

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Deskripsi Teori

1. Persepsi

a. Pengertian Persepsi

Persepsi berasal dari kata "*perception*" yang kemudian diadopsi ke dalam bahasa Indonesia menjadi persepsi, yang berarti penglihatan, tanggapan, daya memahami, atau menanggapi sesuatu yang diawali dengan penginderaan kemudian ditransfer ke otak. Menurut kamus Bahasa Indonesia, persepsi adalah tanggapan, penerimaan langsung dari suatu serapan, atau merupakan proses seseorang mengetahui beberapa hal melalui panca inderanya.¹³ Persepsi merupakan suatu hal yang dapat mempengaruhi sikap dan menentukan perilaku konsumen.

Menurut Webster yang dikutip oleh Sutisna dalam bukunya, menyatakan bahwa:

Persepsi adalah proses bagaimana stimulus-stimulus yang mempengaruhi tanggapan-tanggapan itu diseleksi dan diinterpretasikan. Persepsi setiap orang terhadap suatu objek itu berbeda-beda oleh karena itu persepsi mempunyai sifat subjektif. Stimulus adalah setiap bentuk fisik atau komunikasi verbal yang dapat mempengaruhi tanggapan individu. Salah satu stimulus penting yang dapat mempengaruhi perilaku konsumen adalah lingkungan (sosial dan budaya). Persepsi seorang konsumen akan berbagai

¹³Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) edisi V, Luar Jaringan (Offline), Pusat Bahasa Kementerian Pendidikan Nasional.

stimulus yang diterimanya dipengaruhi oleh karakteristik yang dimilikinya.¹⁴

Persepsi didefinisikan sebagai tanggapan (penerimaan) langsung dari sesuatu atau merupakan proses seseorang mengetahui beberapa hal melalui panca inderanya. Persepsi merupakan proses mental dan kognitif yang memungkinkan individu menafsirkan dan memahami informasi tentang lingkungan, baik untuk penglihatan, pendengaran, penghayatan, perasaan dan penciuman.

Persepsi merupakan suatu proses yang timbul akibat adanya sensasi. Sensasi merupakan tanggapan yang cepat dari indera penerima kita terhadap stimuli dasar seperti cahaya, warna dan suara. Dengan adanya itu semua maka akan timbullah persepsi. Jadi, persepsi dapat didefinisikan sebagai proses bagaimana stimuli-stimuli itu diseleksi, diorganisasikan dan diinterpretasikan.¹⁵

Manusia adalah makhluk sosial yang memiliki berbagai dimensi kehidupan, misalnya seperti bentuk tubuh, sifat, kepribadian dan lain sebagainya. Dimensi ini menimbulkan berbagai macam perbedaan antar manusia itu sendiri. Dalam kehidupan sehari-hari manusia selalu berhadapan dengan rangsangan (stimulus) baik yang menyangkut diri sendiri maupun

¹⁴Sutisna, *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*, (Bandung : PT Remaja Rosdakarya, 2001), hlm. 63.

¹⁵Nugroho J. Setiadi, *Perilaku Konsumen: Konsep dan Implikasi untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran* (Jakarta: Kencana, 2008), hlm. 159-160.

manusia sebagai makhluk sosial. Stimulus dapat berupa fisik dan dapat juga berupa non-fisik. Reaksi yang ditimbulkan oleh stimulus bisa berbeda-beda tiap-tiap individu. Perbedaan reaksi ini disebabkan adanya perbedaan persepsi individu masing-masing. Persepsi seseorang dapat timbul dari pengalaman yang telah diperolehnya, baik yang dilakukan sendiri maupun kesan orang lain.

Pengolahan informasi memiliki lima tahap yang terdiri atas tahap pemaparan stimulus, perhatian, pemahaman, penerimaan dan retensi. Menurut Mowen dan Minor, ketiga tahap awal pengolahan informasi yaitu pemaparan stimulus, perhatian dan pemahaman disebut sebagai persepsi yang kemudian akan berinteraksi dengan ingatan yang dimiliki konsumen sehingga akan mempengaruhi pengolahan informasi.¹⁶

