

**PENGARUH PENGETAHUAN KONSUMEN (*CONSUMER
KNOWLEDGE*) TENTANG PERBANKAN SYARIAH TERHADAP
KEPUTUSAN MENJADI NASABAH PADA PT. BANK
MUAMALAT KCP BINJAI**

SKRIPSI MINOR

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk
Memperoleh Gelar Alhi Madya (D-III)
Dalam Ilmu Perbankan Syariah
Pada Program D-III Perbankan Syariah
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sumatera Utara

Oleh:

DICKY ARIS MUNANDA MELIALA
Nim. 0504163203



**PROGRAM STUDI D-III PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUMATERA UTARA
MEDAN
2019 M/1440 H**

**PENGARUH PENGETAHUAN KONSUMEN (*CONSUMER
KNOWLEDGE*) TENTANG PERBANKAN SYARIAH TERHADAP
KEPUTUSAN MENJADI NASABAH PADA PT. BANK
MUAMALAT KCP BINJAI**

SKRIPSI MINOR

Oleh:

DICKY ARIS MUNANDA MELIALA

Nim. 0504163203



**PROGRAM STUDI D-III PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUMATERA UTARA
MEDAN
2019 M/1440 H**

LEMBAR PERSETUJUAN

**PENGARUH PENGETAHUAN KONSUMEN (*CONSUMER KNOWLEDGE*)
TENTANG PERBANKAN SYARIAH TERHADAP KEPUTUSAN MENJADI
NASABAH PADA PT. BANK MUAMALAT KCP BINJAI**

Oleh

DICKY ARIS MUNANDA MELIALA

Nim. 0504163203

Menyetujui

PEMBIMBING

KETUA PROGRAM STUDI
D-III PERBANKAN SYARIAH

Kamilah, SE.Ak.M.Si
NIP. 197910232008012014

Dr. Aliyuddin Abdul Rasyid.Lc.MA
NIP. 196506282003021001

LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi minor ini berjudul : **PENGARUH PENGETAHUAN KONSUMEN (CONSUMER KNOWLEDGE) TENTANG PERBANKAN SYARIAH TERHADAP KEPUTUSAN MENJADI NASABAH PADA PT. BANK MUAMALAT KCP BINJAI**, telah diuji dalam Sidang Munaqasyah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sumatera Utara Medan, pada tanggal 2019.

Skripsi telah diterima sebagai syarat untuk memperoleh gelar Ahli Madya (A,Md) pada program Diploma III Perbankan Syariah FEBI UIN Sumatera Utara.

Medan, 15 2019.

Panitia Sidang Munaqasyah Skripsi Minor
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
UINSU Medan

Ketua,

Sekretaris,

Dr. Aliyuddin Abdul Rasyid.Lc.MA

Kamilah, SE.Ak.M.Si

NIP. 196506282003021001

NIP. 197910232008012014

Anggota

Penguji I

Penguji II

Kamilah, SE.Ak.M.Si

Dr Muhammad Arif, MA

NIP. 197910232008012014

NIP. 1100000116

Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
UIN Sumatera Utara

Dr. Andri Soemitra, MA

NIP. 197605072006041002

IKHTISAR

Dicky Aris Munanda Meliala Nim. 0504163203 Dengan judul penelitian: **Pengaruh Pengetahuan Konsumen (*Consumer Knowledge*) Tentang Perbankan Syariah Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Pada Pt. Bank Muamalat Kcp Binjai.** Program Studi D-III Perbankan Syariah UIN Sumatera Utara. Pembimbing:

Bank pada dasarnya adalah melakukan penghimpunan dana dari masyarakat dalam bentuk pembiayaan atau dengan kata lain melaksanakan fungsi intermediasi keuangan. Bank Syariah sendiri merupakan bank yang menjalankan kegiatan usaha berdasarkan prinsip syariah atau prinsip hukum Islam. Bank syariah tidak mengandung unsur bunga akan tetapi adanya sistem bagi hasil, sistem sewa dan sistem jual beli yang tidak mengandung riba sedikitpun. Bank syariah menjalankan fungsinya sebagai tempat untuk menghimpun dana, penyaluran dana kepada nasabah dan memberikan pelayanan jasa Bank kepada nasabah. Konsumen memiliki peran dalam memutuskan produk yang diinginkan, ketika konsumen memiliki pengetahuan yang lebih banyak, maka ia mengetahui dan yakin dalam mengambil keputusan. Bank Muamalat KCP Binjai memberikan perhatian besar pada konsumen, dengan memberikan pengetahuan terkait dengan perbankan syariah kepada masyarakat. Pemberian pengetahuan kepada masyarakat dilakukan dengan *Referral, Existing* dan nasabah baru yang datang sendiri ke Bank, selain itu dapat dilakukan dengan mendatangi perkumpulan perwiritan Ibu-Ibu, membuat penyuluhan tentang Bank Muamalat. Keputusan konsumen untuk menjadi nasabah pada Pt. Bank Muamalat Kcp Binjai yaitu dipengaruhi oleh faktor: nilai kepercayaan masyarakat atau konsumen terhadap Bank, kepuasan nasabah terhadap suatu Bank, tempat atau lokasi yang strategis, kualitas pelayanan Bank, syariah, harga, dan bagi hasil. Dengan demikian Bank Muamalat Kcp Binjai mendapatkan jumlah nasabah *financing* yaitu 15 orang dan nasabahnya yang aktif menabung berjumlah 290 orang.

Kata Kunci : Bank Syariah, Pengetahuan Konsumen, Keputusan Menjadi Nasabah.

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Wr. Wb.

Alhamdulillahirabbilalamin segala puji dan syukur bagi Allah SWT yang telah memberikan penulis kesehatan, kekuatan, dan semangat di tengah kendala dan keterbatasan ilmu yang dimiliki hingga akhirnya bisa menyelesaikan skripsi minor ini yang mana sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Ahli Madya (AMd) pada fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sumatera Utara. Shalawat dan salam yang tak pernah bosan dan jenuhnya kita berikan ke nabi besar kita Muhammad Saw yang telah membawa kita dari alam yang gelap gulita hingga ke alam yang terang benderang sampai saat sekarang ini, semoga kelak kita akan mendapat syafaatnya. Aamiin

Skripsi ini disusun untuk diajukan sebagai syarat guna memperoleh gelar Ahli Madya (AMd) pada Universitas Islam Negeri Sumatera Utara jurusan D-III Perbankan Syariah.

Dalam pembuatan skripsi minor ini penulis banyak memperoleh bantuan dan bimbingan, untuk itu pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Allah SWT yang senantiasa memberikan rahmat dan hidayah nya mengiringi dan memberikan jalan yang indah, lancar dan kemudahan dalam keridhoannya.

2. Kepada yang tersayang dan teristimewa, kedua orang tua saya Bapak Evri Meliala dan Ibu Malemta. Terimakasih atas segala cinta kasih dan pengorbanan yang telah diberikan serta doa yang tak pernah putus untuk saya, semoga sarjana ini menjadi kebanggaan mamak dan bapak.
3. Kepada adik saya tersayang Della Anggraini Meliala. Terimakasih telah memberikan semangat dan doa.
4. Bapak Prof. Dr. H. Saidurrahman, MA selaku Rektor UIN Sumatera Utara.
5. Ibu Kamilah, SE.Ak.M.Si selaku Pembimbing Skripsi Minor yang telah bersedia memberikan arahan, bimbingan dan petunjuk kepada penulis dalam penyelesaian skripsi minor ini.
6. Bapak Dr. Andri Soemitra, M.A selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sumatera Utara.
7. Bapak Dr. Aliyuddin Abdul Rasyid. Lc.MA selaku ketua prodi D-III Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sumatera Utara.
8. Seluruh pengajar dan staf administrasi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sumatera Utara.
9. Terima kasih kepada bapak Muhammad Muslim selaku Sub Branch Manager di Pt Bank Muamalat Kcp Binjai.
10. Terima kasih kepada Bapak DR. Muhammad Yafiz, M.Ag selaku pembimbing dalam melaksanakan magang di PT. Bank Muamalat Kcp Binjai.

11. Terima kasih kepada teman-teman saya khususnya teman kelas D-III

Perbankan Syariah D yang telah memberikan semangat dan dukungannya.

12. Terimakasih kepada Ayu Wandira yang memberikan semangat dan dukungan.

13. Kepada Abuya Adil Akhyar, SH. LLM. PhD pimpinan yayasan pondok pesantren Daarusy Syifaa yang selalu memberikan arahan.

Demikian penulisan skripsi minor ini, sekali lagi kepada semua pihak yang telah membantu dalam penyelesaian ini penulis mengucapkan banyak terima kasih. Akhir kata dengan penuh doa penulis berharap semoga skripsi minor ini bermanfaat bagi para pembaca, Aamiin.

Walaikum'salam Wr. Wb

Medan, 1 Oktober 2019

Penulis

Dicky Aris Munanda Meliala

Nim: 0504163203

DAFTAR ISI

| | |
|-------------------------|-----|
| LEMBAR PERSETUJUAN..... | i |
| LEMBAR PENGESAHAN | ii |
| IKTISAR..... | iii |
| KATA PENGANTAR | iv |
| DAFTAR ISI..... | vi |

BAB I : PENDAHULUAN

| | |
|--|---|
| A. Latar Belakang Masalah | 1 |
| B. Rumusan Masalah..... | 5 |
| C. Tujuan dan Manfaat Penelitian | 6 |
| D. Metode Penelitian | 7 |
| E. Sistematika Pembahasan | 8 |

BAB II : LANDASAN TEORI

| | |
|---|----|
| A. Bank Syariah..... | 9 |
| 1. Pengertian Bank Syariah..... | 9 |
| 2. Fungsi dan Peranan Bank Syariah..... | 10 |
| 3. Tujuan Bank Syariah..... | 11 |
| 4. Prinsip-Prinsip Dasar Operasi Bank Syariah | 11 |
| 5. Akad-Akad Bank Syariah | 13 |
| 6. Produk-Produk Bank Syariah..... | 17 |
| B. Pengetahuan Konsumen | 24 |
| 1. Pengertian Pengetahuan Konsumen..... | 24 |
| 2. Perilaku Konsumen | 24 |
| 3. Karakteristik Konsumen..... | 26 |
| 4. Pengetahuan Masyarakat..... | 26 |
| 5. Keputusan Menjadi Nasabah..... | 27 |

BAB III : GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

| | |
|---|----|
| A. Sejarah Berdirinya dan Perkembangan PT Bank Muamalat Indonesia | 29 |
| B. Ruang Lingkup Bank Muamalat | 32 |
| 1. Visi dan Misi | 32 |
| 2. Logo Pada PT. Bank Muamalat Indonesia. Tbk | 33 |
| 3. Arti Logo Bank Muamalat | 34 |
| 4. Tujuan Berdiri Bank Muamalat Indonesia | 35 |
| C. Organisasi Dan Manajemen | 36 |
| 1. Struktur Organisasi PT. Bank Muamalat KCP Binjai..... | 36 |
| 2. Job Description | 36 |

BAB IV : PEMBAHASAN DAN ANALISIS

| | |
|--|----|
| A. Pengaruh Pengetahuan Konsumen Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Pada PT. Bank Muamalat Indonesia Kep. Binjai..... | 43 |
| B. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Konsumen Menjadi Nasabah Pada PT. Bank Muamalat Indonesia KCP. Binjai | 46 |

BAB V : PENUTUP

| | |
|---------------------|----|
| A. Kesimpulan | 49 |
| B. Saran | 50 |

DAFTAR PUSTAKA

RIWAYAT HIDUP

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Kurangnya perhatian masyarakat terhadap perbankan syariah sangat berpengaruh bagi konsumen/calon nasabah, apabila seorang nasabah mempunyai pengetahuan mengenai perbankan syariah bahwasannya bank murni syariah maka dengan otomatis calon nasabah tersebut akan memilih dan memutuskan bank syariah sebagai tempat untuk berinvestasi.¹

Perbankan syariah yang berusaha mengakomodir berbagai pihak yang menginginkan agar tersedia jasa transaksi keuangan yang dilaksanakan sejalan dengan nilai moral dan prinsip syariah Islam khususnya yang berkaitan dengan larangan praktik riba, kegiatan yang spekulatif yang serupa dengan perjudian (*maisyir*), ketidakpastian (*qharar*) dan pelanggaran prinsip keadilan dalam transaksi serta keharusan penyaluran dana investasi pada kegiatan usaha yang etis dan halal secara syariah. Seperti yang dijelaskan dalam Al-Qur'an surat Al-Hud: 86 sebagai berikut:

بَقِيَّتُ اللَّهِ خَيْرٌ لَّكُمْ إِن كُنْتُمْ مُؤْمِنِينَ ۗ وَمَا أَنَا عَلَيْكُمْ بِحَفِيظٍ ﴿٨٦﴾

¹ Wawancara dengan bapak Muslim selaku Pimpinan Bank Muamalat KC Binjai tanggal 31 Mei 2019

Artinya : *Sisa (Keuntungan) dari Allah adalah lebih baik bagimu jika kamu orang-orang yang beriman, dan Aku bukanlah seorang penjaga atas dirimu.*²

Ayat tersebut mengandung makna bahwa dengan sisa keuntungan dari Allah ialah keuntungan yang halal dalam perdagangan sesudah melakukan kegiatan perdagangan, walaupun sedikit keuntungannya yang penting halal dan sesuai dengan aturan-aturan bermuamalah dalam Islam lebih baik adanya.

