

FAKTOR YANG MENDORONG NASABAH MENABUNG DI BANK NEGARA INDONESIA SYARIAH CABANG SEPATAN

tATIK hANDAYANI¹Pretus Benyamin Kaka²

Program Studi Manajemen

STIE Triguna Tangerang

Jl. K.H.M. M. Dahlan, Tangerang, Banten, Indonesia

tatik_handayani@stie-triguna.ac.id¹, petrus_benvaminkakaa@stie-triguna.ac.id²

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi dan menganalisis faktor-faktor yang mendorong nasabah untuk menabung di Bank Negara Indonesia Syariah Cabang Sepatan. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus, di mana data dikumpulkan melalui wawancara mendalam dengan nasabah dan pihak bank. Faktor-faktor yang diteliti mencakup motivasi ekonomi, kepercayaan terhadap sistem perbankan syariah, kenyamanan layanan, dan kesesuaian produk tabungan dengan kebutuhan nasabah. Hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor utama yang mendorong nasabah untuk menabung adalah keuntungan yang sesuai dengan prinsip syariah, layanan yang ramah dan mudah diakses, serta adanya rasa aman dan kepercayaan terhadap produk dan kebijakan bank. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman lebih dalam mengenai motivasi nasabah dalam memilih layanan perbankan syariah dan dapat menjadi bahan pertimbangan bagi pihak Bank Negara Indonesia Syariah Cabang Sepatan dalam meningkatkan kepuasan nasabah dan pengembangan produk tabungan. **Kata kunci:** faktor pendorong, nasabah, menabung, perbankan syariah, BNI Syariah Cabang Sepatan.

This research aims to identify and analyze the factors that encourage customers to save at Bank Negara Indonesia Syariah Sepatan Branch. This research uses a qualitative approach with a case study method, where data is collected through in-depth interviews with customers and the bank. The factors studied include economic motivation, trust in the sharia banking system, service convenience, and suitability of savings products to customer needs. The research results show that the main factors that encourage customers to save are profits that comply with sharia principles, friendly and easily accessible services, and a sense of security and trust in bank products and policies. It is hoped that this research can provide a deeper understanding of customer motivation in choosing sharia banking services and can be a consideration for Bank Negara Indonesia Syariah Sepatan Branch in increasing customer satisfaction and developing savings products.

Keywords: driving factors, customers, saving, sharia banking, BNI Syariah Sepatan Branch.

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Secara filosofis Bank Syariah adalah Bank yang aktivitasnya meninggalkan masalah riba. Dengan demikian, penghindaran bunga yang dianggap riba merupakan salah satu tantangan yang dihadapi dunia Islam dewasa ini. Suatu hal yang sangat mengembirakan bahwa belakangan ini para ekonom muslim telah mencurahkan perhatian besar guna menemukan cara untuk menggantikan Sistem Bunga dalam transaksi Perbankan Konvensional dan keuangan yang lebih sesuai dengan etika Islam. Upaya ini dilakukan dalam rangka untuk membangun sistem ekonomi yang bebas bunga dan pengujiannya terhadap pertumbuhan ekonomi, alokasi, dan distribusi pendapatan. Oleh karena itulah, maka mekanisme perbankan bebas bunga yang biasa disebut dengan Bank Syariah didirikan.

Perbankan Syariah didirikan berdasarkan pada alasan filosofis maupun praktik. Secara filosofis, karena dilarangnya pengambilan riba dalam transaksi keuangan maupun non keuangan.¹ Secara praktik, karena sistem perbankan berbasis bunga atau konvensional mengandung beberapa kelemahan sebagai berikut : (1) Transaksi berbasis bunga melanggar keadilan atau kewajaran bisnis. (2) Tidak fleksibelnya sistem transaksi berbasis bunga menyebabkan kebangkrutan. (3) Komitmen Bank untuk menjaga keamanan uang deposan berikut bunganya membuat bank cemas untuk mengembalikan pokok dan bunganya. (4) Dalam sistem bunga, bank tidak akan tertarik dalam kemitraan usaha, kecuali bila ada jaminan kepastian pengembalian modal dan pendapatan bunga mereka.²

Dan yang lebih menggembirakan lagi, suatu pembaharuan juga telah menyentuh dalam tata perundangan perbankan di Indonesia. Dengan disahkannya Undang-Undang Perbankan No.7 Tahun 1992 yang kemudian diubah dengan Undang-Undang Perbankan No. 10 Tahun 1998 dan lebih diperkuat lagi dengan Undang-Undang No.21 Tahun 2008 telah membuka lahirnya bank berdasarkan prinsip syariah.³ Dengan adanya Undang-Undang tersebut bank dengan prinsip syariah tidak lagi berada dibawah peraturan pemerintah namun sudah diatur berdasarkan ketentuan Bank Indonesia (BI). Hal ini menunjukkan sudah ada pengakuan secara tegas mengenai posisi bank dengan prinsip syaria'ah.

Dalam hal ini, Bank Syariah terlahir dari kesadaran umat untuk saling bekerjasama dan toleransi kepada sesama. Bank Syariah tidak melakukan pemusatan kekayaan pada sebagian kecil orang, tetapi mendistribusikan kekayaan secara adil dan merata. Selain itu, Bank Syaria'ah tidak terjebak pada permainan bisnis untuk keuntungan pribadi, tetapi membangun kebersamaan untuk mencapai kemakmuran bersama. Bank Syariah diharapkan tidak terjebak pada pikiran pragmatis tetapi memiliki konsep yang idealis dan istiqamah. Dalam praktiknya Bank Syariah merupakan salah satu lembaga yang menawarkan kerjasama berbasis *profit and loss sharing* yang menguntungkan serta bebas dari transaksi ribawi. Dalam hal pembiayaan Bank Syariah bertindak sebagai pemberi modal tau investor, bukan sebagai pemberi pinjaman dana sementara anggota atau nasabah bertindak sebagai *fund manager* (pengelola dana) bukan sebagai debitur. Dalam hal tabungan atau pengumpulan dana yang dilakukan Bank Syariah, maka Bank Syariah bertindak sebagai *fund manager* (pengelola dana) dan sebaliknya nasabah atau anggota sebagai investor, dan pada akhirnya hubungan yang terjadi adalah hubungan kemitraan.

Dengan filosofi utamanya tersebut diatas, kemitraan dan kebersamaan dalam profit maupun risk, Bank syariah terbukti prospektif untuk berkembang di tanah air. Hal tersebut sejalan dengan besarnya jumlah masyarakat muslim. Bersamaan dengan itu, sudah mulai tumbuh kesadaran di tengah-tengah masyarakat muslim tersebut akan perlunya pengamalan syaria'ah termasuk dalam sistem ekonomi dan keuangan. Walaupun mempunyai potensi yang besar, sistem ekonomi dan keuangan syariah masih tetap dihadapkan pada berbagai tantangan. Salah satu

tantangan yang kini banyak dihadapi dan paling berat adalah banyaknya tudingan yang mengatakan Perbankan Syariah hanya sekedar Perbankan Konvensional yang ditambah label syariah. Tantangan lainnya adalah bagaimana menonjolkan ciri khas Perbankan Syariah, yakni perbankan yang secara langsung membangun sektor riil dengan prinsip keadilan. Selain itu, dari aspek eksternal, sektor Perbankan Syariah memiliki tantangan dari sisi pemahaman sebagian masyarakat yang masih rendah terhadap operasional Perbankan Syariah. Mereka secara sederhana beranggapan bahwa dengan tidak dijalankannya sistem bunga, Lembaga Keuangan Syariah tidak akan memperoleh pendapatan. Konsekuensinya adalah Lembaga Keuangan Syariah akan sulit untuk survive. Dengan masih rendahnya pemahaman masyarakat tersebut tentang pemahaman syariat Islam apalagi masalah perbankan bahkan perekonomian secara lebih luas, maka perbankan syariah harus terus disosialisasikan dan didorong untuk berkembang dan memperbaiki kinerjanya.

