi

Menurut Stephen (2003: 170-171) terdapat tiga faktor yang mempengaruhi persepsi yaitu:

- 1) Faktor yang berada dalam diri yang mempersepsi (*perceiver*) berupa sikap, alasan atau sebab, minat, pengalaman, dan dugaan.
- 2) Faktor yang berada dalam objek yang dipersepsikan (*target*), berupa sesuatu yang baru, suara, ukuran, latar belakang dan dekatnya.
- 3) Faktor yang berada dalam situasi (*situation*), berupa bentuk, keadaan pekerjaan dan *social setting*.

Jadi persepsi pada dasarnya adalah pola respon seseorang tentang sesuatu yang dipengaruhi oleh faktor-faktor kesiapan, tujuan, kebutuhan, pengetahuan, pengalaman, faktor lingkungannya dan sebagainya.

Adapun faktor-faktor persepsi dari penelitian ini adalah faktor dari lokasi, promosi, kualitas layanan, produk, bagi hasil, pengetahuan serta pendidikan terhadap perbankan syariah.

#### **4. Lokasi**

*Place* atau lokasi kantor dan distribusi merupakan hal yang membuat konsumen mudah untuk membelinya. Semakin sulit lokasi yang dijangkau oleh seorang konsumen semakin banyak pula promosi yang digunakan. Pada usaha retail (eceran) lokasi memegang peran yang sangat penting karena tempat usahanya akan didatangi oleh konsumen. Berbeda dengan usaha yang dilakukan oleh penjualnya dengan mendatangi konsumen, lokasi kantor tidak terlalu diperhatikan. Namun jika ada sebuah usaha yang lokasinya jauh dari keramaian akan tetapi bisa laris pasti ada keunggulan lain, salah satunya promosi yang dilakukan dari mulut ke mulut. Lokasi juga harus mementingkan rasa aman dan nyaman oleh para pelanggannya (Suharno, 2008: 34).

Lokasi bank adalah tempat dimana diperjualbelikannya produk cabang bank atau pusat pengendalian perbankan. Dalam praktiknya ada beberapa macam lokasi kantor bank yaitu lokasi kantor pusat, cabang utama, cabang pembantu, kantor kas, dan lokasi mesin-mesin Anjungan Tunai Mandiri (Kasmir, 2008: 145).

Bank sebaiknya ditempatkan di lokasi yang strategis, dekat dengan pusat bisnis misalnya, pasar, toko dan sarana layanan umum seperti kantor pemerintah, stasiun, terminal, dan juga tempat pemukiman yang dari sisi sosial ekonomi sesuai dengan sasaran bank. Dalam melakukan penentuan lokasi bank tidak hanya berdasarkan tempat strategis saja melainkan harus mempertimbangkan faktor populasi, fungsi kantor cabang, persaingan, nilai tanah, dan potensi pengembangan ke depan penting untuk dipertimbangkan. Bank juga menilai bahwa jumlah penduduk yang besar lebih berpotensi untuk dijadikan bisnis dari pada yang berpenduduk sedikit. Faktor geografis juga berperan penting dalam pemilihan lokasi. Wilayah-wilayah yang secara geografis sulit untuk dijangkau kurang menarik hal itu dikarenakan akses nasabah ke kantor bank juga

akan sulit. Faktor lain juga harus dipertimbangkan seperti ketersediaan transportasi umum, sarana, dan prasarana (Suryani, 2017: 156).