Saat ini perkembangan di bidang jasa, khususnya perbankan sedang pesat. Dahulu nasabah mencari bank (*Bank Oriented*), sekarang bank mencari nasabah (*Customer Oriented*) maka bank dituntut mampu menawarkan produk-produk sesuai dengan kebutuhan dan keinginan nasabah.³

Perkembangan bank syariah juga sangat pesat apabila mengacu pada *demand* masyarakat akan produk dan perbankan syariah, sejak tahun 1992 mulai beroperasi yang dikenal dengan *dual banking system* di Indonesia. perbankan konvensional yang menerapkan bunga berjalan berdampingan dengan perbankan syariah yang menerapkan sistem bagi hasil. Tetapi dalam hal ini masih banyak tantangan dan permasalahan yang dihadapi dalam perkembangan bank syariah. Permasalahan yang muncul antara lain rendahnya pengetahuan tentang perbankan syariah terutama yang

²Departemen Agama Republik Indonesia, *Al-Qur'an dan Terjemahnya*, (Semarang: Toba Putra, 2006), hlm.246

³Kasmir, *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya, Cetakan ke-11*, (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2011), hlm.47

disebabkan dominasi perbankan konvensional sehingga perbankan syariah masih dianggap sebelah mata.⁴

Banyak kendala yang dihadapi oleh perbankan syariah saat ini terutama ialah kurangnya pemahaman umat Islam terhadap perbankan syariah salah satu penyebabnya adalah dominasi perbankan konvensional di Indonesia. disamping itu struktur pengetahuan dan persepsi masyarakat yang sudah terbangun sejak lama terhadap bank konvensional tentu saja tidak mudah diarahkan kepada bank yang berazaskan syariah Islam.

Pemahaman yang rendah terhadap bank syariah salah satunya diakibatkan kurangnya dukungan perangkat hukum dan peraturan perundang-undangan sehingga bank syariah berusaha menyesuaikan produknya dengan hukum perbankan yang berlaku umum, akibatnya ciri syariah tersamar dan umat Islam tidak merasa riskan untuk meninggalkan bank syariah dan memilih perbankan konvensional serta lambatnya proses sosialisasi yang dilakukan terhadap prinsip dan sistem perbankan syariah.⁵

Masyarakat pada umumnya memiliki banyak pilihan dalam memutuskan tempat, produk, bahkan kerja sama dengan dunia perbankan. Faktor-faktor yang mempengaruhi seseorang menginvestasikan hartanya pada lembaga keuangan perbankan diantaranya adalah tingkat suku bunga, tingkat pendapatan dan kemajuan

⁴<http://www.bi.go.id/id/perbankan/syariah/Contents/Default.aspx>, (akses tanggal 09 Mei 2019, Pukul 10:39 Wib.)

⁵ Wawancara dengan bapak Muslim selaku Pimpinan Bank Muamalat KC Binjai tanggal 31 Mei 2019

teknologi.⁶ Nasabah memilih tempat untuk menyimpan dananya bukan hanya sekedar ingin mendapatkan jaminan yang aman dari berbagai bahaya, tetapi juga memiliki nilai bagi nasabah yang artinya sejumlah keuntungan yang diharapkan nasabah dari sesuatu hal yang dikonsumsi atau dibelinya.

Pengetahuan konsumen penting dalam memutuskan produk apa yang dibeli, berapa banyak yang dibeli, di mana 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 dalam mengambil keputusan.

Penulis memilih Bank Muamalat KCP Binjai sebagai objek penelitian karena bank muamalat merupakan bank syariah pertama yang ada di Indonesia. hal inilah yang mendorong penulis untuk melakukan penelitian karena pemahaman atau pengetahuan konsumen terhadap suatu produk yang dipasarkan sangatlah penting, yaitu sebagai realita yang penulis lihat baik pada diri sendiri maupun masyarakat pada umumnya. Mereka akan membeli suatu produk jika mereka telah tahu apa yang akan mereka beli dan kapan mereka membeli serta bagaimana kualitas produk yang akan mereka beli.

Berdasarkan latar belakang di atas penulis merasa tertarik untuk mengadakan serangkaian penelitian dan memaparkannya dalam proposal penelitian ini yang

⁶Zainul Arifin, *Memahami Bank Syariah: Lingkup, Peluang, Tantangan dan Prospek*, Cet III, (Jakarta: Alfabet, 2000), hlm. 44

berjudul **“PENGARUH PENGETAHUAN KONSUMEN (*CONSUMER KNOWLADGE*) TENTANG PERBANKAN SYARIAH TERHADAP KEPUTUSAN MENJADI NASABAH PADA PT. BANK MUAMALAT KCP BINJAI”**

B. Rumusan Masalah

Adapun yang menjadi perumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah pengetahuan konsumen (*consumer knowledge*) tentang perbankan syariah berpengaruh terhadap keputusan menjadi nasabah pada PT Bank Muamalat KCP Binjai?
2. Faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi keputusan konsumen menjadi nasabah PT Bank Muamalat KCP Binjai?

C. Tujuan dan Manfaat Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah

1. Untuk mengetahui pengaruh pengetahuan konsumen (*consumer knowledge*) tentang perbankan syariah terhadap keputusan menjadi nasabah pada PT. Bank Muamalat KCP Binjai.
2. Untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen menjadi nasabah PT Bank Muamalat KCP Binjai.

Adapun manfaat yang dapat di peroleh dalam penelitian ini adalah :

1. Bagi Peneliti

Memberikan pemahaman yang semakin dalam dan wawasan baru kepada penulis perihal pengetahuan konsumen (*consumer knowledge*) terhadap keputusan menjadi nasabah di Bank Muamalat KCP Binjai.

2. Bagi Perusahaan

Bagi pihak Bank Muamalat KCP Binjai untuk mengetahui tanggapan konsumen tentang perbankan syariah dan pengaruhnya terhadap keputusan menjadi nasabah.

3. Bagi Akademisi

Untuk memberikan sumbangan pikiran bagi peneliti selanjutnya dan sebagai baha referensi yang diharapkan dapat menambah wawasan pengetahuan bagi pembaca terutama tentang perilaku konsumen mengenai pengetahuan konsumen terkait dengan pengaruhnya dalam proses pengambilan keputusan.

D. Metode Penelitian

1. Jenis Penelitian

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan jenis penelitian kualitatif dengan metode deskriptif. Melalui metode deskriptif, data di kumpul, di susun, di kelompokkn, di analisis, kemudian di integrasikan sehingga menjadi gambaran yang jelas dan terarah mengenai masalah yang di teliti.

2. Lokasi dan Waktu Penelitian

Lokasi penelitian pada PT. BANK MUAMALAT KCP Binjai jl. Soekarno Hatta , dekat binjai super mall.

3. Teknik Pengumpulan Data

Adapun teknik pengumpulan data yang di lakukan wawancara secara mendalam (*indept interview*), yakni melakukan Tanya jawab dengan pihak-pihak yang berwenang dalam perusahaan tersebut untuk memperoleh keterangan yang berkaitan dengan penulisan skripsi ini. Selain itu, data juga di dukung oleh studi kepustakaan, yaitu dengan mendalami literatur-literatur yang terkait dengan masalah penelitian.

F. Sistematika Pembahasan

Sistematika pembahasan adalah pokok-pokok uraian yang akan di bahas dalam skripsi secara terinci yang di susun menjadi bagian-bagian yang saling berkaitan. Secara garis besar penulisan skripsi minor ini terdiri dari beberapa bab sesuai dengan keperluan tiap babnya untuk mempermudah penulis dalam menyelesaikan permasalahan yang di teliti, penulis menguraikan skripsi minor ini ke dalam lima bab, yang masing-masing setiap sub babnya adalah sebagai berikut:

Bab satu merupakan bagian pendahuluan yang terdiri dari lima bagian yaitu latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, metode penelitian dan sistematika pembahasan.

Bab dua merupakan landasan teori yang terbagi menjadi beberapa pembahasan yaitu tentang pengertian Bank Syariah, fungsi dan peran Bank, tujuan Bank Syariah, prinsip dasar operasional Bank Syariah, akad-akad Bank Syariah, pengertian pengetahuan konsumen, pengertian perilaku konsumen, karakteristik konsumen, pengetahuan masyarakat dan keputusan konsumen menjadi nasabah.

Bab tiga merupakan gambaran umum perusahaan. Pada bab ini, penulis menguraikan tentang sejarah singkat PT. BANK MUAMALAT KCP Binjai, visi misi perusahaan, struktur organisasi serta pembagian dan tugas tanggung jawab.

Bab empat merupakan hasil dari penelitian. Pada bab ini, penulis menguraikan secara jelas tentang pengaruh pengetahuan konsumen terhadap bank syariah dan keputusan menjadi nasabah pada PT Bank Muamalat KCP Binjai dan faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi keputusan konsumen menjadi nasabah PT Bank Muamalat KCP Binjai.

Bab lima merupakan terakhir dari sebuah penelitian yang terdiri dari dua bagian yaitu : kesimpulan dan saran. Dalam kesimpulan penulis menyimpulkan keseluruhan poin terpenting dari sebuah penelitian. Selain itu penulis juga memberikan saran dalam penelitian.

BAB II

LANDASAN TEORITIS

A. Bank Syariah

1. Pengertian Bank Syariah

Dalam pembicaraan sehari-hari, bank dikenal sebagai lembaga keuangan yang kegiatan utamanya menerima simpanan giro, tabungan dan deposito. Kemudian bank juga dikenal sebagai tempat untuk meminjam uang (pembiayaan) bagi masyarakat yang membutuhkannya. Di samping itu bank juga dikenal sebagai tempat untuk menukar uang, memindahkan uang atau menerima segala bentuk pembayaran dan setoran, seperti pembayaran listrik, telepon, air, pajak, uang kuliah dan pembayaran lainnya.

Menurut Undang-Undang RI nomor 10 tahun 1998 tentang perbankan, yang dimaksud dengan bank adalah badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya kepada masyarakat dalam bentuk pembiayaan dan atau bentuk-bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat banyak.⁷

Adapun pengertian bank syariah menurut Undang-Undang RI nomor 21 tahun 2008 tentang perbankan syariah. Bank syariah adalah bank yang menjalankan

⁷Himpunan Peraturan Perundang-Undangan Perbankan dan Lembaga Penjamin Simpanan (Bandung: Fokus Media, 2004), hlm. 138

kegiatan usahanya berdasarkan prinsip syariah dan menurut jenisnya terdiri atas Bank Umum Syariah dan Bank Pengkreditan Rakyat Syariah.