Dengan pesatnya pertumbuhan yang ditandai semakin banyaknya Bank Konvensional yang akhirnya mendirikan Unit-Unit Syariah, ini membuktikan bahwa Bank Syariah memang mempunyai kompetensi yang tinggi. Perbankan syariah akan semakin tinggi lagi pertumbuhannya apabila masyarakat mempunyai permintaan dan antusias yang tinggi dikarenakan faktor

peningkatan pemahaman dan pengetahuan tentang bank syariah, disamping faktor penyebab lainnya. Mengapa memahami pengetahuan konsumen penting bagi pemasar? Karena apa yang dibeli, berapa banyak yang dibeli, dimana membeli, dan kapan membeli, akan tergantung kepada pengetahuan konsumen mengenai hal-hal tersebut. Oleh karena itu, pengetahuan konsumen akan mempengaruhi keputusan pembelian. Ketika konsumen memiliki pengetahuan yang lebih banyak, maka ia akan lebih baik dalam mengambil keputusan. Ia akan lebih efisien dan lebih tepat dalam mengolah informasi serta mampu merecall informasi dengan lebih baik.

Bank Negara Indonesia Cabang Sepatan merupakan salah satu Lembaga Keuangan Syariah yang berdiri dilingkungan masyarakat sebagai wujud tanggung jawab sosial untuk mensejahterakan ummat Islam, dengan penyebaran jumlah nasabah yang tidak sedikit, karena itu BNI Syariah sebagai Lembaga Keuangan Syariah perlu mengetahui berbagai hal tentang nasabahnya, serta faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku nasabah dalam keputusannya memilih Bank BNI Syariah, dengan melihat kuantitas nasabah yang tidak sedikit, BNI Syariah diharapkan dapat memenuhi kebutuhan Nasabahnya, dengan memperhatikan faktor-faktor yang dapat memenuhi kebutuhan konsumen atau nasabah, baik itu faktor internal maupun faktor eksternal. Hal tersebut sejalan dengan tujuan dari Bank Syariah yakni berorientasi pada upaya peningkatan kesejahteraan anggota nasabahnya dan masyarakat, dengan memberdayakan (*empowering*) anggota supaya dapat mandiri. Selain itu alasan dilakukan penelitian pada PT. BNI Syari'ah karena adanya persaingan yang sangat ketat dikarenakan semakin banyaknya Lembaga Keuangan Syari'ah saat ini. Agar mampu mensosialisasikan ke masyarakat luas, maka perusahaan tentunya harus mengetahui perilaku konsumen dalam pengambilan keputusan. Atas dasar itulah, maka peneliti ingin mengetahui lebih jauh tentang faktor-faktor yang mempengaruhi masyarakat untuk menjadi nasabah pada Bank Negara Indonesia Cabang Sepatan.

B. Rumusan Masalah

Sesuai latar belakang yang telah dikemukakan, maka penelitian ini akan difokuskan pada masalah berikut :

1. Faktor-faktor apa yang mempengaruhi keputusan masyarakat dalam memilih Bank BNI Syariah
2. Faktor apakah yang paling dominan berpengaruh bagi masyarakat untuk menjadi Nasabah pada BNI Syariah

C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

Tujuan yang hendak dicapai dalam pengkajian dan penulisan skripsi ini ialah mengungkapkan faktor-faktor yang dominan berpengaruh bagi masyarakat menjadi nasabah pada Bank Negara Indonesia Cabang Sepatan, disamping itu setelah diadakan pengkajian dan penulisan ini, diharapkan dapat menambah khazanah ilmu pengetahuan dan intelektual, serta implikasi penelitian ini hasilnya diharapkan mampu memberikan informasi bagi pihak-pihak terkait khususnya bagi Industri Perbankan Islam yaitu PT. BNI Syariah sebagai objek penelitian, sehingga diharapkan dapat menentukan kebijakan dengan tepat dimasa mendatang guna menunjang kemajuan perusahaan.

Dalam setiap penulisan karya ilmiah, baik makalah, skripsi ataupun thesis, terdapat tujuan dan kegunaan penulisan tersebut, agar bermanfaat bagi orang-orang yang membaca serta menyimak tulisan itu.

Adapun tujuan penelitian skripsi ini adalah :

1. Untuk menganalisis faktor-faktor yang dapat mempengaruhi masyarakat untuk menjadi nasabah pada Bank Negara Indonesia Cabang Sepatan.
2. Untuk mengungkapkan faktor yang dominan berpengaruh bagi masyarakat dalam memilih Bank Negara Indonesia Cabang Sepatan.

Sedangkan kegunaan penelitian ini adalah :

1. Bagi Penulis

Sebagai salah satu syarat mendapat gelar sarjana pada Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Negeri Tangerang, dan juga menambah pengetahuan dan pengalaman penulis agar dapat mengembangkan ilmu yang diperoleh selama mengikuti perkuliahan di Fakultas Syari'ah dan Hukum jurusan Ekonomi Islam Universitas Islam Negeri Alauddin Tangerang, selain itu penulis dapat membandingkan antara teori dan praktek yang terjadi di lapangan.

2. **Bagi Instansi Terkait**
Penelitian merupakan syarat yang wajib bagi penulis dalam menyelesaikan studi, maka penulis mengadakan penelitian ini dan hasilnya diharapkan mampu memberikan informasi bagi pihak-pihak terkait dengan permasalahan khususnya Perbankan Islam, dengan demikian diharapkan dapat menentukan kebijakan dengan tepat.
3. **Bagi Dunia Ilmu Pengetahuan**
Penelitian ini dapat dijadikan sumbangan pemikiran atau studi banding bagi mahasiswa atau pihak yang melakukan penelitian yang sejenis. Di samping itu, guna meningkatkan keterampilan, memperluas wawasan yang akan membentuk mental mahasiswa sebagai bekal memasuki lapangan kerja.

D. Hipotesis

Dari paparan masalah diatas, penulis akan mengemukakan beberapa hipotesis sebagai jawaban sementara sebagai berikut:

1. Diduga dalam hal memilih BNI syariah, masyarakat dipengaruhi oleh beberapa faktor, antara lain:
 - Faktor pengetahuan/presepsi nasabah, adapun yang dimaksud dengan pengetahuan atau presepsi nasabah disini ialah yakni sejauh mana pemahaman masyarakat atau cara pandang masyarakat mengenai kegiatan usaha jasa keuangan perbankan syariah.
 - Nilai/keyakinan, dimana nasabah dapat mengambil suatu nilai tambah yang lebih yang terdapat pada sistem maupun pengoperasian Bank Syariah dengan memperhatikan indikator seperti tidak mengambil bunga/riba dalam jenis kegiatan usahanya, bunga (*interest*) adalah riba dan hukumnya haram.
 - Manfaat/keuntungan yang diharapkan, yakni hal-hal yang berkaitan dengan strategi promosi pada sebuah perbankan yang mana nantinya dapat memberikan keuntungan ekonomi dan keuntungan fungsional yang mendasar untuk nasabah dengan memperhatikan indikator-indikator seperti keunggulan produk, profit (laba).
 - Faktor marketing atau pemasaran, yakni langkah-langkah startegis yang digunakan dalam memasarkan produk maupun instansi perbankan itu sendiri dengan variabel-variabel seperti strategi produk, harga, promosi, dan lokasi/tempat, kualitas pelayanan, dalam rangka memenuhi kebutuhan pasar atau kebutuhan konsumen.
2. Diduga bahwa faktor yang paling dominan dalam mempengaruhi keputusan masyarakat untuk menjadi nasabah pada PT. BNI Syariah lebih dipengaruhi oleh faktor keyakinan atau konsistensi dalam penegakan syariah agama.