Setelah lokasinya ditentukan, maka aspek penting lainnya adalah atribut yang terkait dengan kantor atau tempat Bank itu sendiri. Aspek tempat itu sendiri yang perlu diperhatikan adalah:

a. Tempat parkir kendaraan

Sebagian masyarakat di Indonesia menggunakan transportasi pribadi, seperti mobil dan motor. Untuk hal itu tempat parkir menjadi aspek yang penting terutama di perkotaan.

b. Ruang kantor yang nyaman

Ruang kantor yang bersih, tertata rapi, sejuk dan indah akan disenangi oleh para nasabah yang masih menunggu dan belum mendapatkan antrian layanan. Kenyamanan ruang yang diberikan oleh bank dapat menjadi daya tarik tersendiri untuk tetap setia pada bank. Ruang yang nyaman juga tidak membuat nasabah emosi apabila mendapatkan pelayanan yang kurang memuaskan, seperti:

1. Tata letak ruangan

Tata letak ruangan yang memberikan keluasan pada nasabah untuk memanfaatkan produk dan jasa perbankan yang ada. Ruangan yang luas atau tidak sempit bisa membuat nasabah merasa nyaman, sehingga nasabah dapat menikmati suasana walaupun sedang mengantri.

2. Ruang tunggu untuk nasabah

Ruang tunggu yang dilengkapi dengan kursi membuat nasabah merasa nyaman sehingga nasabah tidak harus berdiri untuk mengantri.

### 3. Sistem antrian

Sistem antrian perlu dan wajib untuk diterapkan di masyarakat kita dengan tujuan nasabah merasa diperlakukan adil dan tertib, tidak diserobot oleh nasabah lainnya yang menimbulkan konflik antar nasabah. Dari sisi pegawai bank adanya sistem antrian ini memudahkan dalam melayani nasabah (Suryani, 2017: 157).

## 5. Promosi

### a. Pengertian Promosi

Menurut Sangadji dan Sophiah (2013: 18) promosi merupakan salah satu kegiatan pemasaran yang digunakan untuk memotivasi konsumen supaya tertarik dengan produk yang ditawarkan oleh seorang produsen. Menurut Kartajaya dan Sula (2006: 27) Syariah Marketing (promosi dalam Islam) adalah suatu bisnis yang dalam keseluruhan prosesnya menerapkan nilai-nilai Islam serta menggunakan tolak ukur dalam proses penciptaan penawaran, dan perubahan *value* dari suatu inisiator kepada *stake holder* sesuai dengan akad dan prinsip-prinsip *muamalah* (bisnis) dalam Islam. Promosi memiliki beberapa tujuan yaitu:

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. Mengingatkan produk yang ditawarkan agar konsumen tidak beralih ke produk lain.

### b. Macam-macam promosi

Macam-macam jenis promosi yaitu: (Kartajaya dan Sula, 2006: 18-20)

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.

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 massa atau sponsor sehingga seorang calon pembeli tidak dibebani biaya secara langsung.

**6. Kualitas Pelayanan**

a. Pengertian Pelayanan

Menurut Kotler (2002: 83) pelayanan yaitu perilaku seorang produsen untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen demi terwujudnya rasa puas pada diri konsumen itu sendiri. Menurut Kasmir (2005: 15) 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.

Menurut Arifin (2009: 153) terdapat enam karakteristik pelayanan yang dapat digunakan panduan berdasarkan pandangan Islam, antara lain:

1. Jujur merupakan sikap tidak berbohong, tidak menipu, tidak mengada-ada fakta, tidak berkhianat dan tidak ingkar janji.
2. Bertanggungjawab dan terpercaya (*Al-Amanah*) adalah suatu sikap dalam menjalankan bisnisnya selalu bertanggungjawab dan dapat dipercaya.
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 tanggungjawab.
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 sholat, mereka wajib melaksanakannya tanpa menunda-nundanya.

b. Dimensi Kualitas Pelayanan

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

## 1. Model Othman dan Owen

Menurut Othman dan Owen dalam Rafidah (2014) mengemukakan bahwa menggunakan alternatif yang digunakan sebagai pengukuran *service quality* yang disebut dengan CARTER (*compliance of law, assurance, reliability, tangible, empathy dan responsiveness*).