2. Fungsi dan Peranan Bank Syariah

Selayaknya suatu usaha yang dibangun atas dasar kemaslahatan umat baik di dunia dan di akhirat, maka bank syariah hendaknya melakukan fungsi dan peranannya sesuai dengan ajaran Islam dimana ajaran itu dilandaskan Al-Qur'an dan Hadis. Adapun fungsi dan peranan bank syariah yang diantaranya tercantum dalam pembukuan standart akuntansi yang dikeluarkan oleh AAOIFI (*accounting and auditing organization for Islamic financial institution*).⁸ Sebagai berikut:

1. Manajer investasi, bank syariah dapat mengelola investasi dana nasabah.
2. Investor, bank syariah dapat menginvestasikan dana yang dimilikinya maupun dana nasabah yang dipercayakan kepadanya.
3. Penyedia jasa keuangan dan lalu lintas pembayaran, bank syariah dapat melakukan kegiatan-kegiatan jasa-jasa layanan perbankan sebagaimana lazim.
4. Pelaksanaan kegiatan sosial sebagai ciri yang melekat pada entitas keuangan syariah, bank islam juga memiliki kewajiban untuk mengeluarkan dan mengelola (menghimpun, mengadministrasikan, mendistribusikan) zakat serta dana-dana sosial lainnya.

⁸Andri Soemitra, *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah* .(kencana 2009) Edisi Kedua hal,63

3. Tujuan Bank Syariah

Dibandingkan dengan bank konvensional, bank syariah memiliki tujuan lebih luas dari pada bank konvensional, namun tetap mencari keuntungan dimana keuntungan tersebut didapatkan dengan cara-cara yang syariah dan berasal dari sektor riil sehingga tidak ada unsur riba. Adapun tujuan bank syariah sebagai berikut.⁹

- a. Menyediakan lembaga keuangan perbankan untuk meningkatkan taraf hidup masyarakat.
- b. Memotivasi masyarakat untuk ikut serta dalam pembangunan.
- c. Merubah cara berfikir masyarakat agar lebih baik dan lebih ekonomis agar masyarakat tersebut lebih baik dari hidupnya.
- d. Melalui produk perbankan syariah yang ada, menyadarkan masyarakat mengenai pentingnya berbagi dan bagi hasil. Artinya masyarakat tidak lagi melakukan riba.

4. Prinsip-Prinsip Dasar Operasional Bank Syariah

Dalam UU No. 1998 disebutkan bahwa bank syariah adalah bank umum yang melaksanakan kegiatan usaha berdasarkan prinsip syariah yang dalam kegiatannya memberikan jasa dalam lalu lintas pembayaran. Dalam menjalankan aktivitasnya, bank syariah menganut prinsip-prinsip sebagai berikut:

⁹*Ibid*, hlm.64

- a. Prinsip Keadilan. Tercermin dari penerapan imbalan atas dasar bagi hasil dan pengambilan margin keuntungan yang disepakati bersama antara bank dan nasabah.
- b. Prinsip Kesejahteraan. Bank syariah menempatkan masalah penyimpanan dana nasabah pengguna dana, maupun bank pada kedudukan yang sama dan sederajat. Hal ini tercermin dalam hak, kewajiban, resiko, dan keuntungan yang berimbang antara nasabah penyimpan dana, nasabah pengguna dana, maupun bank.
- c. Prinsip Ketentraman. Produk-produk bank syariah telah sesuai dengan prinsip dan kaidah *muamalah* Islam, antara lain tidak adanya unsur riba serta penerapan zakat harta. Dengan demikian nasabah akan merasakan ketentraman lahir maupun batin.¹⁰

Pelaksanaan prinsip-prinsip di ataslah yang merupakan pembeda utama antara bank syariah dengan bank konvensional. Prinsip syariah yang dipakai sebagai landasan operasional bank syariah diantaranya:

- a. Bebas dari bunga (riba), bunga dianggap sama dengan riba, karena mengambil tambahan dari harta pokok atau modal secara batil.
- b. Bebas dari kegiatan spekulatif non produktif (*judi/ maysir*), melakukan sesuatu yang bersifat spekulatif dengan keuntungan besar, resiko besar dan dengan tanpa melakukan usaha yang keras serta bermanfaat.

¹⁰Adrian Setiadi, *Perbankan Syariah Tinjauan dan Beberapa Segi Hukum*, (Jakarta: Ghalilia Indonesia, 2009), hlm. 32

- c. Bebas dari hal-hal yang meregukan (*gharar*) menjalankan suatu transaksi yang risikonya berlebihan tanpa mengetahui dengan pasti akibat dan risiko yang dihadapi.
- d. Bebas dari hal-hal yang merusak , menjalankan usaha yang tidak memberikan manfaat pada masyarakat.
- e. Hanya membiayai kegiatan yang halal. Menjalankan usaha-usaha yang tidak diragukan kehalalannya baik secara forma maupun substansial.¹¹

5. Akad-Akat Bank Syariah

Bank syariah dengan system bagi hasil di rancang untuk terbinanya kebersamaan dan menanggung resiko usaha dan berbagi hasil usaha antara pemilik dana (*shaibul mall*) yang menyimpan uangnya dilembaga, selaku pengelola dana atau mudharip, dan masyarakat yang membutuhkan dana yang bisa berstatus peminjam dana atau pengelola usaha . pengelolaan daa tersebut di dasarkan pada akad-akad yang disesuaikan kaidah muamalt. Menurut fiqh membagi akad menjadi dua yaitu :

- a. Akad *Tabarru*; yaitu segala macam perjanjian yang menyangkut *non profit transaction* . Transaksi ini dilakukan dengan tujuan tolong menolong dalam rangka berbuat kebaikan yang hakikatnya bukan transaksi bisnis untuk cari keuntungan komersil. Contoh akad *tabarru* ' adalah sebagai berikut:¹²

¹¹Ely Siswanto , *manajemen bank konvensional dan syariah (Malang press, 2008)*, h, 127

¹²Andri Soemitra, *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah .(kencana 2009)* Edisi Kedua hal,76

2. *Wadiah (Depository)*

Titipan dari satu pihak kepada pihak lain, baik individu maupun badan hukum yang harus dijaga dan dikembalikan setiap saat bila pemilik menghendaki.

3. *Kafalah (guaranty)*

Akad pemberian garansi /jaminan oleh pihak bank kepada nasabah untuk menjamin pelaksanaan proyek dan pemenuhan kewajiban tertentu oleh pihak yang dijamin.

4. *Wakalah (Deputyship)*

Akad pemberian kuasa (*muwakil*) kepada penerima kuasa (wakil) untuk melaksanakan suatu (tuakil) atas nama pemberi kuasa.

5. *Hiwalah (transfer servis)*

Akad yang mengharuskan pemindahan hutang dari yang bertanggung kepada penanggung jawab yang lain.

6. *Ar-Rahn (Mortgage)*

Menahan salah satu harta milik nasabah yang memiliki nilai ekonomis sebagai jaminan atas pinjaman yang diterimanya.

7. *Al-Qardh (soft and Benevolent Loan)*

Pemberian harta kepada nasabah yang dapat ditagih atau diminta kembali atau dengan kata lain meminjamkan tanpa mengharapkan imbalan.

8. *Dhaman*

Menggabungkan dua beban (tanggungan) untuk membayar utang , menggadaikan barang , atau menghadirkan orang pada tempatnya yang telah ditentukan.

- b. Akad *Tijarah (compensational contract)* adalah segala macam perjanjian yang menyangkut *for profit transaction*. Akad-akad ini dilakukan dengan tujuan mencari keuntungan , karena itu bersifat komersil. Akad *tijarah* antara lain sebai berikut :¹³

1. *Murabahah (Deferred Payment Sale)*

Murabahah adalah akad jual beli barang dengan menyatakan harga perolehan dengan keuntungan (*marjin*) yang telah disepakati oleh penjual dan pembeli. Karena dalam defenisinya disebutkan adanya “keuntungan yang disepakati”, karakteristik *murabahah* adalah si penjual harus jumlah keuntngan yang ditambahkan pada biaya tersebut .¹⁴

2. *Musyarakah (Partneship, Project Financing Participation)*

Musyarakah adalah akad kerjasama antara dua pihak atau lebih untuk suatu usaha tertentu di mana masing-masing pihak memberikan kontribusi dana dengan kesepakatan bahwa keuntungan dan risiko akan ditanggung bersama sasuai dengan kesepakatan.¹⁵

¹³*Ibid*, hal. 80

¹⁴Adiwarman A.Karim h.113

¹⁵ Bidayatul Mujtahid II ,h.253-257

3. *Salam (In-Front Payment Sale)*

Dalam pengertian yang sederhana , Salam berarti pembelian barang yang diserahkan dikemudian hari , sedangkan pembayaran dilakukan di muka.¹⁶

4. *Istishna (Purchase by Order or Manufacture)*

Pembiayaan jual beli yng dilakukan oleh bank dan nasabah dimana penjual (pihak bank) membuat barang yang dipesan oleh nasabah .

5. *Ijarah (Operational Lease)*

Perjanjian sewa yang memberikan kepada penyawa untuk memanfaatkan barang yang akan disewa dengan imbalan uang sewa sesuai dengan persetujuan dan setelah masa sewanya berakhir makabarang dikembalikan kepada pemilik, namun penyawa juga dapat memiliki barang yang disewa dengan pilihan pemindahan kepemilikan atas barang yang disewa dari pihak bank oleh pihak lain.

6. *Muzara'ah*

Yaitu bentuk bagi hasil yang diterapkan tanaman pertanian setahun.

7. *Musyaqoh*

Yaitu bentuk kontrak bagi hasil yang diterapkan pada tanaman pertanian tahunan .

8. *Mukhabarah*

Yaitu muzara'ah tetapi bibitnya berasal dari pemilik tanah .

¹⁶ Muhammad Ibn Ahmad Ibn Muhammad Ibn Rusyd, *Bidayatul Mujtihad wa Nihayatul Muqtashid* (Beirut: Darul-Qalam, 1998)al-mabsuth vol.XII,h.124

6. Produk-produk Bank Syariah

a. Produk Penghimpunan Dana Bank Syariah

1. Simpanan Bank Syariah *Al-Wadi'ah*

Dalam Fiqih Islam, prinsip titipan atau simpanan dikenal dengan prinsip *al-wadi'ah* dapat diartikan sebagai amanat orang yang dititipkan dan ia berkewajiban mengembalikannya ketika pemiliknya meminta kembali.¹⁷

Allah berfirman dalam Q.S An-Nisa: 58.

﴿ إِنَّ اللَّهَ يَأْمُرُكُمْ أَنْ تُؤَدُّوا الْأَمَانَاتِ إِلَىٰ أَهْلِهَا وَإِذَا حَكَمْتُمْ بَيْنَ النَّاسِ أَنْ تَحْكُمُوا بِالْعَدْلِ ۗ ﴾

﴿ إِنَّ اللَّهَ نِعِمَّا يَعِظُكُمْ بِهِ ۗ إِنَّ اللَّهَ كَانَ سَمِيعًا بَصِيرًا ﴾

Artinya: *Sesungguhnya Allah menyuruh kamu menyampaikan amanat kepada yang berhak menerimanya, dan (menyuruh kamu) apabila menetapkan hukum di antara manusia supaya kamu menetapkan dengan adil. Sesungguhnya Allah memberi pengajaran yang sebaik-baiknya kepadamu. Sesungguhnya Allah adalah Maha mendengar lagi Maha melihat.*¹⁸

Hadis Riwayat Dawud dan Al Tirmidzi

“Sampaikanlah (tunaikanlah) amanat kepada yang berhak menerimnya dan jangan membalas khianat kepada orang yang telah mengkhianatimu”

¹⁷Iska Syukri, *Sistem Perbankan Syariah di Indonesia dalam Perspektif Fiqih Ekonomi*, (Yogyakarta: Fajar Media Press, 2012), h.192

¹⁸Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahnya*, (Jakarta: Sabiq, 2009), h.87

Masalah wadiah menurut abu-Bakar seperti mana yang diungkapkan oleh Sayyid Sabid pernah memberi ketentuan hukum bahwa tidak ada kewajiban menjamin barang yang hilang dari kemasannya akibat terjadi kerusakan pada kemasan tersebut. Adapun jenis-jenis *wadiah* antara lain :

- a. *Wadiah Yad Amanah* (kepercayaan) dimana penerima titipan tidak boleh memanfaatkan barang titipan tersebut sampai diambil kembali oleh penitip.
- b. *Wadiah Yad Dhamanah* (simpanan yang menjamin) dimana titipan yang selama belum dikembalikan kepada penitip dapat dimanfaatkan oleh penerima titipan. Apabila dari hasil pemanfaatan tersebut diperoleh keuntungan maka seluruhnya menjadi hak penerima titipan. Biasanya bank syariah menggunakan prinsip *Wadiah Yad Dhamanah* untuk tabungan dan giro. (mudharib) untuk melakukan suatu usaha bersama. Keuntungan yang diperoleh dibagi antara keduanya dengan perbandingan nisbah telah disepakati sebelumnya. Allah SWT berfirman dalam Q.S Al-Maidah: 1:

يٰۤاَيُّهَا الَّذِيْنَ ءَامَنُوْا اَوْفُوْا بِالْعُقُوْدِ ۗ

Artinya: “Hai orang-orang yang beriman, penuhilah aqad-aqad itu”¹⁹

Adapun jenis Mudharabah antara lain :

1. *Mudharabah Muthlaqah* dimana pemilik (*shaibul mall*) dana memberikan keleluasan penuh kepada pengelola (mudharib) untuk mempergunakan

¹⁹Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahnya*, (Jakarta: Sabiq, 2009), h.108

dana tersebut dalam usaha yang dianggapnya baik dan menguntungkan.²⁰ Namun pengelola tetap bertanggung jawab untuk melakukan pengelolaan sesuai dengan kebiasaan usaha normal yang sehat (*uruf*) (bank biasanya menggunakan produk tabungan dan deposito untuk jenis ini).