D. Definisi Operasional dan Ruang Lingkup Penelitian.

Skripsi ini berjudul “Analisis tentang Faktor-faktor yang mempengaruhi Masyarakat Menjadi Nasabah pada PT. BNI Syari'ah Cabang Tangerang ”, untuk menghindari terjadinya kekeliruan dalam penafsiran pembaca terhadap variabel- variabel atau kata-kata dan istilah- istilah teknis yang terkandung dalam judul skripsi ini, maka terlebih dahulu penulis mengemukakan beberapa definisi operasional terhadap variabel-variabel atau kata-kata dan istilah-istilah yang terdapat pada judul skripsi ini, sebagai berikut:

“Analisis” adalah penyelidikan terhadap suatu peristiwa untuk mengetahui keadaan yang sebenarnya, penguraian suatu pokok atas berbagai bagiannya dan penelaahan bagian itu sendiri serta hubungan antar bagian untuk memperoleh pengertian yang tepat dan pemahaman arti keseluruhan.⁴

“Nasabah” adalah (1) setiap orang yang datang ke bank untuk bertransaksi; (2) setiap orang yang menelpon ke bank yang mendapatkan informasi dan (3) setiap orang teman sejawat yang ada dikantor (satu bagian, bagian lain, atau cabang lain. Pepatah pemasaran mengatakan *nasabah adalah raja*, maka ia wajib dilayani dengan tulus dan ikhlas.⁵

Berdasarkan pengertian judul yang telah dikemukakan diatas, maka dapat dirumuskan pengertian judul “Analisis tentang Faktor-faktor yang Mempengaruhi Masyarakat Menjadi Nasabah pada Bank Negara Indonesia Cabang Sepatan ” yaitu merupakan penyelidikan terhadap suatu yang dapat mempengaruhi konsumen dalam membuat suatu keputusan.

E. Sistematika Penulisan

Secara sistematis, skripsi ini terdiri dari lima bab yaitu :

Bab I adalah bab yang berisikan uraian tentang latar belakang masalah, rumusan masalah dan batasan masalah, tujuan dan kegunaan penulisan, defenisi operasional dan ruang lingkup penelitian, kajian pustaka tinjauan pustaka, metodologi penelitian serta garis-garis besar isi skripsi.

Bab II adalah bab yang membahas tentang tinjauan pustaka, yang terdiri dari landasan teori, Bab ini menguraikan tentang teori yang akan digunakan sebagai dasar untuk menganalisa pokok permasalahan yang ada dalam skripsi ini. Bab ini akan menjelaskan anatara lain pengertian Bank Syariah, pengertian pemasaran dan konsep pemasaran, perilaku konsumen serta faktor-faktor yang mempengaruhinya

Bab III adalah bab yang menjelaskan metode penelitian, lokasi dan waktu penelitian, jenis dan sumber data serta populasi dan sampel

Bab IV adalah bab yang membahas hasil penelitian mulai dari gambaran obyek penelitian, gambaran umum proses penelitian serta analisis faktor-faktor yang mempengaruhi masyarakat untuk menjadi nasabah pada PT. BNI Syari’ah Cabang Tangerang.

Bab V yang merupakan bab penutup yang hanya memuat tentang kesimpulan dari seluruh isi skripsi, penulis juga memaparkan beberapa argumen yang merupakan implikasi dalam pelaksanaan penelitian.

TINJAUAN PUSTAKA

A. Kajian Teori

Pada bagian ini dijelaskan teori-teori menurut beberapa tokoh yang digunakan oleh penulis sebagai landasan dalam penulisan penelitian ini. Karena penelitian ini menggambarkan masalah perilaku konsumen, maka penulis juga menjelaskan pengertian perilaku konsumen dan faktor-faktor yang dapat mempengaruhinya, sebelum menjelaskan pengertian Bank Syariah dan Sistem Perbankan Syariah dan Produk-Produk Syariah, serta Manajemen Pemasaran bank Syari’ah. Teori-teori yang disajikan dalam bab II ini digunakan sebagai landasan untuk menganalisa hasil dari penelitian ini. Dengan demikian pembahasan di Bab IV tentang analisis terhadap faktor-faktor yang mempengaruhi masyarakat menjadi nasabah pada PT. BNI Syariah dapat didasarkan pada landasan teori yang akan dibahas lebih lanjut

1. Perilaku Konsumen

Menurut J.F. Engel dalam Basu Swastha dan Hani Handoko definisi perilaku konsumen sebagai berikut :

Kegiatan-kegiatan individu yang secara langsung terlibat dalam mendapatkan dan mempergunakan barang-barang dan jasa, termasuk di dalamnya proses pengambilan keputusan dan persiapan dan penentuan kegiatan-kegiatan tersebut.¹ Ada dua elemen penting dari arti perilaku konsumen yaitu proses pengambilan keputusan dan kegiatan fisik, yang semua ini melibatkan individu dalam menilai, mendapatkan, dan mempergunakan barang-barang dan jasa-jasa ekonomis. Perilaku konsumen dipengaruhi oleh faktor lingkungan ekstern dan lingkungan intern, kedua faktor tersebut dapat diuraikan sebagai berikut :²

a. Faktor lingkungan ekstern

Faktor lingkungan ekstern meliputi :

1. **Kebudayaan**
 Sebagaimana dikutip oleh Basu Swastha dan Hani Handoko dalam bukunya "Manajemen Pemasaran" Stanton mendefinisikan kebudayaan sebagai berikut: Kebudayaan adalah simbol dan fakta yang kompleks, yang diciptakan oleh manusia, diturunkan dari generasi ke generasi sebagai penentu dan pengatur perilaku manusia dalam masyarakat yang ada. Kebudayaan ini memainkan peranan penting dalam pembentukan sikap konsumen dan merupakan petunjuk penting mengenai nilai-nilai yang akan dianut oleh seorang konsumen.
 2. **Kelas sosial**
 Menurut kelas sosial masyarakat di kelompokkan ke dalam tiga golongan yaitu :
 - a. Golongan atas, Golongan ini terdiri dari pengusaha-pengusaha kaya, pengusahamenengah.
 - b. Golongan menengah, Yang termasuk dalam golongan ini adalah karyawan instansi pemerintah, pengusaha menengah.
 - c. Golongan rendah, Yang termasuk dalam kelas ini antara lain buruh-buruh pabrik, pegawai rendah, tukang becak dan pedagang kecil.
 3. **Kelompok sosial dan kelompok referensi** Pengertian kelompok tersebut yaitu :
 - a. **Kelompok sosial**
 Menurut Soerjono Soekanto didefinisikan sebagai berikut :
 Kelompok sosial adalah kesatuan sosial yang menjadi tempat individu-individu berinteraksi satu sama lain karena adanya hubungan diantara mereka. Kelompok ini meliputi keluarga, teman, tetangga.
 - b. **Kelompok Referensi**
 Kelompok referensi merupakan kelompok sosial yang menjadi ukuran seseorang(bukan anggota kelompok tersebut) untuk membentuk kepribadian dan perilakunya. Kelompok ini meliputi organisasi profesi, kelompok pengajian, kelompok kerja dan lainlain.
 4. **Keluarga**
 Keluarga merupakan individu yang membentuk keluarga baru, setiap anggota dalamkeluarga dapat mempengaruhi suatu pengambilan keputusan.
- b. **Faktor lingkungan intern** Faktor lingkungan intern meliputi
1. **Motivasi**
 Motivasi merupakan keadaan dalam diri seseorang yang mendorong keinginan individu untuk melakukan kegiatan-kegiatan tertentu guna mencapai suatu tujuan
 2. **Pengamatan**
 Pengamatan merupakan suatu proses dengan mana konsumen (manusia) menyadari dan menginterpretasikan aspek lingkungannya.
 3. **Belajar**
 Belajar adalah perubahan-perubahan perilaku yang terjadi sebagai hasil akibat adanya pengalaman.
 4. **Kepribadian**
 Kepribadian merupakan organisasi dari faktor-faktor biologis, psikologis dan sosiologis yang mendasari perilaku individu.
 5. **Sikap**
 Secara definitif sikap berarti suatu keadaan jiwa (mental) dan keadaan pikir (neural) yang dipersiapkan untuk memberikan tanggapan terhadap suatu obyek, yang diorganisir melalui pengalaman serta mempengaruhi secara langsung dan

atau secara dinamis pada pelaku.