- a) *Compliance* (kepatuhan) merupakan kepatuhan yang berarti kemampuan untuk tunduk kepada hukum Islam dan beroperasi sesuai prinsip-prinsip perbankan dan ekonomi Islam. Dimensi ini sangat penting dalam mengukur kualitas pelayanan bank syariah dikarenakan karakteristiknya sangat berbeda dengan bank konvensional maupun lembaga keuangan lainnya.
- b) *Assurance* (jaminan) merupakan pengetahuan dan kesantunan pegawai dan kemampuan mereka untuk menyampaikan kebenaran dan kerahasiaan yang meliputi komunikasi verbal dan tertulis antara pegawai bank dan nasabah. Terdapatnya pengetahuan dan kemahiran atas suatu produk hanya akan diperoleh dari suatu pembelajaran yang tekun dan bersungguh-sungguh. Dalam islam memerintahkan agar setiap muslim senantiasa belajar dengan tekun dan terus meningkatkan kemampuan dirinya. Bila karyawan mengetahui pengetahuan yang lebih luas terhadap jasa tersebut, maka akan mampu berbicara lebih luas tentang jasa dan dapat menyampaikan lebih baik kepada nasabahnya. *Assurance* memiliki beberapa komponen antara lain:
  1. *Competence* (kompetensi), artinya setiap karyawan memiliki keterampilan dan pengetahuan yang berhubungan dengan kebutuhan nasabahnya.

2. *Courtesy* (kesopanan), artinya meliputi sikap sopan santun dan keramahan tamahan yang dimiliki pada *contact personal*.
  3. *Credibility* (kredibilitas), artinya sifat jujur dan dapat dipercaya yang mencakup: nama perusahaan, reputasi perusahaan, karakteristik pribadi serta interaksi dengan nasabah.
- c) *Responsiveness* (daya tanggap), yaitu kesigapan atau respon karyawan dalam membantu konsumen dan memberikan pelayanan yang cepat serta tanggap, yang meliputi: kecepatan karyawan dalam menangani transaksi, kesigapan karyawan dalam melayani konsumen, dan penanganan atas keluhan konsumen atau pelanggan. Dalam menyampaikan informasi hal tersebut dapat membentuk suatu kepercayaan nasabah yang merupakan suatu amanat. Apabila amanat tersebut disia-siakan akan berdampak pada ketidakberhasilan suatu lembaga dalam memberikan pelayanan kepada nasabah.
- d) *Reliability* (keandalan) merupakan kemampuan untuk menyediakan layanan yang dijanjikan, konsistensi, dan akurat. Jadi, nasabah dapat melihat dan memberikan kesan secara langsung bahwa kinerja pada bank tersebut dapat terjamin, tepat dan selalu memberikan kemudahan bagi nasabahnya. Kinerja harus sesuai dengan harapan pelanggan yang berarti ketepatan waktu, pelayanan yang sama untuk semua pelanggan, sikap yang simpatik dan dengan akurat yang tinggi
- e) *Tangible* (bukti fisik) yaitu yang mencakup dengan fasilitas fisik seperti peralatan yang digunakan, serta bahan untuk komunikasi yang digunakan oleh pihak perbankan. Bukti fisik merupakan suatu tampilan fisik yang menunjukkan identitas suatu perbankan dan sekaligus untuk faktor pendorong munculnya persepsi awal

nasabah terhadap perbankan. Oleh karena itu, perbankan syariah harus mengkreasikan bentuk fisik bangunan dan peralatan yang menunjang operasionalnya sedemikian rupa sehingga nasabah dapat merasa nyaman dan memiliki kepercayaan ketika bertransaksi.

- f) *Empaty* (empati) yaitu kemampuan komunikasi dalam menjalin suatu hubungan, komunikasi yang efektif, dan perhatian secara personal bersifat individual yang diberikan karyawan kepada nasabahnya dengan berupaya memahami keinginan dan kebutuhan nasabah.