2. *Mudharabah Muqayyadah* dimana pemilik dana menentukan syarat dan pembatasan kepada pengelola dan pengguna dana tersebut dengan jangka waktu, tempat, jenis usaha dan sebagainya.

b. Produk Penyaluran Dana Bank Syariah

Sebagai lembaga keuangan tentunya Bank Syariah juga mempunyai tugas dan fungsi sebagai lembaga intermediasi antara pihak surplus (pihak yang mempunyai kelebihan dana) dengan pihak deficit (pihak yang kekurangan dana), untuk menjalankan fungsi tersebut, maka bank syariah juga melakukan kegiatan penghimpunan dana dari pihak yang kelebihan dana yang di investasikan di bank syariah untuk kemudian dana tersebut disalurkan kepada pihak yang kekurangan dana (nasabah debitir) dalam bentuk pembiayaan, produk pembiayaan yang ada pada bank syariah, secara umum dapat dijelaskan sebagai berikut

1. Pembiayaan Murabahah

Murabahah merupakan salah satu produk perbankan syariah baik kegiatan usaha yang bersifat produktif maupun bersifat konsumtif. Murabahah adalah jual beli barang pada harga asal dengan tambahan keuntungan yang telah disepakati antara pihak penjual dengan pihak pembeli. Perbedaannya dengan riba ialah

²⁰ *Ibid* h.193-194

kalau riba bunga atau keuntungan yang jumlahnya sama dengan pokok pinjaman atau lebih.²¹ Riba berasal dari rab-a yang artinya menambah atau melebihi sementara ribh berasal dari akar rabiha yang artinya memperoleh atau keuntungan. Tentu saja ayat diatas menjelaskan bahwa keuntungan bukanlah satu bentuk riba.²²

2. Pembiayaan *Salam*

Pembiayaan salam merupakan akad jual beli barang dengan cara pemesanan dan pembayaran harga lebih dahulu dengan syarat-syarat tertentu.²³

3. Pembiayaan *Istishna*

Merupakan akad jual beli dalam bentuk pemesanan pembuatan barang tertentu dengan criteria dan persyaratan tertentu yang disepakati antara pemesan (pembeli,*mustashni*) dan penjual pembuat (pembuat,*shani*).²⁴

4. Pembiayaan *Ijarah*

Merupakan akad pemindahan hak guna (manfaat) atas suatu barang dalam waktu tertentu dengan pembiayaan sewa (*ujrah*), tanpa diikuti dengan pemindahan kepemilikan barang itu sendiri.

5. Pembiayaan *Musyarakah*

Musyarakah adalah akad kerja sama antara dua pihak atau lebih untuk suatu usaha tertentu. Dimana masing-masing pihak memberikan kontribusi dana dengan kesepakatan bahwa keuntngan dan resiko akan ditanggung bersana sesuai

²¹ Zainul Arifin, Dasar-dasar Manajemen Bank Syariah ,(Jakarta :pustaka Alvabet, 2006)h.68

²² Azhari Akmal Tarigan, *Tafsir Ayat-Ayat Ekonomi* (Medan: 2016) hal, 198

²³Himpunan Fatwa Dewan Syariah Nasional MUI Ed.Rev .Fatwa No05/DSN-MUI/IV/2000 tentang jual beli Salam

²⁴ Himpunan Fatwa Dewan Syariah Nasional MUI Ed.Rev .Fatwa No05/DSN-MUI/IV/2000 tentang jual beli Istishna.

dengan kesepakatan.²⁵ Pada dasarnya, pembiayaan *istishna'* merupakan transaksi jual beli cicilan pula seperti transaksi *murabahahmuajall* . Namun berbeda dengan murabahah dimana barang diserahkan dimuka sedangkan uangnya dibayar cicilan , dalam jual beli *istishna'* barang barang diserahkan dibelakang , walaupun uangnya juga sama-sama dibayar cicilan.²⁶

6. Pembiayaan *Mudharabah*

Merupakan akat kerjasama suatu usaha antara duapihak dimana pihak pertama (*shaibul mal*) menyediakan seluruh modal , sedangkan pihak kedua (*mudharib*) bertindak selaku pengelola , dan keuntungan usaha dibagi diantara mereka sesuai kesepakatan yang tertuang dalam kontrak.²⁷

7. Pembiayaan *Qard*

Pembiayaan *Qard* merupakan pembiayaan dengan prinsip jasa. Pembiayaan *Qard* merupakan penyediaan dana dan/atau tagihan antara Bank Islam dengan pihak peminjam yang mewajibkan pihak peminjam melakukan pembayaran sekaligus atau secara cicilan dalam jangka waktu tertentu. Pembiayaan *qard* ini sering juga disebut dengan talangan yang biasanya diaplikasikan di Bank Syariah , atau LKS dengan produk dana talangan lainnya yang diterapkan di bank syariah, LKS tersebut. Pembiayaan *qard* ini di berikan tanpa adanya tambahan pengembalian kacuali sebatas biaya-biaya administrasi.

²⁵Himpunan Fatwa Dewan Syariah Nasional MUI Ed.Rev .Fatwa No05/DSN-MUI/IV/2000 tentang jual beli *Istishna*.

²⁶Adiwarman A.Karim , Ibid, h.126

²⁷Himpunan Fatwa Dewan Syariah Nasional MUI. Ed .Rev Fatwa No .08/DSN-MUI/IV/2000 tentang pembiayaan *mudharabah*.

8. *Al-Wakalah (deputyship)*

Wakalah atau wikalah berarti penyerahan , pendelegasian, atau pemberian mandat. Maksudnya adalah pelimpahan kekuasaan oleh seseorang kepada orang lain dalam hal-hal yang diwakilkan. Wakalah dalam aplikasi perbankan terjadi apabila nasabah memberikan kuasa kepada bank untuk mewakili dirinya melakukan pekerjaan jasa tertentu , seperti pembukuan L/C, inkaso , dan transfer uang. Bank dan nasabah yang dicantumkan dalam akad pemberian kuasa harus cakap hukum. Khusus untuk pembukaan L/C , apabila dana nasabah ternyata tidak cukup, maka penyelesaian L/C (*settlement L/C*) dapat dilakukan dengan pembiayaan *murabahah, salam , ijarah , mudharabah , atau musyarakah*.²⁸

9. *Al-Kafalah (Garansi Bank)*

Al-kafalah merupakan jaminan yang diberikan oleh penanggung (kafil) kepada pihak ketiga untuk emenuhi kewajiban pihak kedua atau yang ditanggung. Garansi Bank dapat diberikan dengan tujuan untuk menjamin pembiayaan suatu kewajiban pembiayaan. Bank dapat mensyaratkan nasabah untuk menempatkan sejumlah dana untuk fasilitas ini sebagai *Rahn*. Bank dapat pula menerima dana ini tersebut dengan prinsip *wadiah* . Untuk jasa-jasa ini, bank mendapatkan pengganti biaya atau jasa yang diberikan.

10. *Ar-Rahn (Gadai)*

*Ar-rah*n adalah menahan salah satu harta milik si pemijam sebagai jaminan atas pinjaman yang diterimanya. Barang yang ditahan memiliki nilai

²⁸Adiwarman A . Karim h.107

ekonomis. Dengan demikian pihak yang menahan memperoleh jaminan untuk dapat mengambil kembali seluruh atau sebagian dari piutangnya.

B. Pengetahuan Konsumen

1. Pengertian Pengetahuan Konsumen

Pengetahuan didefinisikan sebagai segala sesuatu yang diketahui , atau segala sesuatu yang diketahui , atas segala sesuatu yang diketahui berkenaan dengan suatu hal.²⁹ Pengetahuan adalah informasi yang telah dikombinasikan dengan pemahaman dan potensi untuk menindaki yang lantas melekat dibenak seseorang. Menurut Kottler , pengetahuan adalah sesuatu perubahan dalam perilaku suatu individu yang berasal dari pengalaman.³⁰

Konsumen adalah setiap orang pemakai barang dan/atau jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik bagi kepentingan diri sendiri, maupun makhluk hidup lain dan tidak untuk diperdagangkan.³¹

2. Perilaku Konsumen

Jika dilihat dari perilaku konsumen dalam mengonsumsi sesuatu barang dibedakan menjadi 2 yaitu :

1. Perilaku konsumen rasional

Suatu konsumen dapat dikatakan rasional jika memperhatikan hal-hal berikut :

- a. Barang tersebut dapat memberikan kegunaan optimal bagi masyarakat.

²⁹Kamus Besar Bahasa Indonesia

³⁰Philip Kotler , *Manajemen Pemasaran* , edisi bahasa Indonesia, jilid 2 (Jakarta Prenhalindo, 2000), h.401

³¹<http://id.wikipedia.org/wiki/masyarakat>

- b. Barang tersebut benar-benar diperlukan masyarakat.
- c. Mutu barang terjamin .
- d. Harga sesuai dengan kemampuan masyarakat.

2. Perilaku Konsumen Irasional

Suatu perilaku dalam mengonsumsi dapat dikatakan tidak rasional jika masyarakat tersebut membeli barang tanpa dipikirkan kegunaannya terlebih dahulu. Contohnya , yaitu :

- a. Tertarik dengan promosi atau iklan baik di media cetak maupun elektronik.
- b. Memiliki merk yang sudah dikenal banyak masyarakat.
- c. Ada bursa obral atau bonus-bonus dan banjir diskon.
- d. Gengsi

Pola perilaku yang dimiliki konsumen dipengaruhi oleh pengetahuan mereka. Dengan tingkat pengetahuan yang dimilikinya, konsumen dapat memproses informasi yang baru, membuat pertimbangan dan mengambil keputusan. Dalam menghadapi penawaran produk/jasa , informasi yang dimiliki masyarakat mengenai produk/jasa yang membagi pengetahuan menjadi 3 jenis pengetahuan produk, yaitu :

1. Pengetahuan tentang karakteristik atau atribut produk.
2. Pengetahuan tentang manfaat produk, dan
3. Pengetahuan tentang nilai/kepuasan yang diberikan oleh produk.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan, Pengetahuan mengenai produk tidak memiliki pengaruh signifikan terdapat minat menggunakan produk Bank Syariah, artinya masyarakat berminat menggunakan Bank Syariah itu bukan karena mengetahui atau tidaknya mengenai produk Bank Syariah, tapi karena hal yang lain seperti hukum bunga bank, sistem bagi hasil dan lain sebagainya.³²

3. Karakteristik Konsumen

Perilaku konsumen antara (*consumer behavior*) merupakan interaksi dinamis antara pengaruh dan kognisi, perilaku dan kejadian sekitar kita yaitu tempat manusia melakukan aspek pertukaran didalam hidup mereka.³³

Terdapat tiga unsur penting pada karakteristik masyarakat, yaitu :³⁴

1. Perilaku konsumen adalah dinamis .
2. Terdapat interaksi antara pengaruh dan kognisi perilaku dan kejadian sekitar
3. Hal tersebut melibatkan pertukaran .