2. Pengertian Bank Syari'ah

Bank berasal dari kata Italia *banco* yang artinya bangku. Bangku inilah yang dipergunakan oleh bangkir untuk melayani kegiatan operasionalnya kepada para nasabah. Istilah bangku secara resmi dan populer menjadi bank.³ Bank Islam atau selanjutnya disebut dengan Bank Syari'ah adalah bank yang beroperasi dengan tidak mengandalkan pada bunga. Bank Syariaah atau biasa disebut dengan Bank Tanpa

Bunga, adalah lembaga keuangan/perbankan yang operasional dan produknya dikembangkan berlandaskan pada Al-Qur'an dan Hadits Nabi SAW. Atau dengan kata lain, Bank Islam adalah lembaga keuangan yang usaha pokoknya memberikan pembiayaan dan jasa-jasa lainnya dalam lalulintas pembayaran serta peredaran uang yang pengoperasiannya disesuaikan dengan prinsip syariat Islam. Antonio dan Perwaataatmadja membedakan menjadi dua pengertian, yaitu Bank Islam dan Bank yang beroperasi dengan prinsip syariah Islam.⁴ Bank Islam adalah (1) bank yang beroperasi sesuai dengan prinsip-prinsip syari'ah Islam; (2) bank yang tata caraberoperasinya mengacu kepada ketentuan-ketentuan Al-Qur'an dan Hadits; Sementara bank yang beroperasi sesuai prinsip syari'ah Islam, khususnya yang menyangkut tata cara bermuamalat secara Islam. Dikatakan lebih lanjut, dalam tata cara bermuamalat itu dijahui prakti-praktik yang dikhawatirkan mengandung unsur- unsur riba untuk diisi dengan kegiatan-kegiatan investasi atas dasar bagi hasil dan pembiayaan perdagangan.⁵

Bank adalah lembaga perantara keuangan atau biasa disebut *financial intermediary*. Artinya, lembaga Bank adalah lembaga yang dalam aktifitasnya berkaitan dengan masalah uang. Oleh karena itu, usaha bank akan selalu dikaitkan dengan masalah uang yang merupakan alat pelancar terjadinya perdagangan yangutama. Kegiatan dan usaha bank akan selalu terkait dengan komoditas, antara lain :⁶

1. Memindahkan uang
2. Menerima dan membayarkan kembali uang dalam rekening Koran
3. Mendiskonto surat wesel, surat order maupun surat berharga lainnya
4. Membeli dan menjual surat-surat berharga
5. Membeli dan menjual cek, surat wesel, kertas dagang
6. Memberi jaminan bank

Untuk menghindari pengoperasian bank dengan sistem bunga, Islam memperkenalkan prinsip-prinsip muamalah Islam. Dengan kata lain, Bank Syari'ah lahir sebagai salah satu solusi alternatif terhadap persoalan pertentangan antara bungabank dengan riba. Dengan demikian, kerinduan umat Islam Indonesia yang ingin melepaskan diri dari persoalan riba telah mendapat jawaban dengan lahirnya Bank Islam atau Bank Syariaah. Masih banyak definisi mengenai bank syari'ah yang telah dikemukakan oleh para ahli yang pada dasarnya definisi-definisi tersebut tidak berbeda antara satu dengan yang lain yaitu cara operasionalnya sesuai dengan prinsip syari'ah Islam. Kalau ada perbedaan hanya terlihat pada usaha bank.

Dari beberapa definisi di atas, dapat dikatakan bahwa BNI Syari'ah memenuhi persyaratan untuk disebut sebagai Bank Syari'ah. Ekonomi yang berdasarkan syari'ah Islam ditentukan oleh hubungan *akad* yang terdiri dari lima konsep *akad*. Bersumber dari kelima konsep dasar inilah dapat ditemukan produk-produk lembaga keuangan bank syari'ah dan lembaga keuangan bukan bank syari'ah untuk dioperasionalkan. Kelima konsep tersebut :⁷

1) Prinsip simpanan murni (*al-wadi'ah*)

Prinsip simpanan murni merupakan fasilitas yang diberikan oleh bank Islam untuk memberikan kesempatan kepada pihak yang kelebihan dana untuk menyimpan dananya dalam bentuk *al wadi'ah*.

2) Bagi hasil (*syirkah*)

Sistem ini adalah suatu sistem yang meliputi tata cara pembagian hasil usaha antara penyedia dana dengan pengelola dana. Pembagian hasil usaha ini dapat terjadi antara bank dengan penyimpan dana, maupun antara bank dengan nasabah penerima dana.

- 3) Prinsip jual beli (*at tijarah*)
Prinsip ini merupakan suatu sistem yang menerapkan tata cara jual beli, dimana bank akan membeli terlebih dahulu barang yang dibutuhkan atau pengangkat nasabah sebagai agen bank melakukan pembelian atas nama bank kemudian bank menjual barang tersebut kepada nasabah dengan harga sejumlah harga beli ditambah keuntungan. (*margin*).
- 4) Prinsip sewa (*al ijarah*)
Prinsip ini secara garis besar dibagi menjadi 2 jenis :
 - a. *Ijarah* sewa murni, seperti halnya penyewaan traktor dan alat-alat produk lainnya (*operating lease*). Dalam teknis perbankan, bank dapat membeli dahulu *equipment* yang dibutuhkan nasabah kemudian menyewakan dalam waktu dan harga yang telah disepakati kepada nasabah.
 - b. *Ijarah al muntahiyah bit tamlik* merupakan penggabungan sewa dan beli, dimana sipenyewa mempunyai hak untuk memiliki barang pada akhir masa sewa (*finansial lease*)
- 5) Prinsip jasa (*al ajr walumullah*)
Prinsip ini meliputi seluruh layanan non-pembiayaan yang diberikan bank. Bentuk produk yang berdasarkan prinsip ini antara lain bank garansi, kliring, inkaso, jasa, transfer dan lain-lain. Secara syari'ah prinsip ini didasarkan pada konsep *al ajr wal umulah*.

3. Produk dan Jasa Bank Syari'ah

❖ Pengertian Produk

Produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk diperhatikan, dibeli oleh konsumen ke dalam produk termasuk obyek-obyek fisik, jasa, tokoh-tokoh, organisasi dan pikiran. Sedangkan pengertian produk menurut William J. Stanton dalam Basu Swasta sebagai berikut:⁸ Produk adalah suatu sifat yang kompleks baik dapat diraba maupun tidak dapat diraba, termasuk bungkus, warna, harga, prestise perusahaan dan pengecer, pelayanan perusahaan dan pengecer yang diterima oleh pembeli untuk memuaskan keinginan atau kebutuhan. Produk berdasarkan dimensi kepuasan segera dan kesejahteraan konsumen jangka panjang dapat digolongkan menjadi empat golongan yaitu:

- a. Barang yang bermanfaat (*solutory product*)
Barang yang bermanfaat adalah barang yang mempunyai daya penarik rendah tetapi dapat memberikan manfaat tinggi kepada konsumen dalam jangka panjang.
- b. Barang yang kurang sempurna (*deficient product*)
Barang yang kurang sempurna merupakan barang yang tidak mempunyai daya penarik yang tinggi maupun kualitas yang bermanfaat.
- c. Barang yang menyenangkan (*pleasing product*)
Barang yang menyenangkan adalah barang yang dapat segera memberikan kepuasan tetapi dapat berakibat buruk bagi konsumen dalam jangka panjang.
- d. Barang yang sangat diperlukan (*desirable product*)
Barang yang sangat diperlukan merupakan barang yang dapat memberikan kepuasan dengan segera dan sangat manfaat dalam jangka panjang.

❖ Jenis-jenis Produk dan Jasa Bank Syari'ah

Pada sistem operasional bank syariah, pemilik dana menanamkan uangnya di bank tidak dengan motif mendapatkan bunga, tapi dalam rangka mendapatkan keuntungan bagi hasil. Dana nasabah tersebut kemudian disalurkan kepada mereka yang membutuhkan (misalnya

modal usaha), dengan perjanjian pembagian keuntungan sesuai kesepakatan.