Persepsi tidak akan terjadi jika tidak didahului dengan perhatian konsumen terhadap produk. Tanpa adanya perhatian terhadap barang atau situasinya maka tidak akan ada kesadaran dan oleh karena itu tidak akan ada persepsi. Perhatian terhadap suatu objek berfungsi sebagai sarana seleksi dan pemilihan berbagai stimulus menjadi suatu informasi yang dapat diterima yang kemudian dapat dirasakan oleh konsumen. Oleh karena itu, faktor eksternal (stimulus) maupun faktor internal (individu) akan

¹⁶Mowen, John dan Minor M., *Perilaku konsumen Jilid I* Edisi Kelima (terjemahan), (Jakarta: Erlangga, 2002), hlm. 242.

mempengaruhi perhatian konsumen terhadap suatu produk. Menurut Sumarwan dalam Tenny, dari berbagai stimulus tidak semuanya dapat diterima dan disimpan dan ingatan konsumen. Hal ini disebabkan karena konsumen melakukan pengolahan informasi.

Pemaparan, perhatian, pemahaman, persepsi dan diinterpretasikan sesuai dengan konsep yang telah dimiliki oleh individu itu sendiri. Ingatan selektif merupakan tahap penempatan informasi menjadi ingatan yang akan selalu disimpan di dalam memori individu. Adanya ingatan selektif ini menyebabkan individu akan cenderung mengingat berbagai hal positif yang terdapat dalam produk yang disukainya dibandingkan produk lainnya. Selain itu, dari berbagai informasi yang didapatkan konsumen namun yang akan tersimpan dalam memori adalah informasi yang sesuai dengan pandangan dan keyakinannya.

Jadi, dari beberapa pendapat di atas dapat disimpulkan bahwa persepsi merupakan suatu pemikiran, tanggapan, penerimaan langsung dari sesuatu hal yang dapat diserap oleh pancaindra sehingga muncul sebuah kesan atau pandangan teoritis terhadap hal tersebut.

b. Faktor yang Memengaruhi Persepsi

Persepsi setiap orang terhadap suatu objek selalu berbedabeda. Perbedaan ini dipengaruhi oleh berbagai faktor, baik

itu faktor internal individu maupu faktor eksternal. Menurut Prasetijo, persepsi dipengaruhi oleh dua faktor yaitu:¹⁷

- 1) Faktor Internal, yang mencakup:
 - a. *Fisiologi* merupakan informasi masuk melalui indera kemudian mempengaruhi dan melengkapi usaha untuk memberikan arti terhadap lingkungan sekitar,
 - b. Pengalaman dan ingatan, setiap orang memiliki pengalaman yang berbeda-beda.
 - c. Perhatian. Individu memerlukan sejumlah energi yang dikeluarkan untuk memperhatikan atau memfokuskan pada bentuk fisik dan fasilitas mental yang ada pada suatu obyek. Energi tiap orang berbeda-beda sehingga perhatian setiap orang akan berbeda juga terhadap suatu obyek.
 - d. kebutuhan saat itu, faktor ini dapat dilihat dari bagaimana kuatnya seorang individu mencari objekobjek atau pesan yang dapat memberikan jawaban sesuai dengan dirinya.
 - e. Suasana hati. Keadaan emosi mempengaruhi perilaku seseorang, mood ini menunjukkan bagaimana perasaan seseorang pada waktu dapat menerima rangsangan, bereaksi dan mengingat.
 - f. Minat. Persepsi terhadap suatu obyek bervariasi tergantung pada seberapa banyak energi atau *perceptual vigilance*

¹⁷ Prasetyo, Ristiyanti dan John Ihlaw, *Perilaku Konsumen* (Yogyakarta: ANDI,2004), hlm. 68.

g. yang digerakkan untuk mempersepsikan sesuatu.

Perceptual vigilance merupakan kecendrungan seseorang untuk memperhatikan tipe tertentu dari stimulus atau dapat juga dikatakan sebagai minat.

h. nilai-nilai yang dianutnya dan ekspektasi/ harapan

2) Faktor eksternal yang mempengaruhi persepsi, merupakan karakteristik dari lingkungan dan obyek-obyek yang terlibat di dalamnya. Elemen-elemen tersebut dapat mengubah sudut pandang seseorang terhadap dunia sekitarnya dan mempengaruhi bagaimana seseorang merasakannya atau menerimanya. Sementara itu faktor-faktor eksternal yang mempengaruhi persepsi berupa:¹⁸

- a. Ukuran dan penempatan dari obyek atau stimulus. Faktor ini menyatakan bahwa semakin besarnya hubungan suatu obyek, maka semakin mudah untuk dipahami. Bentuk ini akan mempengaruhi persepsi individu dengan melihat bentuk ukuran suatu obyek individu akan mudah untuk perhatian pada gilirannya membentuk persepsi.
- b. Warna dari obyek-obyek. Obyek-obyek yang mempunyai cahaya lebih banyak, akan lebih mudah dipahami (*to be perceived*) dibandingkan dengan yang sedikit.