4. Pengetahuan Masyarakat

Bank Syariah atau Bank Islam haruslah didasarkan pada prinsip-prinsip ekonomi Islam yang sesuai dengan hukum Islam. Sedangkan pengetahuan berdasarkan kamus besar bahasa Indonesia adalah segala sesuatu yang diketahui, atau segala sesuatu yang diketahui berkenaan dengan suatu hal.³⁵

³²Bambang, Imran, *Pengaruh Persepsi Masyarakat Batam Tentang Bank Syariah Terhadap Minat Menggunakan Produk Bank Syariah*, Vol. 1 No.2, 2017, hal. 217

³³Irwan, et. AL. *Pemasaran, Prinsip, dan Kasus*, (Yogyakarta: BPFE, cet 1, 1996) h,35

³⁴Murti Sumarni, *Manajemen Pemasaran Bank* (Yogyakarta: Liberty Yogyakarta, 2002) h. 233

³⁵Engel, F. James and Roger, D. Blackwell, Paul W. Miniard, *Perilaku Konsumen*. (Jakarta : Binarupa Aksara, 1994)

Membagi pengetahuan masyarakat kedalam tiga jenis pengetahuan yaitu pengetahuan produk , pengetahuan pembelian , dan pengetahuan pemakaian.³⁶ Menjelaskan bahwa tingkat pemahaman masyarakat terhadap perbankan syariah masih tergolong rendah. Persepsi mereka terhadap keSyariahan Bank Syariah, riba, bunga dan bagi hasil masih beragam, kebanyakan dari mereka masih belum paham dan belum tahu istilah-istilah tersebut.

Berdasarkan uraian diatas dengan adanya pengetahuan akan suatu produk Bank Syariah berpengaruh terhadap keputusan nasabah untuk produk menabung. Dan suatu persepsi yang baik terhadap Bank Syariah dapat diraih dengan adanya sosialisasi maupun bauran promosi. Suatu pengetahuan akan keunggulan, kebaikan , kelebihan produk Bank Syariah akan menambah minat nasabah maupun masyarakat yang bukan nasabah dalam berhubungan dengan perbankan syariah.

5. Keputusan Menjadi Nasabah

Schiffman dan Kanuk mendefenisikan keputusan sebagai memilih suatu tindakan dari dua pilihan alternatif atau lebih. Seorang konsumen yang hendak memilih harus memiliki pilihan alternative. Setiadi mendefinisikan bahwa inti dari pengambilan keputusan untuk mengevaluasi dua perilaku alternative atau lebih, dan memilih salah satu diantaranya hasil dari proses pengintegrasikan iniadalah suatu pilihan yang disajikan secara kognitif sebagai keinginan berperilaku.

³⁶Soffa Robbani 2012. *Analisis Pemahaman Nasabah tentang ke Syariahan Bank BNI Syariah* . Yogyakarta: *tesis program Pasca Sarjana pada Sekolah Pasca Sarjana Universitas Gajah Mada*.

Dapat disimpulkan bahwa semua perilaku sengaja dilandaskan pada keinginan yang dihasilkan ketika konsumen secara sadar memilih salah satu diantara tindakan alternative yang ada.³⁷ Keputusan konsumen dengan indikator pengenalan nasabah, pencarian informasi, evaluasi alternatif dan kepuasan pembeli berada dalam kategori menentukan terhadap pengambilan keputusan. Berdasarkan koefisien determinasi adalah sebesar 44.8%. hal ini berarti bahwa pengetahuan konsumen berpengaruh terhadap keputusan konsumen sebesar 44.8%. dari hasil perhitungan dapat disimpulkan bahwa pengetahuan konsumen memberikan pengaruh kepada keputusan konsumen sedangkan sisanya 55.2% dipengaruhi oleh faktor lain (pengetahuan konsumen) yang tidak diteliti.³⁸

³⁷Etta Mamang Sangadji dan sopiah , *Perilaku Konsumen* , (Yogyakarta CV Andi Offset , 2013) h.332

³⁸Eko Yuliawan, *Pengaruh Pengetahuan Konsumen Mengenai Perbankan Syariah Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Bank Syariah Bandung*, Vol.1 No.1, 2011, hal. 29

BAB III

GAMBARAN UMUM BANK MUAMALAT INDONESIA

A. Sejarah berdirinya dan perkembangan PT Bank Muamalat Indonesia, Tbk

Pendirian bank Muamalat Indonesia berawal dari loka karya “Bunga Bank dan Perbankan” yang diselenggarakan Majelis Ulama Indonesia (MUI) pada tanggal 18-20 Agustus 1990 di Cisarua. Ide ini kemudian lebih dipertegas lagi dalam Musyawarah Nasional (MUNAS) ke IV MUI di Hotel Said Jaya Jakarta tanggal 22-25 Agustus 1990 yang mengamanahkan kepada bapak K.H. Hasan Bahri yang terpilih kembali menjadi ketua Umum MUI, untuk merealisasikan pendirian Bank Islam tersebut. Setelah itu, MUI membentuk suatu Kelompok Kerja (POKJA) untuk mempersiapkan segala sesuatunya. Tim POKJA ini membentuk Tim kecil “Penyiapan Buku Panduan Bank Tanpa Bunga”, yang diketuai oleh Bapak Dr. Ir. M. Amin Azis.

Hal paling utama dilakukan oleh Tim MUI ini di samping melakukan pendekatan-pendekatan dan konsultasi dengan pihak-pihak terkait adalah menyelenggarakan pelatihan calon staf melalui *Management Development Program* (MDP) di Lembaga Pendidikan Perbankan Indonesia (LPPI), Jakarta yang dibuka pada tanggal 29 Maret 1991 oleh Menteri Muda Keuangan, dan meyakinkan beberapa pengusaha muslim untuk jadi pemegang saham pendiri. Untuk membantu kelancaran tugas-tugas MUI ini dibentuklah Tim Hukum Ikatan

Cendekiawan Muslim Indonesia (ICMI) yang dibawah ketua Drs. Kamaen Perwatmadja, MPA. Tim ini bertugas untuk mempersiapkan segala sesuatu yang menyangkut aspek hukum Bank Islam.

Pada tanggal 1 November 1991 terlaksana penandatanganan Akte Pendirian PT. Bank Muamalat Indonesia di Said Jaya Hotel dihadapan Notaris Yudo Paripurno. SH, dengan Akte Notaris NO. 1 tanggal 1 November 1991 (Izin Memberi Kehakiman No. C2.2413.HT.01.01 tanggal 21 Maret 1992/Berita Negara RI Tanggal 28 April 1992 No.34). pada saat penandatanganan Akte Pendirian ini terkumpul komitmen pembelian saham sebanyak Rp 48 miliar.

Selanjutnya, pada acara silaturahmi pendirian bank Syariah di Istana Bogor, diperoleh tambahan komitmen dari Masyarakat Jawa Barat yang turut menanam modal senilai Rp 106 miliar. Dengan angka awal modal ini Bank Muamalat mulai beroperasi pada tanggal 1 Mei 1992 bertepatan dengan tanggal 27 Syawal 1412 H, SK Menteri Keuangan RI No. 1223/MK.013/1991 tanggal 5 November 1991 diikuti oleh izin usaha keputusan MenKeu RI No.430/KMK.013/1992. Pada hari Jum'at 27 Syawal 1412 H, bertepatan dengan 1 Mei 1992, Menteri Keuangan dan dengan dihadiri oleh Gubernur Bank Indonesia, meresmikan mulai beroperasinya Bank Muamalat dalam upacara "*Soft Opening*" yang di adakan di Kantor Pusat Bank Muamalat di Gedung Arthaloka, Jl. Jend. Sudirman Kav. 2 Jakarta.

Pada tanggal 27 Oktober 1994, Bank Muamalat berhasil menyanggah predikat sebagai Bank Devisa yang semakin memperkokoh posisi perseroan sebagai Bank Syari'ah pertama dan ketertua di Indonesia dengan beragam jasa maupun yang harus dikembangkan. Pada saat Indonesia dilanda krisis moneter, sektor Perbankan Nasional tergulung oleh kredit macet di segmen korporasi. Bank Muamalat pun terimbas dampak krisis. Pada tahun 1998, perseroan mencatat rugi sebesar Rp 105 miliar.

Dalam upaya memperkuat permodalannya, Bank Muamalat mencari modal yang potensial, dan ditanggapi secara positif oleh *Islamic Development Bank (IDB)* yang berkedudukan di Jeddah, Arab Saudi. Pada RUPS tanggal 21 Juni 1999 IDB secara resmi menjadi salah satu pemegang saham Bank Muamalat. Oleh karenanya, kurun waktu antara tahun 1999 sampai 2002 merupakan masa-masa yang penuh tantangan sekaligus keberhasilan bagi Bank Muamalat karena berhasil membalikkan kondisi dari rugi menjadi laba dari upaya dan dedikasi setiap Pegawai Muamalat, ditunjang oleh kepemimpinan yang kuat, strategi pengembangan usaha yang tepat, serta ketaatan terhadap pelaksanaan Perbankan Syari'ah secara murni.

Diawali dari pengangkatan pengurusan baru dimana seluruh anggota Direksi diangkat dari dalam tubuh Muamalat. Bank Muamalat kemudian menggelar rencana kerja lima tahun dengan penekanan pada:

- a. Restrukturisasi aset dan program efisiensi
- b. Tidak mengandalkan setoran modal tambahan dari para pemegang saham

- c. Tidak melakukan PHK satupun terhadap Sumber Daya Insani yang ada, dan dalam hal pemangkasan biaya, tidak memotong hak pegawai Muamalat sedikit pun
- d. Pemulihan kepercayaan dan rasa percaya diri Pegawai Muamalat menjadi prioritas utama di tahun pertama pengurusan Direksi baru
- e. Peletakkan landasan usaha baru dengan menegakkan disiplin kerja Muamalat menjadi agenda utama di tahun kedua.
- f. Pembangunan tonggak-tonggak usaha dengan menciptakan serta menumbuhkan peluang usaha.

B. Ruang Lingkup Bidang Usaha bank Muamalat

1. Visi dan Misi

a. Visi

Menjadi Bank Syari'ah utama di Indonesia, dominann dipasar spiritual, dikagumi dipasar rasional.

b. Misi

Menjadi role model Lembaga keuangan Syari'ah dunia dengan penekanan pada semangat kewirausahaan, keunggulan manajemen dan orientasi Investasi yang inovatif untuk memaksimumkan nilai kepada stakeholder.

2. Logo Pada PT. Bank Muamalat Indonesia. Tbk



Before

After



Bank Muamalat adalah bank Syariah pertama yang berdiri di Indonesia. Dengan dominan warna ungu yang menjadi ciri khas, serta keramahan, kenyamanan dan nuansa islami yang disajikan dimulai ketika anda memasuki *banking hall* menjadi salah satu keunggulan Bank Muamalat.

Dilansir dari situs Bank Muamalat, diketahui **PT Bank Muamalat Indonesia** (BKI, red). Tbk berdiri pada tanggal 24 Rabiul Tsani 1412 H atau 1 November 1991, dan mulai melakukan kegiatan operasionalnya pada 27 Syawal 1412 H atau 1 Mei

1992 berdasarkan SK Menkeu RI No. 1223/MK.013/1991 pada tanggal 5 November 1991 dan keluarnya ijin Usaha dari SK Menkeu No. 430/KMK.013/1992 tanggal 24 April 1992. Sudah kurang lebih 23 tahun BMI hadir di tengah keluarga Indonesia, memberikan nuansa yang berbeda atas dunia perbankan dan jasa keuangan. Pendirian BMI diprakarsai oleh Majelis Ulama Indonesia dan Pemerintah Indonesia. Ditambah dengan dukungan Ikatan Cendekiawan Muslim Indonesia (ICMI) serta beberapa pengusaha muslim dan dukungan dari masyarakat, BMI membuktikan komitmennya untuk maju dan berkembang dengan membeli saham Persero sebesar Rp 84 Miliar rupiah serta melakukan penandatanganan akta pendiri persero.