Secara garis besar, pengembangan produk bank syariah dikelompokkan menjadi tiga kelompok, yaitu:⁹

1. Produk Penghimpunan Dana
2. Produk Penyaluran Dana
3. Produk Jasa

a. Produk Penghimpunan Dana

- 1) Prinsip Wadi'ah, berdasarkan jenisnya terbagi menjadi dua jenis tabungan yang diaplikasikan dalam giro dan tabungan yaitu Wadi'ah yat Amanah dan Wadi'ah yat Dhomanah.
- 2) Prinsip Mudharabah, berdasarkan kewenangan yang diberikan kepada Mudharib, prinsip mudharabah ada dua jenis yaitu Muharabah Mutlagah (investasi tidak terikat) dan Mudharabah muqayyadah (investasi terikat).

b. Penyaluran Dana

- 1) Prinsip jual beli
 - a. Murabahah, yaitu akad jual beli antara bank dengan nasabah. Bank membeli barang yang diperlukan nasabah dan menjual kepada nasabah sebesar harga pokok ditambah dengan keuntungan yang dipakai. Aplikasi murabahah dalam bank diterapkan untuk investasi.
 - b. Salam, yaitu akad jual beli barang pesanan antara pembeli dengan penjual. Spesifikasi barang dan harga disepakati di awal akan dan pembayaran dilakukan di muka secara penuh. Salam dalam bank diaplikasikan dalam produksi agribisnis dan sejenisnya.
 - c. Istishna, yaitu akad jual beli antara pemesan dengan penerima pesanan. Spesifikasi barang dan harga disepakati di awal akan dan pembayaran dilakukan di muka secara penuh. Istishna dalam bank diaplikasikan dalam manufaktur, industri kecil dan menengah serta konstruksi.
- 2) Prinsip bagi hasil
 - a) Musyarakah, yaitu akad untuk usaha patungan dalam membiayai usaha yang halal dan produktif. Aplikasi ini diterapkan dalam pembiayaan proyek.
 - b) Mudharabah, yaitu akad antara pemilik modal dan pengelola modal yang keuntungannya dibagi secara nisbah. Perhitungan bagi hasil dilakukan dengan *revenue sharing* atau *profit sharing*.
- 3) Prinsip Ujrah
 - a) Ijarah, yaitu akad sewa menyewa barang antara bank dengan penyewa. Setelah masa sewa berakhir barang dikembalikan ke bank.
 - b) Ijarah wa iqtina, yaitu akad sewa menyewa barang antara bank dengan penyewa diikuti dengan janji bahwa pada saat yang ditentukan kepemilikan diserahkan ke bank.

c. Jasa Perbankan

- 1) Qordh, yaitu akad pinjam meminjam dari bank kepada pihak ketiga untuk tujuan sosial yang wajib dikembalikan.
- 2) Hiwalah, yaitu akad pemindahan piutang nasabah kepada bank dari nasabah lain. Pada saat piutang jatuh tempo, muhal akan membayar ke bank.
- 3) Radin, yaitu akad penyerahan barang/harta dari nasabah ke bank sebagai jaminan utang.
- 4) Wakalah, yaitu akad pemberian kuasa dari pemberi kuasa kepada penerima kuasa untuk melaksanakan tugas.

- 5) Kafalah, yaitu akad pemberian jaminan yang diberikan satu pihak kepada pihak lain dimana pemberi jaminan bertanggung jawab atas pembayaran kembali suatu hutang.
 - 6) Sharf, yaitu akad jual beli suatu valuta asing.
- d. Fungsi sosial
Penyaluran dana kebajikan:
- 1) Qardhul hasan
 - 2) Santunan kebajikan dan pengeluaran lainnya

METODE PENELITIAN

A. Metode Penelitian, Populasi dan Sampel

1. Metode Penelitian.

Metode penelitian yang peneliti pakai adalah metode penelitian kualitatif. Penelitian kualitatif adalah riset yang bersifat deskriptif dan cenderung menggunakan analisis dengan pendekatan induktif. Proses dan makna (perspektif subyek) lebih ditonjolkan dalam penelitian kualitatif. Landasan teori dimanfaatkan sebagai pemandu agar fokus penelitian sesuai dengan fakta di lapangan. Selain itu landasan teori juga bermanfaat untuk memberikan gambaran umum tentang latar penelitian dan sebagai bahan pembahasan hasil penelitian. Terdapat perbedaan mendasar antara peran landasan teori dalam penelitian kuantitatif dengan penelitian kualitatif. Dalam penelitian kuantitatif, penelitian berangkat dari teori menuju data dan berakhir pada penerimaan atau penolakan terhadap teori yang digunakan; sedangkan dalam penelitian kualitatif peneliti bertolak dari data, memanfaatkan teori yang ada sebagai bahan penjas, dan berakhir dengan suatu “teori”.

Penelitian kualitatif jauh lebih subyektif daripada penelitian atau survei kuantitatif dan menggunakan metode sangat berbeda dari mengumpulkan informasi, terutama individu, dalam menggunakan wawancara secara mendalam dan grup fokus. Sifat dari jenis penelitian ini adalah penelitian dan penjelajahan

terbuka berakhir dilakukan dalam jumlah relatif kelompok kecil yang diwawancarai secara mendalam. Responden diminta untuk menjawab pertanyaan umum, dan interviewer, dengan tanggapan mereka untuk mengidentifikasi dan menentukan persepsi, pendapat dan perasaan tentang gagasan atau topik yang dibahas dan untuk menentukan arah penelitian. Kualitas hasil temuan dari penelitian kualitatif secara langsung tergantung pada kemampuan, pengalaman dan kepekaan dari interviewer atau responden.¹

2. Populasi

Setiap kegiatan penelitian pada umumnya terkait dengan tingkah laku manusia, baik secara individual, kelompok, maupun secara sosial. Dalam melakukan penelitian pada umumnya dilakukan terhadap subjek atau kelompok subjek yang dipilih untuk mewakili seluruh anggota kelompok dalam ukuranyang lebih besar menjadi sasaran kesimpulan yang diperoleh dalam metodologi penelitian, kelompok besar tersebut yang sering disebut sebagai populasi yang dalam hal ini tampak bahwa masalah populasi sebagai sumber data yang memegang arti penting.

Jika suatu penelitian memungkinkan untuk mengambil secara keseluruhan atas objek yang diteliti tersebut, maka penelitian yang dilakukan seseorang tersebut adalah penelitian populasi. Akan tetapi jika populasi itu tidak memungkinkan untuk diteliti secara keseluruhan. Maka dapat dilakukan adalah dengan mengambil sampelnya saja.² Sebelum penulis menjelaskan apa yang dimaksud dengan sampel secara terperinci terlebih dahulu penulis akan mengemukakan pengertian populasi.

Menurut *Suharsi Arikunto*, bahwa yang dimaksud dengan “populasi adalah keseluruhan

objek penelitian yang ingin dikaji."³ Sedangkan menurut Hermawan Warsito mengemukakan bahwa "*populasi ialah sekumpulan unsur atau elemen yang menjadi objek penelitian dan elemen populasi itu merupakan suatu analisis, dan juga populasi itu merupakan sekelompok objek, baik manusia, gejala, benda, ataupun peristiwa.*"⁴ Selanjutnya Ine I. Amirman mengatakan bahwa "*populasi adalah semua objek yang diteliti, baik berupa orang, benda, nilai, kejadian, maupun hal-hal yang terjadi.*"⁵

Dari beberapa pengertian diatas, dapat disimpulkan bahwa populasi adalah keseluruhan objek penelitian yang dapat berupa manusia, benda, hewan, tumbuhan, gejala, nilai, dan peristiwa sebagai sumber data yang memiliki penulis maksud disini adalah semua masyarakat yang tercakup sebagai nasabah aktif Bank Negara Indonesia Cabang Sepatan dalam wilayah kota Tangerang.

2. Sampel

Setelah populasi ditentukan dengan jelas, yang jumlahnya cukup banyak, maka untuk efisiensi dengan jumlah data yang cukup banyak disamping mengeluarkan biaya yang besar dan membutuhkan waktu yang tidak cepat jika harus meneliti semua populasi yang ada. Oleh karena itu, penulis hanya meneliti sebagian dari populasi (sampel), sehingga dapat diharap bahwa hasil yang diperoleh akan memberikan gambaran yang sesuai dengan populasi yang bersangkutan.