¹⁸ Mulyana, Dedy. *Ilmu Komunikasi buat Pengantar*, (Bandung: Remaja Rosda Karya, 1996), hlm. 46-47.

c. Keunikan dan kontrasan stimulus. Stimulus luar yang penampilannya dengan latarbelakang dan sekelilingnya yang sama sekali di luar sangkaan individu yang lain akan banyak menarik perhatian.

d. Proses Persepsi

Proses persepsi mencakup seleksi, organisasi, dan interpretasi perseptual.

1) Seleksi perseptual

Seleksi perseptual terjadi ketika konsumen menangkap dan memilih stimulus berdasarkan pada psikologis yang dimiliki, psikologis adalah berbagai informasi yang ada dalam memori konsumen. Sebelum seleksi persepsi terjadi, terlebih dahulu stimulus harus mendapat perhatian dari konsumen. Oleh karena itu, dua proses yang termasuk dalam definisi seleksi adalah perhatian (*attention*) dan persepsi selektif (*selective perception*).

2) Organisasi perseptual

Organisasi perseptual (*perceptual organization*) berarti konsumen mengelompokkan informasi dari berbagai sumber kedalam pengertian yang menyeluruh untuk memahami secara lebih baik dan bertindak atas pemahaman itu, prinsip dasar dari organisasi perseptual penyatuan adalah bahwa berbagai stimulus akan dirasakan sebagai suatu yang dikelompokkan secara menyeluruh.

Prinsip-prinsip penting dalam integrasi persepsi adalah penutupan (*closure*), pengelompokan (*grouping*), dan konteks (*context*).

a. Penutupan

Prinsip penutupan paling cocok dipakai untuk merek produk yang cukup dikenal oleh para konsumen. Prinsip ini digunakan untuk memancing konsumen untuk mengisi huruf yang kosong, sehingga menjadi suatu nama merek yang utuh, misalnya tampilan iklan yang naman mereknya tidak ditulis lengkap

b. Pengelompokan

Proses penyebutan angka nomor telepon anda secara terpisah-pisah agar mudah diingat disebut pengelompokan. Pengelompokan informasi (*information grouping*) memungkinkan konsumen untuk mengevaluasi merek berdasarkan atribut yang berbeda, sesuai dengan set psikologis yang dimiliki.

c. Konteks

Stimuli yang diterima oleh konsumen cenderung dihubungkan dengan konteks atau situasi yang melingkupi konsumen. Oleh karena itu, latar dari iklan akan mempengaruhi persepsi konsumen terhadap produk. Prinsip yang paling penting dari konteks adalah gambar dan dasar / latar (*figure/ground*). Dengan menggunakan

prinsip ini, hendaknya pengiklan bisa memastikan bahwa produk ialah gambar (sesuatu yang menonjol ke depan) dan setting-nya yaitu latar atau ground. Hal ini dimaksudkan agar konsumen tidak mempunyai persepsi yang salah terhadap maksud iklan.

3) Interpretasi perseptual

Proses terakhir dari persepsi adalah pemberian interpretasi atau stimuli yang diterima konsumen. Interpretasi ini didasarkan pada pengalaman penggunaan pada masa lalu, yang tersimpan dalam memori jangka panjang konsumen.

2. Pemahaman

Pengertian dari pemahaman menurut Benjamin S. Bloom merupakan kemampuan seseorang untuk mengerti atau memahami sesuatu setelah sesuatu itu diketahui dan diingat.¹⁹ Jadi, dapat disimpulkan pemahaman merupakan suatu proses memahami suatu penjelasan atau uraian tentang apa yang telah dipelajari dengan bahasa sendiri.