## 2. Model Abdulrahim

Pada model ini Abdulrahim menggunakan *Servqual* dan *Carter* kualitas pelayanan dari bank syariah yang ada di Inggris. Menurut Abdulrahim dalam Rafidah (2014) terdapat 7 item yang dapat digunakan untuk mengukur harapan dan persepsi nasabah dengan menggunakan pengukuran *skala likert*, 7 item tersebut yaitu:

- 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 dan 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.

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

## **7. Produk**

### **a. Pengertian Produk**

Menurut Kasmir (2014: 216) 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. Menurut Morissan (2010: 34) produk merupakan segala sesuatu yang dapat di promosikan dan dapat memberikan kepuasan bagi konsumennya ketika sedang dipakai atau digunakan. 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 psikologi, 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 ditekankan pada kualitas, penampilan, dan ciri-ciri terbaik dari produk tersebut.

### **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 (*service*), jasa-jasa bank yang lainnya yaitu *transfer*, inkaso, kliring, *safe depositbox*, *bank card*, *bank notes*, dan pembayaran-pembayaran lainnya.

Jenis produk yang ditawarkan oleh bank syariah:

1. Menurut Wiroso (2011: 118-121) produk penghimpun dana, dalam produk penghimpun dana prinsip yang digunakan oleh bank syariah adalah prinsip wadiah dan prinsip mudharabah.

a. *Wadiah* (Simpanan)

Menurut Kasmir (2002: 217) 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. Terdapat dua jenis *wadiah yad-amanah* dan *wadiah yad-dhamanah*.

Wadiah biasanya digunakan dalam tabungan dan giro.

b. *Mudharabah*

*Mudharabah* 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. Menurut Kasmir (2002: 166-167) produk penyaluran dana, produk penyaluran dalam perbankan syariah yaitu dalam bentuk pembiayaan. Pembiayaan merupakan penyedia dana dan atau tagihan yang dipersamakan dengan itu berupa:
  - 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 *istishah*'.
  - 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 telepon, dan sebagainya. Prinsip yang digunakan oleh bank syariah dalam produk jasa layanan yaitu prinsip *wakalah*, *kafalah*, *sharf*, *hawalah*, dan *rahn*. Berikut penjelasan dari masing-masing prinsip produk layanan jasa bank syariah yaitu: (Kasmir, 2002: 399-406)
  - a. *Wakalah* adalah perjanjian yang memberikan kuasa kepada orang yang mewakili untuk menjalankan suatu kerja bagi pihak yang diwakili. *Wakalah* biasa digunakan dalam *letter of credit*, inkaso, dan *transfer* uang.

- b. *Kafalah* merupakan jaminan, yaitu menempatkan tanggungjawab seseorang kepada tanggungjawab 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 uang dalam impor.
- e. *Rahn* yaitu menahan sesuatu dengan cara yang dibenarkan yang memungkinkan untuk ditarik kembali.

## **8. 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 kerjasama. Para pihak yang terlibat dalam kerjasama tersebut harus melakukan kemitraan secara baik dan ideal dengan Lembaga keuangan syariah, sehingga antara *shahibul maal* dan *mudharib* jika mendapatkan keuntungan harus dibagi secara adil dan proporsional sesuai porsinya. Pembagian keuntungan tersebut ditetapkan dengan menggunakan *nisbah*. Menurut Ismail (2011: 95-96) *nisbah* yaitu presentase yang disetujui oleh kedua belah pihak dalam menentukan bagi hasil atas usaha yang dikerjasamakan.