Adapun pengertian sampel menurut *Nawawi hadari* adalah merupakan *proses penarikan sebahagian subjek, gejala, atau objek yang ada pada populasi.*⁶ Sedangkan menurut *Mardalis* sampel *ialah sebahagian dari individu yang menjadi objek atau sasaran penelitian.*⁷ Tujuan penentuan sampel adalah untuk perolehan keterangan mengenai penelitian dengan cara mengamati hanya sebahagian dari populasi sebagai suatu cerminan dari populasi yang diteliti. Dengan alasan tersebut, sehingga penelitian biasanya hanya dilakukan terhadap sampel yang

telah dipilih saja yang penting sampel tersebut mewakili populasi yang akan dijadikan generalisasi nantinya.

Penelitian ini menggunakan sampel sebanyak 60 orang, yang terbagi dari berapa variabel yaitu dari, jenis kelamin, pendidikan, usia dan pekerjaan responden. Dalam menentukan sampel dengan teknik tersebut diatas, maka ada beberapa cara atau teknik yang dapat ditempuh, namun dalam penelitian ini penulis hanya menggunakan *random sampling*. Dimana teknik penentuan atau pembentukan sampel menganggap semua elemen populasi mempunyaikemungkinan yang sama untuk masuk dalam sampel. Hal ini dapat dipahami seperti apa yang dikemukakan oleh *Suharsimi Arikunto*, "*random sampling adalah teknik penentuan sampel dimana semua elemen populasi mempunyai kemungkinan yang sama sebagai sampel.*"⁸

Pengambilan sampel dengan teknik tersebut diatas, penulis memperkirakan bahwa setiap individu atau sampel penelitian mempunyai kedudukan yang sama dari segi penelitian. Ada kriteria yang memungkinkan kesamaan tersebut. Hal inilah yang penulis nilai sehingga mempergunakan teknik ini, karena teknik yang sederhana dan penyimpangan data dapat diminimalisir sehingga penulis berharap kesalahan data tidak terjadi dan penelitian dapat berjalan dan perolehan hasil dapat sesuai harapan.

PEMBAHASAN

A. Analisis Faktor-faktor Dominan Yang Mempengaruhi Masyarakat Menjadi Nasabah Pada BNI Syariah

1. Pemahaman Masyarakat tentang Sistem Operasional Bank Syariah

Karena masih dalam tahapan awal pengembangan, dapat dimaklumi bahwa pada saat ini pemahaman sebagian masyarakat mengenai sistem dan prinsip perbankan syariah masih belum tepat. Pada dasarnya, sistem ekonomi Islam telah jelas, yaitu dilarang mempraktikkan riba serta akumulasi kekayaan hanya pada pihak tertentu secara tidak adil. Akan tetapi, secara praktis,

bentuk produk dan jasa pelayanan, prinsip-prinsip dasar hubungan antara bank dan nasabah, serta cara-cara yang halal, masih sangat perlu disosialisasikan secara luas.

Adanya perbedaan karakteristik produk bank konvensional dengan bank syari'ah telah menimbulkan adanya keengganan bagi pengguna jasa perbankan. Keengganan tersebut antara lain disebabkan hilangnya kesempatan mendapatkan penghasilan tetap berupa bunga dari simpanan. Oleh karena itu, secara umum perlu diinformasikan bahwa penempatan dana pada bank syari'ah juga dapat memberikan keuntungan finansial yang kompetitif. Disamping itu, salah satu karakteristik khusus dari hubungan bank dengan nasabah dalam sistem perbankan syari'ah adalah adanya moral force dan tuntutan terhadap etika usaha yang tinggi dari semua pihak hal ini selanjutnya akan mendukung prinsip kehati-hatian dalam usaha bank maupun nasabah. Berdasarkan penelitian yang penulis lakukan dilapangan, mengenai tingkat pemahaman masyarakat tentang Sistem Operasional Perbankan Syari'ah pada Nasabah PT, BNI Syari'ah Cabang Tangerang Tangerang mengenai bentuk-bentuk operasional perbankan syari'ah serta aplikasinya terhadap mekanisme operasional bank. Maka berikut ini disajikan pengolahan data dari angket dalam bentuk persentase.

Tabel V.1

Pemahaman Masyarakat tentang Sistem Operasional pada Bank Syari'ah

No	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentase
1	Paham	14	23,3%
2	Kurang Paham	37	61,7%
3	Tidak Paham	9	15%
Jumlah		60	100%

Sumber data: *data dikelola dari angket no.1*

Berdasarkan data diatas dapat diperoleh bahwa dari 60 responden, yang paham tentang sistem operasional bank syari'ah sebanyak 14 orang atau sebesar 23,3% dan yang menyatakan kurang paham tentang operasional bank syari'ah tersebut sebesar 61,7% yaitu sebanyak 37 responden. Adapun 15% responden menyatakan tidak paham akan sistem operasional bank syari'ah. Dari data diatas dapat disimpulkan bahwa sebagian besar masyarakat belum memahami sepenuhnya tentang sistem operasional pada bank syari'ah, dimana sebagian besar responden menurut hasil penelitian yakni sebesar 61,7% kurang paham akan operasional perbankan syari'ah, maka hal tersebut dapat mengindikasikan seperti yang telah dijelaskan sebelumnya, bahwa hal tersebut lebih disebabkan karena masih kurangnya sosialisasi terhadap masyarakat. Pemahaman yang kurang ini juga terungkap dari hasil wawancara mendalam penulis dengan beberapa nasabah dan pihak yang berwenang pada instansi perbankan mengungkapkan bahwa mereka belum memahami secara baik prinsip operasional Bank Syari'ah. Melihat data dan fakta sebelumnya maka kiranya hal ini menjadi petunjuk bagi para stakeholder perbankan syari'ah agar lebih gencar dalam mengsosialisasikan kepada masyarakat tentang operasional perbankan syariah yang tidak terlepas dari prinsip-prinsip syari'ah.

Pada dasarnya seperti yang telah penulis jelaskan sebelumnya pada landasan teori pada bab II tentang Sistem Operasional Bank Syari'ah, pada intinya adalah hal yang membicarakan tentang bagaimana kerja dan optimalisasi masing-masing bagian dalam menjalankan tugas dan fungsinya. Berkaitan dengan itu, maka *job description* dan *job spafication* merupakan hal yang sangat penting. Karena itu dibutuhkan Strategi Pengembangan Pengaturan Kegiatan Bank Syari'ah yang tepat, agar terlihat secara eksplisit bagi masyarakat tentang perbedaan karakteristik antara Bank Syari'ah dengan Bank Konvensional. Sehingga tidak adalagi keraguan dalam masyarakat terhadap sistem perbankan syari'ah, dan juga menunjukkan kepada masyarakat bahwasanya Lembaga Keuangan Syari'ah tanpa terkecuali PT. BNI

Syari'ah cabang Tangerang juga mampu memberikan keuntungan finansial yang kompetitif.

2. Nilai atau Keyakinan Masyarakat Terhadap Bagi Hasil

Hal mendasar yang membedakan antara Lembaga Keuangan Non Syari'ah dan Syari'ah adalah terletak pada pengembalian dan pembagian keuntungan yang diberikan oleh nasabah kepada lembaga keuangan dan/atau yang diberikan oleh lembaga keuangan kepada nasabah. Oleh karena itu muncullah istilah bunga dan bagi hasil. Persoalan bunga bank yang disebut sebagai riba telah menjadi bahan perdebatan di kalangan pemikir dan fiqih Islam. Dan tampaknya kondisi tersebut tidak akan cukup sampai disitu, namun akan terus diperbincangkan dari masa kemasa. Untuk mengatasi hal tersebut, sekarang umat Islam khususnya praktisi Ekonomi Islam telah mencoba mengembangkan paradigma perekonomian dalam rangka perbaikan ekonomi umat dan peningkatan kesejahteraan umat. Realisasinya adalah berupa beroperasinya bank-bank syari'ah dipelosok Indonesia, salah satunya adalah PT. BNI Syari'ah Cabang Tangerang sebagai Unit Usaha Syari'ah yang beroperasi tidak mendasarkan pada bunga, namun dengan sistem bagi hasil, dan hal inipun sejalan dengan visi dan misi PT. BNI Syari'ah Cabang Tangerang yakni menjadi Bank Syariah yang menguntungkan bagi Bank BNI dan terpercaya bagi umat muslim dengan bersungguh-sungguh menjalankan kegiatan usahanya berdasarkan prinsip-prinsip/syariah Islam yang berlandaskan Al-Qur'an dan Hadits.