3. Arti Logo Bank Muamalat

Mengenai logo yang digunakan oleh bank muamalat, ada beberapa makna yang terkandung di dalamnya, diantaranya adalah:

1. Logo tersebut terdiri dari tiga huruf hijayah, yaitu Daal, Yaa', Num. Logo ini menggambarkan suatu rangkaian kegiatan ekonomi yang aktif dan harmonis di dalam suatu negeri yang subur dan peradaban tinggi serta berdasarkan nilai-nilai yang luhur.
2. Adapun makna dibalik lambang air yang digunakan oleh bank muamalat memiliki air kemurnian dan mencirikan kekuatan atas akar islami yang digunakan dan menjadi dasar berjalannya bank ini.

Saat ini bank muamalat telah memberikan layanan bagi lebih dari 2,5 juta nasabah melalui 75 gerai yang tersebar di 33 provinsi Indonesia, dan didukung

dengan jaringan ATM sebanyak 2.000 dan 95.000 merchant debit. Selain di Indonesia, PT BMI telah membuka cabang di negara Malaysia yang dijalankan dengan jaringan *Malaysia Electronic Payment System* (MEPS), sehingga dapat diakses lebih dari 2000 ATM yang tersebar diseluruh Malaysia.

Selain itu, dengan berbagai oersentasi yang diterima selama ini semakin memacu Bank Muamalat untuk memberikan pelayanan yang terbaik agar dapat lebih menjangkau seluruh masyarakat Indonesia. Salah satu prestasi yang diterima oleh Bank muamalat yaitu **Best Islamic Retail Bank** dan **Best Islmaic bank in Indonesia** dari *Islamic Finance New* (IFN) di Malaysia pada 9 Maret 2015 lalu.

4. Tujuan Berdiri Bank Muamalat Indonesia

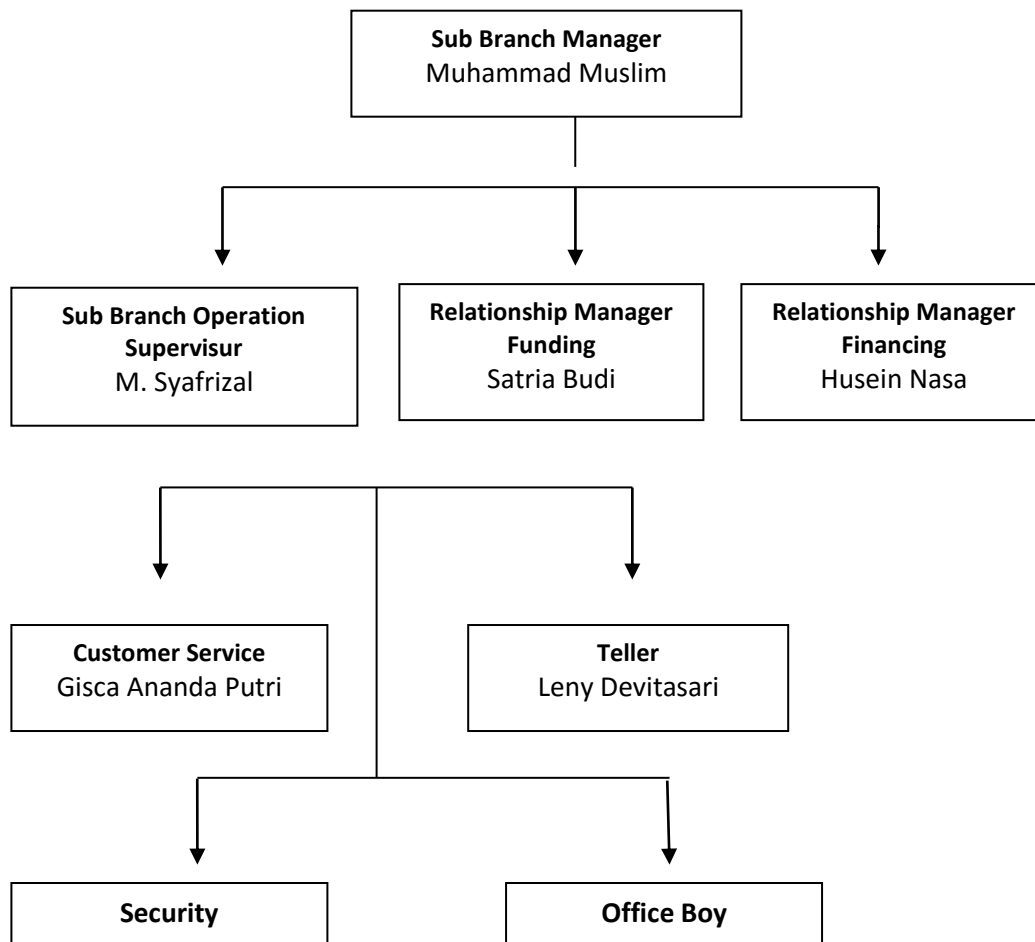
Adapun tujuan berdirinya Bank Muamalat Indonesia yaitu:

- a. Meningkatkan kualitas kehidupan sosial ekonomi masyarakat Indonesia, sehingga semakin berkurang kesenjangan sosial ekonomi, dan dengan demikian akan melestarikan pembangunan nasional, antara lain melalui :
 - 1) Meningkatkan kualitas dan kuantitas kegiatan usaha
 - 2) Meningkatkan kesempatan kerja
 - 3) Meningkatkan penghasilan masyarakat banyak
- b. Meningkatkan partisipasi masyarakat dalam proses pembangunan terutama dalam bidang ekonomi keuangan, yang selama ini masih cukup banyak masyarakat yang enggan berhubungan dengan Bank karena masih menganggap bunga Bank itu Riba.

- c. Mengembangkan lembaga bank dan system perbankan yang sehat berdasarkan efesiensi dan keadilan, mampu meningkatkan paertisipasi masyarakat sehingga menggalkan usaha-usaha ekonomi rakyat antara lain memperluas jaringan lembaga perbankan kedaerah-daerah terpencil.
- d. Mendidik dan membimbing masyarakat untuk berpikir secara ekonomi, berperilaku bisnis dan meningkatkan kualitas hidup mereka.

C. ORGANISASI DAN MANAJEMEN

1. Struktur Organisasi PT. Bank Mumalat KCP Binjai



2. Job Description

Berdasarkan struktur organisasi tersebut akan diuraikan tanggung jawab dari masing- masing jabatan, yaitu sebagai berikut :

a. Branch Manager

- 1) Menyusun anggaran dan strategi target market yang efektif dan efisien, guna memastikan tercapainya target pendanaan dan pembiayaan sesuai dengan rencana dan strategi yang telah ditetapkan dalam rangka memberikan kontribusi dan keuntungan yang maksimal bagi Bank Muamalat Indonesia.
- 2) Menyusun perencanaan dan melaksanakan strategi pengembangan jaringan yang efisiensi dan efektif, guna memastikan tercapainya target pengembangan jaringan dikantor cabang sesuai dengan anggaran dan kebijakan yang telah ditetapkan.
- 3) Melakukan cost control atas semua biaya operasi dan administrasi agar dapat efisiensi dan efektif, sehingga akan memberikan keuntungan yang maksimal untuk kantor cabang sesuai dengan target laba yang telah ditetapkan.
- 4) Melakukan solisitasi dan membina hubungan baik dengan nasabah prima, untuk dapat mencapai target pendanaan dan pembiayaan serta terpenuhinya kebutuhan nasabah secara maksimal target pendanaan dan pembiayaan, guna mencapai target yang ditetapkan oleh perusahaan.
- 5) Menyusun dan melaksanakan strategi penyelesaian pembiayaan bermasalah yang efektif guna memastikan tercapainya target kualitas potofolio pembiayaan kantor cabang yang telah ditetapkan oleh perusahaan.

b. Operasional Pembiayaan

- 1) Membuat laporan internal maupun eksternal termasuk didalamnya proofsheet bulanan yang berkaitan dengan aktivitas bagian operasional pembiayaan.
- 2) Membuat laporan kewajiban nasabah lewat waktu, AKDPX termasuk didalamnya penyiapan dan pengelolaan data-data yang diperlukan untuk pelaporan tersebut dengan benar.
- 3) Mengelola kartu nasabah pembiayaan.
- 4) Melakukan pendebitan rekening angsuran pembiayaan, biaya-biaya yang berhubungan dengan pembiayaan.
- 5) Melakukan proses pencairan dropping.
- 6) Membuat laporan DB dan laporan bulanan Bank Umum Syariah.

c. Personalia

- 1) Melaksanakan proses rekrutmen calon karyawan/ti untuk memenuhi kebutuhan SDI Cabang yang meliputi seleksi lamaran kerja, pelaksanaan test tulis (bidang pengetahuan umum, agama dan perbankan syariah) interview, test bahasa inggris, psikotes dan test kesehatan sampai dengan pemandatangan kontrak kerja untuk memastikan bahwa kebutuhan SDI cabang bisa terpenuhi baik dari segi kuantitas maupun kualitas serta rekrutmen telah dilaksanakan sesuai prosedur perusahaan yang berlaku.
- 2) Memproses administrasi perjalanan dinas karyawan/ti yang meliputi pengambilan uang muka perjalanan dinas, pembelian tiket pesawat atau kereta

api, maupun penyelesaian atau pertanggung jawaban perjalanan dinas untuk memastikan bahwa perjalanan dinas karyawan/ti dapat berjalan lancar dan pertanggung jawanannya dapat diselesaikan dengan tepat waktu, tepat jumlah dan sesuai prosedur perusahaan yang berlaku.

d. Relationship Manager Financing

- 1) Melakukan identifikasi customer yang sesuai dengan target market guna menjamin tercapainya target pembiayaan yang telah ditetapkan oleh perusahaan.
- 2) Melakukan proses inisiasi, solitasi, pengumpulan data, analisa dan pengajuan proposal pembiayaan kepada komite pembiayaan
- 3) Melaksanakn pembinaan dan monitoring atas aktivitas sehari-hari dengan membuat call report ke Branch Manager atas hasil kunjungan secara continue, memastikan perolehan laporan keuangan tiap kuartal, setengah tahunan, dan tahunan (audited) serta membuat ringkasn data nasabah tiap 6 bulan sekali untuk memastikan bahwa usaha nasabah berjalan dengan baik sebagaimana yang di proyeksi dalam analisa pembiayaan.
- 4) Membuat laporan bulanan atas pencapaian pendapatan dari account yang ditangani untuk memastikan tercapainya target pendapatan tiap bulan.

e. Relationship Manager Funding

- 1) Mencapai perolehan dana pihak ketiga baik tabungan, deposito, maupun giro untuk dapat mencapai target yang telah ditetapkan oleh perusahaan.
- 2) Memelihara jumlah dana pihak ketiga dengan memberikan layanan yang simultan kepada nasabah existing agar para nasabah tetap konsisten dalam penyimpanan dananya di BMI, bahkan mengusahakan agar nasabah existing maupun menambah dana yang disimpan di BMI.
- 3) Melakukan pelayanan dan pendekatan kepada nasabah melalui telepon atau kunjungan langsung untuk meningkatkan hubungan silaturahmi.
- 4) Membuat surat penawaran kepada calon nasabah baik perorangan maupun perusahaan untuk menjelaskan produk BMI.
- 5) Menawarkan cross selling kepada nasabah funding seperti penawaran produk DPLK, penawaran untuk pembiayaan secara mudharabah muqayaddah dan pembiayaan back to back apabila ada proyek-proyek yang kira-kira baik dan memiliki proyeksi yang baik.

f. Service Assitant

- 1) Membuat surat dan memo serta mengirimkannya untuk kepentingan cabang yang berhubungan langsung dengan Branch Manager.
- 2) Memfile surat-surat keluar dan masuk serta memo keluar dan masuk.
- 3) Menerima tamu yang ingin bertemu dengan Branch Manager dan menyampaikannya kepada Branch Manager.