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 pihak 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 bertanggungjawab 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 penggarap lahan, untuk ditanami dan dipelihara dengan imbalan sesuai kesepakatan diawal sesuai presentase dari hasil panen.

d) Perbedaan Bunga dan Bagi Hasil

Menurut Ismail (2011: 19) bunga bank dan bagi hasil memiliki perbedaan yang sangat nyata, perbedaan itu dapat dilihat dari tabel berikut ini:

**Tabel 2.3**  
**Perbedaan Bunga Bank dan Sistem Bagi Hasil**

<b>BUNGA</b>	<b>BAGI HASIL</b>
Penentuan bunga dibuat pada waktu akad dengan asumsi harus selalu untung.	Penentuan besarnya rasio atau <i>nisbah</i> bagi hasil dibuat dengan berpedoman pada kemungkinan untung rugi.
Besarnya presentase 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 " <i>booming</i> ".	Jumlah pembagian laba meningkat sesuai dengan peningkatan jumlah pendapatan.
Eksistensi bunga diragukan (kalau tidak di kecam) oleh semua agama, termasuk Islam.	Tidak ada yang meragukan keabsahan bagi hasil.

Sumber: Ismail. 2011. *Perbankan Syariah*. Hlm.19

## 9. Pengetahuan

### a. Pengertian Pengetahuan

Pengetahuan adalah kemampuan konsumen tentang keberadaan perbankan syariah, yang diindikasikan dari pemahaman umum tentang bank syariah, sistem bagi hasil, syariah atau agama, kerjasama atau kemitraan dan jenis produk (Juliandi dan Andriani, 2019: 28).

Pengetahuan adalah segala sesuatu yang berada dalam pikiran seseorang setelah melakukan pengindraan terhadap suatu objek tertentu. Menurut Notoatmojo dalam Nasir

dkk (2016: 49) menyatakan bahwa pengetahuan adalah hasil “tahu” dari orang yang melakukan pengindraan terhadap objek tertentu.

Di dalam dominan yang kognitif pengindraan pengetahuan mempunyai 6 tingkatan, yaitu:

1) Tahu (*Know*)

Tahu di sini mempunyai arti bahwa mengingat suatu materi dengan apa yang telah dipelajarinya. Pengindraan pada tingkat ini termasuk dalam mengingat kembali (*recall*) dimana sesuatu yang spesifik dari seluruh bahan yang sudah dipelajari atau sebuah rangsang yang telah diterimanya. Oleh karena itu tahu di sini mempunyai tingkatan yang paling rendah.

2) Memahami (*Comprehention*)

Memahami di sini diartikan sebagai suatu kemampuan dimana seseorang dapat menjelaskan materi secara benar tentang objek apa yang diketahui dan juga dapat menginterpretasikan materi tersebut secara benar. Orang yang sudah paham tentang materi harus bisa menjelaskan, menyebutkan contoh, menyimpulkan, meramalkan, dan sebagainya tentang objek yang sudah dipelajari.

3) Aplikasi (*Application*)

Dalam hal ini aplikasi diartikan sebagai kemampuan untuk menggunakan materi apa saja yang sudah dipelajari dan pada situasi atau kondisi *real* (sebenarnya). Aplikasi ini juga dapat diartikan sebagai aplikasi atau penggunaan hukum-hukum rumus, metode prinsip dan sebagainya dalam konteks atau situasi yang lain.

4) Analisis (*Analysis*)

Analisis adalah sebuah kemampuan dimana untuk menjabarkan materi atau suatu objek ke dalam satu struktur organisasi, dan masih ada kaitannya satu sama lain. Kemampuan analisis ini juga dapat dilihat pada dari penggunaan kata kerja, seperti dapat menggambarkan (membuat), membedakan, memisahkan, mengelompokkan, dan sebagainya.

#### 5) Sintesis (*Synthesis*)

Pada tingkatan yang ini menunjukkan kepada suatu kemampuan untuk meletakkan atau mengabungkan pada bagian-bagian di dalam suatu bentuk keseluruhan yang baru. Dengan kata lain sintesis adalah suatu kemampuan dimana untuk menyusun formulasi baru dari formulasi-formulasi yang sudah ada.

#### 6) Evaluasi (*Evaluation*)

Evaluasi pada kali ini berkaitan dengan kemampuan untuk melakukan justifikasi atau penilaian terhadap suatu materi atau objek. Penilaian-penilaian itu didasarkan pada suatu kriteria-kriteria yang telah ada (Nasir dkk, 2016: 50).