Adapun hasil dari penelitian yang penulis dapatkan di lapangan tentang variabel bagi hasil menjadi salah satu faktor positif yang mempengaruhi masyarakat menjadi nasabah Bank BNI Syari'ah dapat dilihat pada Tabel di bawah ini :

Tabel V.2

Nilai Keyakinan Masyarakat Tentang Bagi Hasil

No	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentase
1	Setuju	44	73,3%
2	Kurang Setuju	12	20%
3	Ragu-ragu	4	6,7%
Jumlah		60	100%

Sumber data: Data dikelola dari angket no.2

Tabel V.2 menunjukkan bahwa dari 60 responden, mayoritas menyatakan setuju (73,3%) terhadap sistem bagi hasil yang diberlakukan oleh Bank BNI Syariah Cabang Tangerang. Adapun Responden yang menyatakan tidak setuju terhadap prinsip bagi hasil yaitu sebanyak 12 responden atau sebesar 20%, maka penulis mengambil kesimpulan dari hasil wawancara mendalam dengan beberapa nasabah hal tersebut dikarenakan karena sebagian Responden masih mempunyai anggapan bahwa bunga bank pada Bank Konvensional adalah halal yaitu bahwa riba yang diharamkan Allah dan Rasulnya adalah bunga atau pinjaman konsumtif, khususnya yang hendak memenuhi kebutuhan hidupnya sehari-hari, seperti makan, minum, dan pakaian. Ini diperkuat dengan pernyataan pihak yang terkait dalam hal ini Pimpinan SCO BNI Syari'ah dari hasil wawancara penulis :

Salah satu indikator yang menyebabkan masyarakat kita masih enggan dalam menggunakan jasa atau pelayanan Perbankan Syari'ah sehingga masih menggunakan jasa Konvensional dikarenakan bahwa mereka belum memahami secara baik prinsip operasional Bank Syari'ah, yang mereka tahu adalah Bank Syariah tidak pakai bunga kemudian jika meminjam ke bank syariah untuk modal kerja maka akan diberlakukan prinsip bagi hasil jika berlabar¹¹

Fakta sejarah, menurut sebagian pakar Ekonomi Islam, tidak menyetujui argumen diatas itu karena jenis riba yang dominan berlaku di era jahiliah bukanlah riba konsumtif. Di

era jahiliah, tidak ada orang yang berhutang untuk makan, dan kalaupun ada maka hal tersebut amat langka dan tidak dapat diadikantolak ukur. Riba Jahiliah sebagaimana dipahami oleh ulama terdahulu ialah seseorang berhutang kepada orang lain sampai jangka waktu tertentu.¹² Selain itu praktik ribawi yang telah di firmankan dalam Al-Qur'an itu, kini dalam bentuknya yang lebih canggih telah mendarah daging ditubuh Bank-Bank Konvensional. Hal

tersebut diperkuat dengan adanya fatwa dari MUI yang secara tegas menyatakan :

Praktik Pembungaannya itu hukumnya adalah haram baik dilakukan oleh Bank, Asuransi, Pasar Modal, Pegadaian, Koperasi, dan Lembaga Keuangan lainnya maupun dilakukan oleh individu.

Adapun Responden yang menyatakan Tidak setuju atau masih ragu tentang bagi hasil yang diberikan Bank Syari'ah sebesar 6,7% persen hal ini setidaknya dapat menjadi petunjuk yang lebih kuat bagi Bank Syari'ah dalam hal ini PT. BNI Syari'ah Cabang Tangerang untuk dapat memberikan arahan juga bimbingan mengenai sistem bagi hasil pada Bank Syari'ah sehingga diharapkan maka masyarakat ini dapat menjadi nasabah yang potensial.

3. Sikap Terhadap Prinsip dan Produk Bank Syari'ah

Untuk selanjutnya penulis melakukan analisis tentang sikap terhadap prinsip dan produk pada bank syari'ah, adapun hasil dari analisis tersebut menunjukkan hasil yang juga cukup signifikan dimana 83,3% persen responden menyatakan bahwa mereka setuju dengan aplikasi prinsip syari'ah dalam dunia perbankan. Tingginya tingkat persetujuan terhadap prinsip syari'ah ini tidak terlepas dari ikatan emosional masyarakat sebagian masyarakat kita beragama Islam, sehingga mereka mempunyai sikap yang positif terhadap sistem bagi hasil pada bank syari'ah. Secara detail hasil olahan data yang di dapatkan penulis dilapangan dapat dilihat pada tabel dibawah ini :

Tabel V.3

Sikap Terhadap Prinsip Bank Syari'ah

No	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentase
1	Setuju	50	83,3%
2	Kurang Setuju	6	10%
3	Tidak Tahu	4	6,7%
Jumlah		60	100%

Sumber data: Diperoleh dari angket no.4

Hasil olahan data diatas juga memberikan makna bahwa semakin baik pemahaman masyarakat terhadap konsep syari'ah, semakin mendorong mereka untuk menjadi nasabah bank syari'ah. Dengan kata lain, faktor agama dan moralsangat berperan dalam mendorong masyarakat untuk menggunakan jasa bank syari'ah Adapun Sikap masyarakat akan Produk yang ditawarkan oleh PT. BNI Syariah berikut data yang penulis dapatkan dilapangan.

Tabel V.4

Sikap Terhadap Produk Bank Syari'ah

No	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentase
1	Memberikan	9	15%
2	Kurang Memberikan	41	68,3%
3	Tidak Memberikan	10	16,7%
Jumlah		60	100%

Sumber data: Diperoleh dari angket no.5

Berdasarkan data diatas penulis menarik kesimpulan bahwasanya produk-produk yang ada pada Bank syari'ah tentunya sudah harus dikenal masyarakat yang telah mengenal dan mengetahui bank syari'ah, akan tetapi sikap masyarakat terhadap produk-produk bank syari'ah ternyata masih berpengaruh negatif terlihat bahwa sebagian responden

menyatakan Bank Syari'ah khususnya PT. BNI Syari'ah masih kurang memberikan pengetahuan kepada masyarakat akan produk-produk Syari'ah. Yakni sebesar 68,3% responden menyatakan jika produk-produk yang ada pada bank syari'ah pada saat ini masih kurang diketahui oleh masyarakat kita. Ada indikasi akan ketidaktahuan masyarakat kita terhadap produk-produk yang ditawarkan oleh Lembaga Keuangan Syari'ah khususnya PT. BNI Syari'ah yakni dikarenakan masih kurangnya bauran pemasaran atau marketing pemasaran dari Bank dalam memahami atau memenuhi kebutuhan konsumen, maka dari sini diharapkan agar para praktisi agar lebih gencar dan aktif dalam menggait para nasabahnya, salah satunya adalah dengan merancang Strategi Pemasaran Bank Syari'ah. Adapun strategi pemasaran yang penulis maksudkan seperti yang telah penulis paparkan pada bab sebelumnya, strategi pemasaran bank syari'ah merupakan suatu langkah-langkah yang harus ditempuh dalam memasarkan produk/jasa perbankan yang ditujukan pada peningkatan penjualan, serta memperhatikan indikator-indikator yang dapat menunjang didalam pengembangan bank syariah dalam hal ini PT. BNI Syariah, adapun indikator- indikator yang penulis maksudkan diantaranya kualitas pelayanan, lokasi, promosi dan indikator lainnya.