- 4) Menerima telepon masuk untuk Branch Manager dan melakukan penyaringan apabila diperlukan Branch Manager.
- 5) Menjalankan instruksi lainnya dari atasan dengan baik.

g. Back Office

- 1) Membuat laporan internal maupun eksternal termasuk didalamnya proofsheets bulanan yang berkaitan dengan aktivitas bagian back office.
- 2) Membuat laporan pajak, amanat dan AKDPX termasuk didalamnya penyiapan dan pengelolaan data-data yang diperlukan untuk pelaporan tersebut dengan benar.
- 3) Mengelola transaksi standing instruction termasuk didalamnya pengadministrasian dokumen maupun pembukuan yang ditimbulkan secara benar.
- 4) Melakukan pendebitan rekening nasabah atas seluruh biaya-biaya yang menjadi beban nasabah.
- 5) Mengelola dan mengadministrasikan stok buku cek.

h. Customer Service

- 1) Mengenalkan dan menawarkan produk-produk Bank Muamalat kepada nasabah dengan baik dan benar.

- 2) Memastikan seluruh hak dan kewajiban nasabah atas produk Bank Muamalat yang dipilih, telah diketahui dan dipahami oleh nasabah dengan baik dan benar.
- 3) Mengelola dan mengadministrasikan seluruh aktivitas pembukaan rekening oleh Nasabah secara efektif dan efisien.
- 4) Mengelola dan mengadministrasikan seluruh aktivitas penutupan rekening oleh Nasabah secara efektif dan efisien.
- 5) Mengelola dan mengadministrasikan seluruh aktivitas yang berkaitan dengan manajemen kartu ATM termasuk PIN ATM dengan baik dan benar sesuai fungsinya.³⁹

³⁹ Web www.bankmuamalatco.id

BAB IV

PEMBAHASAN DATA HASIL PENELITIAN

A. Pengaruh Pengetahuan Konsumen Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Pada PT. Bank Muamalat Indonesia Kep. Binjai

Pengaruh konsumen adalah semua informasi yang dimiliki konsumen mengenai berbagai produk dan jasa, serta pengetahuan lainnya yang terkait dengan produk dan jasa tersebut dan informasi yang berhubungan dengan fungsinya sebagai konsumen. Pada umumnya pengetahuan konsumen berpengaruh terhadap pengambilan keputusan pembelian. Berdasarkan hal tersebut, pengaruh pengetahuan konsumen terhadap perbankan syariah sangat berpengaruh. Hal ini bisa dilihat berdasarkan banyaknya masyarakat yang tertarik kepada bank syariah setelah mereka mengetahui banyaknya kemudahan-kemudahan dalam melaksanakan transaksi dan manfaat yang didapatkan terkait dengan perbankan syariah.

Pengambilan keputusan konsumen adalah proses pemecahan masalah yang di arahkan pada sasaran. Pemecahan masalah konsumen sebenarnya merupakan suatu aliran tindakan timbal balik yang berkesinambungan diantara faktor lingkungan, proses kognitif dan efektif, serta tindakan perilaku.

Menurut Satria Budi selaku *marketing funding* mengenai konsumen akan melalui tahapan proses pengambilan keputusan sebelum memutuskan untuk membeli,

menggunakan atau mengonsumsi suatu produk/jasa.⁴⁰ Proses ini kemudian masuk kedalam 5 tahap pengambilan keputusan sebagai berikut:⁴¹

a. Problem recognition (Pengenalan Masalah)

Dalam tahap pengenalan masalah, konsumen menyadari bahwa mereka membutuhkan sesuatu, pengenalan ini terjadi karena adanya perbedaan yang signifikan antara keadaan kita sekarang (*current state of affairs*) dengan keadaan yang kita inginkan (*state we desire*), ada banyak faktor yang mempengaruhi *current state* dengan *desire state* seperti pemuasan keputusan (*needs*) seperti lapar dan haus, serta pemuasan keinginan (*wants*) yang di pengaruhi hal-hal seperti budaya, keluarga, lingkungan, dan seterusnya. Hal tersebut merupakan faktor-faktor yang dapat mengakibatkan perubahan dalam pemenuhan *current state* untuk mencapai *desired state*.

a. Problem recognition (Pengenalan Masalah)

Dalam tahap pengenalan masalah, konsumen menyadari bahwa mereka membutuhkan sesuatu, pengenalan ini terjadi karena adanya perbedaan yang signifikan antara keadaan kita sekarang (*current state of affairs*) dengan keadaan yang kita inginkan (*state we desire*), ada banyak faktor yang mempengaruhi *current state* dengan *desire state* seperti pemuasan keputusan (*needs*) seperti lapar dan haus, serta pemuasan keinginan (*wants*) yang di pengaruhi hal-hal seperti budaya, keluarga,

⁴⁰ Satria Budi, *Marketing Funding Bank Muamalat KCP. BINJAI*, Wawancara Pribadi, Medan 11 juli 2019.

⁴¹ Satrio Pandutomo *Analisis Faktor yang mempengaruhi Consumer* (tesis, Universitas Indonesia, Jakarta, 2011) h,10-13

lingkungan, dan seterusnya. Hal tersebut merupakan faktor-faktor yang dapat mengakibatkan perubahan dalam pemenuhan *current state* untuk mencapai *desired state*.

b. Information search (mencari informasi)

Apabila dorongan untuk memenuhi kebutuhan tersebut kuat, maka tahap selanjutnya adalah mencari informasi. Ada dua macam proses pencarian informasi yaitu *internal search* dan *external search*. Dalam *internal search* konsumen mencari informasi dengan mengingat-ingat memorinya mengenai suatu produk/jasa yang mungkin bisa menyelesaikan masalahnya. Sedangkan *external search* merupakan pencarian informasi dari sumber luar seperti keluarga, teman, atau iklan melalui media majalah dan televisi.

c. Ecaluation of alternative (mengevaluasi pilihan)

Pada tahap ini membentuk pilihannya berdasarkan keyakinannya untuk mengambil keputusan. Konsumen membandingkan pilihan yang tersedia untuk memecahkan masalah. Mereka membandingkan pada *evaluative criteria* yang menjadi pilihan seperti fitur-fitur yang ditawarkan untuk memberikan penilaian baik atau buruk.

d. Product choice (pemilihan produk)

Setelah melalui tahapan evaluasi, konsumen harus memilih diantara pilihan merek yang tersedia dan memilih tempat dimana barang/jasa tersebut tersedia. Keputusan pembelian ini dipengaruhi oleh kondisi pembelian *high involvement*, keterlibatan konsumen dalam memutuskan pembelian sangat tinggi, dimana konsumen mencari informasi lebih mengenai suatu produk/jasa. Sedangkan untuk

pembelian *low involvement*, konsumen tidak mencari informasi lebih akan suatu produk dan tidak ada pertimbangan yang dalam pembelian.

e. Outcomes (prilaku setelah membeli)

Setelah konsumen melakukan pembelian dan menggunakan produk, mereka akan melakukan evaluasi dari produk tersebut dibandingkan dengan harapan mereka. Apakah kinerja produk telah sesuai dengan harapan? Ataupun melebihi atau justru kurang dari yang di harapkan. Jika harapan tersebut terpenuhi maka mereka akan terus menggunakan produk/jasa tersebut dan jika tidak memenuhi harapan maka akan kembali mencari pruduk/jasa yang bisa memenuhi harapan tersebut.

Ketika melakukan wawancara dengan Gisca Anandi di PT. BMI KCP. Binjai mengenai pengaruh pengetahuan terhadap keputusan menjadi nasabah maka dapat diketahui bahwa keputusan menjadi nasabah sangat erat kaitannya dengan pengetahuan yang dimiliki berpengaruh positif terhadap konsumen/calon nasabah, apabila seorang nasabah mempunyai pengetahuan mengenai perbankan syariah maka dengan otomatis calon nasabah tersebut akan mamilih dan memutuskan bank syariah sebagai tempat untuk berinvestasi dan kualitas pelayanan yang diberikan juga menjadi penentu bagi calon nasabah/konsumen.

Untuk mensukseskan pasar, bank memberikan perhatian besar pada konsumen, yaitu dengan cara memberikan pengetahuan mengenai perbankan syariah kepada kosumen sebab, bila tidak dapat memberikan pengetahuan kepada konsumen, maka jangan harap bank akan berhasil dalam pemasaran dan mendapatkan nasabah baru.

Nasabah yang tidak puas dengan pelayanan ataupun kualitas dari suatu bank akan sangat mudah untuk ditinggalkan dan akhirnya nasabah akan beralih ke bank lain. Jika terciptanya kepuasan nasabah maka akan menunjukkan adanya sikap loyal dari nasabah terhadap Bank Muamalat Indonesia KCP. Binjai.

Terlihat pada sistem perbankan syariah di Indonesia dalam beberapa tahun terakhir telah berkembang secara signifikan. Total aset industri perbankan syariah telah meningkat hampir 13 kali lipat dari Rp.21,5 triliun pada 2007 menjadi Rp.278,9 triliun pada tahun 2016. Laju rata-rata pertumbuhan aset perbankan syariah secara impresif tercatat mencapai 36,1% sejak 2006-2015. Pembiayaan yang disalurkan bank umum syariah per Januari 2006 telah mencapai Rp.197,5 triliun dan pada saat yang sama penghimpunan DPK mencapai nilai sebesar Rp.209,2 triliun yang merefleksikan semakin meningkat kepercayaan masyarakat untuk menyimpan dan mempercayakan pengelolaan dananya di bank syariah serta semakin kompetitifnya return bagi hasil di bank syariah,⁴² oleh karena itu dalam dunia perbankan kita dituntut untuk terus berusaha meningkatkan pengetahuan konsumen atau masyarakat luas mengenai perbankan syariah dan mengambil keputusan untuk menjadi nasabah bank syariah.

Dapat disimpulkan pengetahuan masyarakat atau konsumen mengenai bank syariah sangat mempengaruhi sikap positif konsumen terhadap produk-produk yang ditawarkan sehingga semakin baik pengetahuan masyarakat mengenai perbankan syariah maka akan memicu minat dan keputusan menjadi nasabah. Jika dengan

⁴² Otoritas jasa keuangan *produk dan jasa perbankan syariah* h 1

demikian pemasar dapat menentukan strategi yang tepat untuk memasarkan bank syariah kepada masyarakat atau konsumen agar masyarakat dapat mengambil keputusan untuk memilih bank syariah.

B. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Konsumen Menjadi Nasabah Pada PT. Bank Muamalat Indonesia KCP. Binjai

Untuk melakukan suatu hal, tentunya hal tersebut seluruhnya harus ada yang mendasarinya. Untuk memilih atau meninggalkan seseorang tentunya memiliki pertimbangan yang rasional. Keputusan konsumen menjadi nasabah bank syariah merupakan bagian dari kegiatan seseorang itu untuk menitipkan hartanya. Oleh karenanya seseorang harus melihat terlebih dahulu keuntungan dengan berbagai aspek, baik aspek keuntungan financial, keamanan dan lain sebagainya. Bank sebagai salah satu hasil kreasi kehidupan modern telah menjadi bagian dari kehidupan masyarakat modern. Untuk memilih dan mempengaruhi masyarakat untuk menjadi nasabah di bank syariah tentu tidak terlepas dari kinerja bank untuk menimbulkan keputusan konsumen menjadi nasabah bank syariah yang mempercayakan hartanya dengan berinvestasi atau menabung di bank syariah.

Berdasarkan hasil wawancara penulis kepada beberapa staff Bank Muamalat Indonesia KCP Binjai yakni dalam hal keputusan konsumen menjadi nasabah bank muamalat Indonesia KCP. Binjai dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor di antara :

1. Nilai kepercayaan masyarakat atau konsumen terhadap suatu bank.

Keyakinan masyarakat terhadap suatu bank, bahwa bank tersebut mampu dan dapat bertanggung jawab untuk mengelola dengan professional.