## **10. Pendidikan**

### a. Pengertian Pendidikan

Pendidikan adalah suatu proses, teknik, dan metode belajar mengajar dengan maksud mentransfer suatu pengetahuan dari seseorang kepada orang lain melalui prosedur yang sistematis dan terorganisir yang berlangsung dalam jangka waktu yang relatif lama.

Sedangkan menurut Pusat Bahasa Departemen Pendidikan Nasional, pendidikan adalah proses mengubah sikap dan tata cara seseorang atau kelompok orang dalam usaha mendewasakan manusia melalui upaya pengajaran dan pelatihan (Harsono, 2011: 162).

Menurut Hasibuan yang dikutip dari Edwin. B. Flippo (2002: 69) pendidikan adalah berhubungan dengan peningkatan pengetahuan umum dan pemahaman atas lingkungan kita secara menyeluruh. Menurut Ruky dalam Hendrik Setiawan (2006) pendidikan atau belajar (*learning*) adalah tindakan yang dilakukan oleh pihak karyawan dalam upaya menguasai, keterampilan, pengetahuan, dan sikap tertentu yang mengakibatkan perubahan yang relatif bersifat permanen dalam perilaku kerja mereka.

Menurut UU RI No. 20 Tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional Pasal 1 mengatakan bahwa pendidikan adalah usaha sadar dan terencana untuk mewujudkan suasana belajar dan proses pembelajaran agar peserta didik secara aktif mengembangkan potensi dirinya untuk memiliki kekuatan spiritual keagamaan, pengendalian diri, kepribadian, kecerdasan, akhlak mulia, serta keterampilan yang diperlukan dirinya, masyarakat, bangsa dan negara.

Pengertian pendidikan menurut Instruksi Presiden No.15 Tanggal 13 September 1974, pendidikan adalah segala sesuatu usaha untuk membina kepribadian dan mengembangkan kemampuan manusia Indonesia, jasmani dan rohani yang berlangsung seumur hidup, baik didalam maupun diluar sekolah dalam rangka pembangunan persatuan Indonesia dan masyarakat yang adil makmur berdasarkan pancasila (Soekidjan, 2009: 138).

Disamping bekerja seringkali pendidikan merupakan syarat pokok untuk memegang fungsi tertentu, pada dasarnya fungsi pendidikan adalah sama dengan fungsi latihan yaitu memperlancar dalam melaksanakan tugas, kegiatan memperbaiki dan pengembangan tingkah laku, keterampilan dan pengetahuan pegawai yang bersangkutan.

Pendidikan merupakan suatu proses yang berkesinambungan yang tidak dapat dipisahkan dari sistem organisasi. Adanya pegawai yang baru dan yang akan menempati posisi baru, mendorong pihak kepegawaian senantiasa menyelenggarakan program pendidikan dan pelatihan.

Menurut Andrew F. Sikula (2011) pengembangan mengacu pada masalah staff dan personel adalah suatu proses pendidikan jangka panjang, menggunakan suatu prosedur yang sistematis dan terorganisasi dengan mana manager belajar pengetahuan konseptual dan teoritis untuk tujuan umum.

b. Tolok Ukur atau Indikator Pendidikan

Menurut UU SISDIKNAS No. 20 (2003), indikator tingkat Pendidikan terdiri dari jenjang pendidikan dan kesesuaian jurusan.

Jenjang pendidikan adalah tahapan pendidikan yang ditetapkan berdasarkan tingkat perkembangan peserta didik, tujuan yang akan dicapai, dan kemampuan yang dikembangkan, yaitu terdiri dari:

- a) Pendidikan dasar: Jenjang pendidikan awal selama 9 (sembilan) tahun pertama masa sekolah anak-anak yang melandasi jenjang pendidikan menengah.
- b) Pendidikan menengah: Jenjang pendidikan lanjutan pendidikan dasar.