Penelitian selanjutnya, penulis ingin mengetahui dari responden apakah pelayanan yang diberikan oleh PT. BNI Syari'ah menjadi salah satu variabel yang menyebabkan masyarakat untuk menjadi nasabah pada PT. BNI Syariah. Berikut hasil analisis dilapangan penulis sajikan dalam bentuk tabel dibawah ini :

4. Tanggapan Masyarakat terhadap Pelayanan Bank BNI Syari'ah

Pepatah mengatakan *nasabah adalah raja*, maka ia wajib dilayani dengan tulus dan ikhlas. Nasabah memiliki keinginan-keinginan terhadap bank syari'ah, sehingga nantinya ia menjadi pelanggan bank syari'ah. Keinginan-keinginan yang harapannya dapat diperoleh dari bank . Selanjutnya hasil penelitian dilapangan tentang faktor pelayanan menjadi salah satu faktor yang berpengaruh positif terhadap keputusan masyarakat untuk menjadi nasabah pada PT. BNI Syari'ah Cabang Tangerang adalah sebagai berikut:

Tabel V.5

Tanggapan Masyarakat terhadap Pelayanan Bank BNI Syari'ah

No	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentase
1	Baik	47	78,3%
2	Kurang Baik	10	16,7%
3	Tidak Baik	3	5%
Jumlah		60	100%

Sumber data: *data dikelola dari angket no. 6*

Dari hasil olahan data pada tabel V.5 diatas penulis menarik kesimpulan bahwa dari 60 responden, sebagian besar responden menyatakan kepuasannya terhadap pelayanan yang diberikan oleh Bank BNI syari'ah, hal tersebut dapat dilihat dari banyaknya atau besarnya jawaban responden terhadap kualitas pelayanan yang diberikan PT. BNI Syari'ah, yakni sebesar 78,3% responden atau sebanyak 47 reponden menyatakan baik. Adanya penilaian rasional dari faktor pelayanan ini memberikan indikasi bahwa preferensi untuk memilih bank syari'ah dalam hal ini PT. BNI Syari'ah tidak didasarkan pada emosi agama saja, tetapi juga oleh pertimbangan lain yang lebih rasional. Kualitas pelayanan yang dinilai cukup baik bagi para nasabah BNI Syariah ini juga didukung dengan hasil dokumentasi penulis dilapangan dengan adanya award yang pernah diberikan kepada Bank Negara Indonesia Cabang Sepatan untuk kategori pelayanan terbaik bagi para nasabahnya. Adapun responden yang menyatakan kurang baik sebesar 10%, kiranya ini menjadi motivasi bagi Bank BNI Syari'ah Cabang Tangerang untuk tidak berhenti sampai disitu untuk lebih meningkatkan kualitas pelayanannya kepada para nasabah mengingat nasabah sesungguhnya asset yang sebenarnya bagi Bank.

PENUTUP

A. Kesimpulan.

Berdasarkan analisis data dan pembahasannya maka dapat disimpulkan bahwa:

1. Pengaruh tingkat pemahaman masyarakat tentang sistem operasional bank syari'ah dalam mempengaruhi konsumen untuk menjadi nasabah pada PT. BNI Syari'ah adalah negatif.
2. Pengaruh sikap masyarakat tentang produk-produk yang ditawarkan oleh bank syari'ah dalam mempengaruhi konsumen untuk menjadi nasabah pada PT. BNI Syari'ah juga negatif.
3. Pengaruh keyakinan masyarakat terhadap prinsip syariah dalam mempengaruhi masyarakat untuk menggunakan jasa PT. BNI Syariah adalah positif.
4. Adapun pengaruh bagi hasil dan pelayanan yang diberikan PT. BNI Syari'ah Cabang Tangerang juga berpengaruh positif bagi konsumen untuk bertransaksi pada PT. BNI syari'ah Cabang Tangerang.
5. Dan penelitian ini menunjukkan bahwasanya faktor internal adalah faktor yang lebih dominan pengaruhnya bagi masyarakat untuk menjadi nasabah pada PT. BNI Syari'ah Cabang Tangerang. Faktor-faktor tersebut adalah faktor bagi hasil, keyakinan terhadap prinsip dan kualitas pelayanan yang diberikan oleh PT. BNI Syari'ah Cabang Tangerang.

B. Implikasi Penelitian

1. Sebagaimana diungkapkan bahwa faktor bagi hasil, keyakinan akan prinsip syariah dan kualitas pelayanan merupakan faktor internal yang mengakibatkan dominan berpengaruh bagi masyarakat untuk menjadi nasabah pada PT. BNI Syari'ah Cabang Tangerang. Maka Bank Negara Indonesia Cabang Sepatan dalam hal ini hendaknya tetap menjaga kepercayaan masyarakat khususnya nasabah, bahwa praktek bagi hasil yang diberikan telah berjalan sesuai dengan prinsip-prinsip syari'ah, dan terus memberikan kualitas pelayanan yang terbaik bagi nasabah, dengan terus memperhatikan indikator-indikator yang berhubungan dengan faktor bagi hasil dan kualitas pelayanan.
2. Diketahui pula bahwa faktor-faktor sistem operasional bank, dan produk. Pada umumnya masih dinilai masih negatif oleh responden/nasabah PT. BNI Syari'ah Cabang Tangerang. Maka hendaknya PT. BNI Syari'ah Cabang Tangerang dapat membenahi faktor-faktor tersebut, yakni dengan terus menggali atau menciptakan produk-produk yang variatif tapi tetap berjalan pada prinsip-prinsip syari'ah. Agar dapat lebih banyak menarik minat masyarakat untuk menggunakan jasa PT. BNI Syari'ah.Cabang TangerangD

DAFTAR PUSTAKA

- Antonio, M. Syafii. *Bank Syariah dari Teori ke Praktek*. Cet. 1; Jakarta: Gema Insani Press, 2001.
- . *Dari Teori ke Praktek*. Jakarta: Gema Insani Press, 2001.
- Amirman, I Ine Yousda. *Penelitian dan Stastistik Pendidikan*, Jakarta: Bumi Aksara, 1993.
- Arifin, Zaenul. *Dasar-dasar Manajmen Bank Syariah*, Jakarta Alfabeta, 2002.
- Arikunto, Suharsimi. *Prosedur Penulisan Karya Ilmiah*, Jakarta: Rineka Cipta, 2002. Departemen Pendidikan dan Kebudayaan. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. ed.II; Jakarta: Balai Pustaka, 1997.
- Hasibuan, Malayu. *Perbankan Islam*, Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2002 <http://organisasi.org/pengertian-pemasaran-defenisi-pasar-dan-pemasaran> (08 Januari 2010).
- Jaharuddin, "Mengenal Bank Syariah," *Blog Jaharuddin*. <http://syariaeconomy.blogspot.com/2008/12/mengenal-bank-syariah.html> (10 Januari 2010).
- Kountur, Ronny. *Menguasai Riset Pemasaran*, Jakarta: PT. Mitra Kerjaya, 2008.
- Kotler, Philip. *Marketing Management*, The Millenium Edition, (New York: PrenticeHall International, Inc, 2000), p.7.
- Lewis, Marvyn dan Latifa Algoud. *Prinsip, Praktik, Prospek Perbankan Syari'ah*, Jakarta: PT. serambi Ilmu Semesta, 2005.
- Mardalis. *Metodologi penelitian: Suatu pendekatan Proposal* , Jakarta: Bumi Aksara,1992.
- Muhammad. *Manajemen Bank Syari'ah*, Yogyakarta: UPP AMP YKPN, 2005.
- *Lembaga Keuangan Kontemporer*, Yogyakarta: UII Press, 2000. Muhammad, Abu Dwiono. *Selamat Tinggal Bank Konvensional*, Jakarta: CV Tifa Surya Indonesia, 2009.
- Nawawi, Hadari. *Metodologi Penelitian Bidang Sosial*, Yogyakarta: Universiti Pers,1993
- Pasamai, Syamsuddin. *Metodologi Penelitian dan Penulisan Karya Ilmiah Hukum*,Tangerang: Umitoha, 2007.
- Perwataatmadja, Karnaen dan Syafii Antonio. *Apa dan bagaimana Bank Islam*, PT.Dana Bhakti Wakaf, 1997.
- (Suryono, wawancara, 2009).
- Soemitra, Andri. *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah*. Jakarta: Kencana PrenedaMedia Group, 2009.
- Swastha, Basu dan Hani Handoko. *Manajemen Pemasaran Analisis PerilakuKonsumen*, BPEE, Yogyakarta, 2008.
- Warmawan, Adi. *Bank Islam*. Ed III; Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2008.