¹⁹Anas sudijono. *Pengantar evaluasi pendidikan*, (Jakarta: Rajagrafindo, 2009), hlm. 50.

a) Tingkatan-tingkatan Pemahaman

Menurut Bloom, kemampuan pemahaman berdasarkan tingkat kepekaan dan derajat penyerapan materi dapat dibagi ke dalam tiga tingkatan yaitu:²⁰

1. Menerjemahkan (*Translation*)

Menerjemahkan diartikan sebagai pengalihan arti dari bahasa yang satu ke dalam bahasa yang lain sesuai dengan pemahaman yang diperoleh dari konsep tersebut. Dapat juga diartikan dari konsepsi abstrak menjadi suatu model simbolik untuk mempermudah orang mempelajarinya. Dengan kata lain, menerjemahkan berarti sanggup memahami makna yang terkandung di dalam suatu konsep. Contoh seperti mengartikan perbankan syariah.

2. Menafsirkan (*Interpretation*)

Kemampuan ini lebih luas dari pada menerjemahkan, kemampuan ini untuk mengenal dan memahami. Menafsirkan dapat dilakukan dengan caramenghubungkan pengetahuan yang lalu dengan pengetahuan lain yang diperoleh berikutnya.

²⁰ Wowo Sunaryo Kuswana, Taksonomi Kognitif, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2012), hlm 44

3. Mengeksplorasi (*Extrapolation*)

Ekstrapolasi menuntut kemampuan intelektual yang lebih tinggi karena seseorang harus bisa melihat arti lain dari apa yang tertulis. Membuat perkiraan tentang konsekuensi atau memperluas persepsi dalam arti waktu, dimensi, kasus, ataupun masalahnya.

4. Minat

Menurut Prof. Dr. Iskandarwasid dan Dr. H. Dadang Sunendar, minat adalah perpaduan antara keinginan dan kemauan yang dapat berkembang.²¹ Minat merupakan salah satu faktor yang penting dalam mempengaruhi pilihan nasabah dalam menabung. Minat dapat mempengaruhi diri sendiri dan dari luar (lingkungan). Jadi, dapat disimpulkan bahwa minat adalah suatu keinginan dari hati yang tinggi terhadap sesuatu.

Minat dapat dibentuk dalam hubungannya dengan suatu objek. Selain itu pembentukan minat juga bisa berasal dari orang lain, meskipun suatu minat dapat muncul pada diri sendiri. Adapun pembentukan minat dapat dilakukan dengan cara-cara sebagai berikut:

- a. Memberikan informasi yang seluas-luasnya, baik keuntungan maupun kerugian yang ditimbulkan oleh obyek yang dimaksud.

²¹Iskandarwasid & Dadang Sunendar. Strategi Pembelajaran Bahasa. (Bandung: Rosda, Cet. Ke-3, 2011), hlm. 113.

- b. Informasi yang diberikan dapat berasal dari pengalaman, media cetak, media elektronik.
- c. Memberikan rangsangan, dengan cara memberikan hadiah berupa barang atau sanjungan yang dilakukan individu yang berkaitan dengan objek
- d. Mendekatkan individu terhadap objek, dengan cara membawa individu kepada objek atau sebaliknya mengikutkan individu-individu pada kegiatan-kegiatan yang diselenggarakan oleh objek yang dimaksud.
- e. Belajar dari pengalaman.

5. Masyarakat

Menurut Burhan, masyarakat adalah sekelompok orang yang menepati sebuah wilayah tertentu, yang hidup secara lama, saling berkomunikasi, memiliki simbol-simbol dan aturan tertentu yang secara sistem hukum yang mengontrol tindakan anggota masyarakat, memiliki sistem stratifikasi, sadar sebagai bagian dari anggota masyarakat, memiliki sistem stratifikasi, sadar sebagai bagian dari anggota masyarakat tersebut secara relatif dapat menghidupi dirinya sendiri.²²

²² Burhan Bungin, *sosiologi komunikasi*, (Jakarta: kencana prenada Media Group, 2006), hlm. 165.

Ditinjau dari loyalitasnya, masyarakat Indonesia dapat dibagi atas dua macam yaitu:

a. Masyarakat desa

Masyarakat desa termasuk tipe masyarakat dan merupakan kelompok sosial kecil. Masyarakat kecil yang sering diartikan sebagai masyarakat tradisional atau masyarakat *primitif* (sederhana). Pandangan ini kurang tepat karena masyarakat desa adalah masyarakat yang tinggal disuatu kawasan atau wilayah atau teritorial tertentu yang biasanya disebut masyarakat setempat.