- c) Pendidikan tinggi: Jenjang pendidikan setelah Pendidikan menengah yang mencakup program sarjana, magister, doktor, dan spesialis yang diselenggarakan oleh perguruan tinggi.

Faktor yang mempengaruhi pendidikan menurut Hasbullah (2001: 63) adalah sebagai berikut:

a. Ideologi

Semua manusia dilahirkan ke dunia mempunyai hak yang sama khususnya hak untuk mendapatkan pendidikan dan peningkatan pengetahuan dan pendidikan.

b. Sosial Ekonomi

Semakin tinggi tingkat sosial ekonomi memungkinkan seseorang mencapai tingkat pendidikan yang lebih tinggi.

c. Sosial Budaya

Masih banyak orang tua yang kurang menyadari akan pentingnya pendidikan formal bagi anak-anaknya.

d. Perkembangan IPTEK

Perkembangan IPTEK menuntut untuk selalu memperbaharui pengetahuan dan keterampilan agar tidak kalah dengan negara maju.

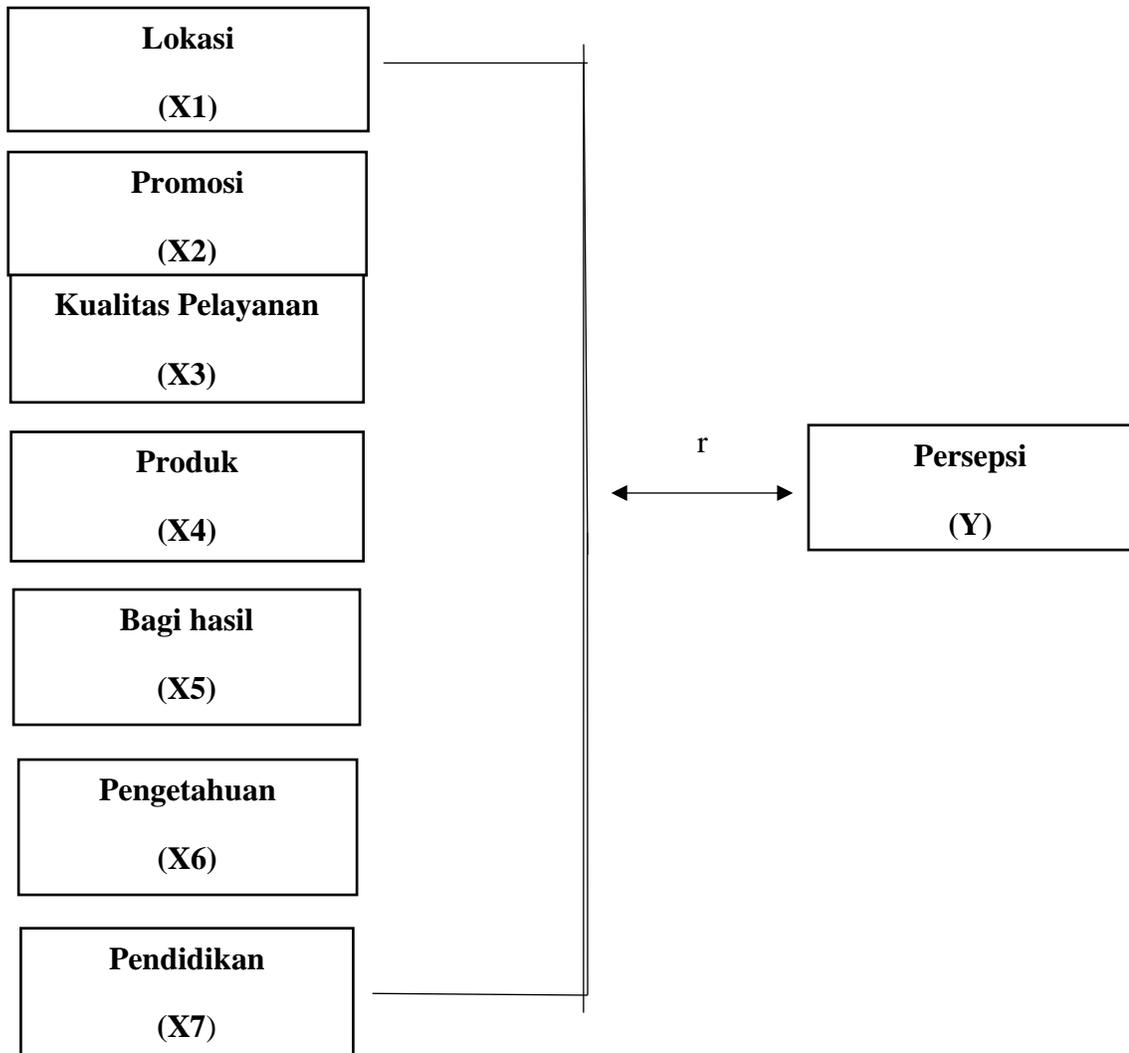
e. Psikologi

Konseptual pendidikan merupakan alat untuk mengembangkan kepribadian individu agar lebih bernilai.

### **C. Kerangka Berpikir**

Penelitian ini mencoba mengungkapkan persepsi petani kopi dalam memilih bank syariah di Kecamatan Kledung, Kabupaten Temanggung. Oleh karena itu, secara sederhana penulis akan menggambarkan kerangka pemikiran sebagai berikut:

**Gambar 2.1**  
**Konsep Kerangka Pemikiran**



Keterangan:

r : Pengaruh antara variabel bebas (X1, X2, X3, X4, X5, X6, X7) dengan variabel terikat (Y).

#### **D. Hipotesis**

Hipotesis penelitian adalah jawaban sementara tentang rumusan masalah penelitian yang kebenarannya masih di uji. Berdasarkan uraian di atas, maka hipotesisnya yang dapat diajukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. H0: Lokasi (X1) berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap persepsi petani kopi dalam memilih bank syariah.  
H1: Lokasi (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap persepsi petani kopi dalam memilih bank syariah.