2. Kepuasan nasabah terhadap suatu bank. Tingkat kepuasan nasabah terhadap pelayanan, jenis produk yang ditawarkan dan fasilitas lainnya serta kenyamanan Banking Hall.
3. Tempat atau lokasi yang strategi. Ketersediaan kantor-kantor cabang atau kas yang diberikan oleh bank letaknya tidak jauh dari kegiatan sehari-hari nasabah, sehingga memudahkan nasabah dalam bertransaksi.
4. Kualitas pelayanan bank. Nasabah merasakan kenyamanan dan kepuasan yang diberikan karyawan bank muamalat kcp. Binjai saat bertransaksi.
5. Syariah. Masyarakat atau penduduk Indonesia menganut berbagai keyakinan yang beragam. Keyakinan mempengaruhi konsumen terhadap sesuatu yang menjadi keputusannya. Dalam hal ini produk yang ditawarkan bank syariah adalah produk yang bermanfaat, tidak mengandung unsure maghrib, dan bertujuan untuk mencapai fah yang dapat mempengaruhi konsumen sesuai dengan apa yang menjadi keyakinannya.
6. Harga. Penetapan tingkat margin/nisbah bagi hasil pembiayaan dan *fee* maupun imbalan (*ujrah*) jasa yang ditetapkan bank muamalat Indonesia kcp. Binjai.
7. Bagi Hasil. Merupakan porsi keuntungan antara pihak pemilik dan pengelola dana yang ditentukan pada saat akad perjanjian. Bagi hasil dalam system perbankan merupakan cirri khusus yang ditawarkan kepada masyarakat yang harus ditentukan terlebih dahulu pada masa awal terjadinya kontrak. Besarnya

penentuan porsi bagi hasil antar kedua belah pihak ditentukan sesuai kesepakatan bersama dan harus terjadi dengan adanya kerelaan pada masing-masing pihak tanpa adanya unsur paksaan.

Ketika melakukan wawancara dengan Satria Budi di PT.BMI KCP. Binjai mengenai jumlah seluruh nasabah bank Muamalat Indonesia KCP.Binjai pada periode 2019 yaitu jumlah nasabah *financing* yaitu 115 orang dan nasabah aktif menabung 290 orang.

Proses mencari nasabah Bank Muamalat Indonesia dibagi menjadi tiga, yaitu:

1. *Referral* adalah nasabah yang didapat dari referensi nasabah existing yang merupakan rekan atau kawan nasabah existing yang dipastikan dana yang dimiliki sama dengan nasabah existing bahkan bisa lebih.
2. *Existing* adalah nasabah yang sudah ada atau nasabah yang sudah tercatat dalam administrasi bank.
3. Nasabah baru yang datang sendiri ke bank.⁴³

Selain itu, untuk dapat membuat nasabah terus berbank dan menjaga dananya di bank, petugas bank harus tidak kehilangan kontak/komunikasi, harus sering melakukan pendekatan melalui pendekatan pribadi secara profesional seperti melakukan kontak informal, bertatap muka, kunjungan secara pribadi, berdiskusi kontak dan saling memberikan masukan, menyampaikan ucapan khusus pada hari

⁴³ Satria Budi, *Marketing Funding Bank Muamalat KCP. BINJAI*, Wawancara Pribadi, Medan 11 juli 2019.

bersejarah nasabah seperti ulang tahun, hari pernikahan, wisuda dan hari besar agama menjadi cara yang kadang sangat jitu untuk mempertahankan nasabah.

Untuk memelihara nasabah terutama nasabah prioritas penting diketahui oleh petugas bank terkait dengan data khusus untuk memudahkan pendekatan seperti:⁴⁴

1. Informasi hari ulang tahun
2. Informasi hari pernikahan
3. Anggota keluarganya
4. Informasi jabatan/pekerjaan nasabah
5. Hobi dan kegemaran
6. Alamat rumah dan kantor
7. Nomor telepon
8. Tempat nasabah bisa menghabiskan waktu
9. Dan informasi lainnya yang terkait

Faktor penting dalam proses pemeliharaan nasabah adalah bagaimana petugas bank mampu melakukan sambungan komunikasi yang baik, konsisten dan berkesinambungan sehingga nasabah merasakan keberadaannya dan bank dirasakan menjadi bagian dan mitra penting yang membuatnya sukses saat ini. Dalam keseharian komunikasi informal dimana nasabah diperlakukan sebagai sahabat dirasakan cukup efektif saat ini untuk membuatnya loyal.

⁴⁴ Satria Budi, *Marketing Funding Bank Muamalat KCP. BINJAI*, Wawancara Pribadi, Medan 11 juli 2019.

Karena tujuan hubungan nasabah adalah menjaga agar nasabah mau meninggalkan bank dan nasabah mau meningkatkan terusnya. Pihak bank muamalat Indonesia juga mau menjelaskan alasan mengapa nasabah meninggalkan bank atau kabur dan tidak mau bertransaksi dan menyimpan dananya di bank lagi. Banyak hal menyebabkan nasabah kabur. Berikut beberapa kemungkinan nasabah meninggalkan bank:

1. Pelayanan yang tidak memuaskan. Banyak hal yang membuat nasabah tidak puas, merasa tidak diperhatikan tidak dihargai keberadaannya, atau merasa tersinggung.
2. Produk yang tidak baik. Bisa jadi nasabah keluar karena kualitas produk dan fitur yang disediakan tidak menjawab kebutuhan dan keinginannya. Bisa jadi juga nasabah melihat fitur bank lain lebih baik dari produk yang ditawarkan.
3. Ingkar janji dan tidak tepat waktu. Nasabah bisa saja kecewa dan kesal karena petugas bank ingkar janji atau datang tidak tepat waktu yang telah disepakati. Ketika komitmen tidak ditepati maka reputasi dan integritas seseorang akan jatuh dan tidak dipercaya lagi.
4. Biaya yang relative mahal. Biaya yang dibebankan kepada nasabah bisa saja dinilai relative mahal jika dibandingkan dengan biaya sejenis di bank lain.

Biaya dimaksud seperti biaya administrasi, bunga, biaya iuran atau biaya transaksi.⁴⁵

5. Pressing atau bagi hasil yang tidak bersaing. Pressing yang diberikan kepada nasabah bisa saja dinilai lebih rendah di bandingkan dengan pressing yang diberikan oleh bank lain.

⁴⁵Ikatan banker Indonesia (IBI) *Mengelola Kualitas Layanan Perbankan* h , 265

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil pembahasan pada bab sebelumnya, dapat disimpulkan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen menjadi nasabah yaitu: Nilai kepercayaan masyarakat atau konsumen terhadap suatu bank, Kepuasan nasabah terhadap suatu bank, Tempat atau lokasi yang strategis, Kualitas pelayanan bank Syariah, Harga dan Bagi Hasil.

Berdasarkan hasil pembahasan pada bab sebelumnya mengenai keputusan konsumen untuk menjadi nasabah pada bank syariah diawali dengan ransangan yang kemudian dipengaruhi oleh faktor-faktor lingkungan seperti faktor social, budaya, pribadi, dan psikologi, dan mempengaruhi dalam pemilihan produk dengan merek tertentu.

Proses pengambilan keputusan antara lain sebagai berikut:

1. *Problem recognition* (Pengenalan Masalah)
2. *Information search* (mencari informasi)
3. *Ecaluation of alternative* (mengevaluasi pilihan)
4. *Product choice* (pemilihan produk)
5. *Outcomes* (perilaku setelah membeli)

B. SARAN

1. Hendaknya pada PT Bank Muamalat Indonesia KCP Binjai, memberikan informasi serta pemahaman yang mendalam mengenai perbankan syariah

2. tersebut kepada masyarakat luas sehingga masyarakat tidak ragu untuk memilih dan memutuskan berinvestasi pada bank syariah.
3. Kepada PT Bnka Muamalat Indonesia KCP Binjai, memberikan pemahaman kepada masyarakat dan meyakinkan kepada masyarakat bahwa PT Bank Muamalat Indonesia KCP Binjai, adalah bank syariah pertama murni syariah yang seluruh kegiatan oprasionalnya berdasarkan prinsip syariah.
4. Bagi masyarakat agar lebih mendukung berbagai bentuk kegiatan perbankan syariah yang diperkenalkan kepada mayarakat umum sebagai bentuk yang benar-benar berguna untuk memutuskan bergabung menjadi nasabah suatu bank syariah.
5. Bagi peneliti yang akan datang, diharapkan dapat meneliti lebih banyak lagi mengenai tingkat pengetahuan masyarakat mengenai perbankan syariah sehingga masyarakat tidak ragu dalam memutuskan menjadi nasabah bank syariah.
6. Dan lebih baik lagi jika PT Bank Muamalat Indonesia, Tbk KCP Binjai, menempatkan mahasiswa/i yangmelakukan magang dapat mengetahui dan mengerti apa-apa saja yang menjadi tugas disetiap struktus organisasi.

DAFTAR PUSTAKA

- Himpunan Peraturan Perundang-Undangan Perbankan dan Lembaga Penjamin Simpanan.* (2004). Bandung: Fokus Media.
- Arifin, Z. (2000). *Memahami Bank Syariah: Lingkup, Peluang, Tantangan dan Prospek, Cet III.* Jakarta: Alvabeta.
- Arifin, Z. (2006). *Dasar-Dasar Manajemen Bank Syariah.* Jakarta: Pustaka Alvabeta.
- Engel, J. R. (1994). *Perilaku Konsumen.* Jakarta: Binarupa Aksara.
- Departemen Agama RI. (2006). *Al-Qur'an dan Terjemahnya.* Semarang: Toba Putra.
- Departemen Agama RI. (2009). *Al-Qur'an dan Terjemahnya.* Jakarta: Sabiq.
- Irwan. (1996). *Pemasaran, Prinsip dan Kasus Cet I.*
- Kasmir. (2011). *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya, Cetakan ke-II.* Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Kotler, P. (2000). *Manajemen Pemasaran Edisi Bahasa Indonesia Jilid II.* Jakarta: Prenhalindo .
- Robbani, S. (2012). *Analisis Pemahaman Nasabah Tentang Ke Syariah Bank BNI Syariah.* Yogyakarta.
- Sangadji, E. M. (2013). *Perilaku Konsumen.* Yogyakarta: CV Andi Offset.
- Setiadi, A. (2009). *Perbankan Syariah Tjauan dan Beberapa Segi Hukum.* Jakarta.
- Siswanto, E. (2008). *Manajemen Bank Konvensional dan Syariah.* Malang Press.
- Soemitra, A. (2009). *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah.* Kencana.
- Sumarni, M. (2002). *Manajemen Pemasaran Bank.* Yogyakarta: Liberty Yogyakarta.

Syukri, I. (2012). *Sistem Perbankan Syariah di Indonesia Dalam Perspektif Fiqih Ekonomi*. Yogyakarta: Fajar Media Press.

Tarigan, A. A. (2016). *Tafsir Ayat-Ayat Ekonomi*. Medan.

Imran, B. H. (2017). Pengaruh Persepsi Masyarakat Batam Tentang Bank Syariah Terhadap Minat Menggunakan Produk Bank Syariah. *Journal of Business Administration Vol 1, No 2*, 217.

Yuliawan, E. (2011). Pengaruh Pengetahuan Konsumen Mengenai Perbankan Syariah Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Bank Syariah Bandung. *Jurnal Wira Ekonomi Mikro, Vol 1, No 1*, 29.

[http:// www.bi.go.id/id/perbankan/syariah/contens/default.aspx](http://www.bi.go.id/id/perbankan/syariah/contens/default.aspx)

<http://id.wikipedia.org/wiki/masyarakat>

www.bankmuamalat.co.id

RIWAYAT HIDUP

Penulis dilahirkan di Negeri Jahe, Kec, Kutabuluh , Kab Karo, 01 Mei 1998 , putra dari pasangan suami/istri Bapak Evri dan Ibu Malemtabr Sembiring.

Penulis merupakan anak pertama dari dua bersaudara . penulis menyelesaikan pendidikan tingkat SD di SDN 040488 Tiganderket tahun 2010 , Tingkat SLTP di SMP N 1 Tigandrket 2013, Dan tingkat SLTA di SMA 1 Tiganderket sampai tahun 2016 . kemudian melanjutkan kuliah di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sumatera Utara mulai tahun 2016, jurusan D-III Perbankan Syariah. Pada masa menjadi mahasiswa, penulis mengikuti berbagai kegiatan aktifitas kemahasiswaan/kepemudahan antara lain IMKA.