2. H0: Promosi (X2) berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap persepsi petani kopi dalam memilih bank syariah.  
H1: Promosi (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap persepsi petani kopi dalam memilih bank syariah.
3. H0: Kualitas layanan (X3) berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap persepsi petani kopi dalam memilih bank syariah.  
H1: Kualitas layanan (X3) berpengaruh positif dan signifikan terhadap persepsi petani kopi dalam memilih bank syariah.
4. H0: Produk (X4) berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap persepsi petani kopi dalam memilih bank syariah.  
H1: Produk (X4) berpengaruh positif dan signifikan terhadap persepsi petani kopi dalam memilih bank syariah.
5. H0: Bagi hasil (X5) berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap persepsi petani kopi dalam memilih bank syariah.

H1: Bagi hasil (X5) berpengaruh positif dan signifikan terhadap persepsi petani kopi dalam memilih bank syariah.

6. H0: Pengetahuan (X6) berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap persepsi petani kopi dalam memilih bank syariah.

H1: Pengetahuan (X6) berpengaruh positif dan signifikan terhadap persepsi petani kopi dalam memilih bank syariah.

7. H0: Pendidikan (X7) berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap persepsi petani kopi dalam memilih bank syariah.

H1: Pendidikan (X7) berpengaruh positif dan signifikan terhadap persepsi petani kopi dalam memilih bank syariah.

8. H0: Lokasi, promosi, kualitas layanan, produk, bagi hasil, pengetahuan dan pendidikan secara bersama-sama berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap persepsi petani kopi dalam memilih bank syariah.

H1: Lokasi, promosi, kualitas layanan, produk, bagi hasil, pengetahuan dan pendidikan secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap persepsi petani kopi dalam memilih bank syariah.