Pada umumnya ciri-ciri masyarakat desa adalah sebagai berikut:

1. Anggota komonitasnya kecil
2. Hubungan antar individu bersifat kekeluargaan
3. Sistem kepemimpinannya bersifat informan
4. Ketergantungan terhadap alam tinggi
5. Religius magis
6. Rasa solidaritas dan gontong royong yang tinggi
7. Kontrol sosial yang kuat antar warga
8. Hubungan antara pemimpin dan warga bersifat informan
9. Pembagian kerja tidak tegas dan belum ada spesialis pekerja.

10. Patuh terhadap nilai-nilai dan norma yang berlaku di desanya (tradisi)

11. Tingkat mobilitas sosialnya rendah

Dalam perkembangannya, sampai saat ini masyarakat desa mengalami kemajuan (*modernisasi*). Salah satu faktor pendukungnya adalah *urbanisasi*. Banyak warga desa pergi ke kota untuk mencari pekerjaan atau kepentingan pendidikan. Mereka berupaya untuk menyesuaikan diri dengan kehidupan kota sehingga begitu kembali ke desa, baik untuk sementara maupun menetap, mereka membawa pengaruh baru terhadap pola pikir, sikap dan perilaku warga desanya.

b. Masyarakat kota

Ciri-ciri masyarakat kota sebagai berikut:

1. Pola pikirnya cenderung rasional
2. Bersifat individualism
3. Masyarakat cenderung sekuler
4. Mata pencariaanya sangat beragam
5. Sangat menghargai spesialisasi yang langkah berdasarkan manfaatnya.²³

Jadi, disimpulkan bahwa masyarakat adalah sekumpulan orang yang tinggal di suatu daerah tertentu dan bersosial antara

²³kun Maryanti jujun suryawati, *sosiologi*, (Jakarta: Erlangga, 2001), hlm. 161

satu dengan yang lainnya untuk menciptakan lingkungan yang rukun.

6. Perbankan Syariah

a. Pengertian Perbankan syariah

Bank berasal dari kata *banque* (bahasa Perancis) dan dari kata *banco* (bahasa Italia) yang berarti peti / lemari atau bangku. Peti/ lemari dan bangku menjelaskan fungsi dasar dari bank komersial, yaitu : pertama, menyediakan tempat untuk menipkan uang dengan aman (*safe keeping function*), kedua, menyediakan alat pembayaran untuk membeli barang dan jasa (*transaction function*).²⁴

Adapun kata syariah berasal dari kata *syara'* yang berarti menjelaskan dan menyatakan sesuatu atau dari kata *asy-syir* dan *asy syari'atu* yang berarti suatu tempat yang dapat menghubungkan sesuatu untuk sampai pada sumber air yang tak ada habis-habisnya sehingga orang membutuhkan tidak lagi butuh alat untuk mengambilnya, sedangkan secara istila syariah berarti aturan atau undang-undang yang diturunkan Allah untuk mengatur hubungan manusia dengan tuhanNya, mengatur hubungan sesama manusia, dan hubungan manusia dengan alam semesta.²⁵

Perbankan syariah dari bahasa Arab: *al-Mashrafiyah al Islamiyah* adalah suatu sistem perbankan yang pelaksanaanya

²⁴ M. Syafi'i Antonio, *Dasar- Dasar Manajemen Bank Syariah ...*, hlm 2

²⁵ kasmir, *Pemasaran Bank*, (Jakarta: Prenada Media, 2004), hlm. 9-1

berdasarkan hukum Islam (*syariah*). Pembentukan sistem ini berdasarkan adanya larangan dalam agama islam untuk memijamkan atau memungut pinjaman dengan mengenakan bunga pinjaman (*riba*), serta larangan untuk berinvestasi pada usaha-usaha berkategori (*haram*). Perbankan syariah adalah segala sesuatu yang menyangkut tentang bank syariah dan unit usaha syariah, mencakup kelembagaan, kegiatan usaha, serta cara dan proses dalam melaksanakan kegiatan usahanya.²⁶

Bahwa yang dimaksud dengan bank syariah adalah lembaga keuangan yang bertugas menghimpun dana dalam bentuk simpanan dari surplus unit dan menyalurkan kembali kepada defisit unit dalam bentuk kredit dan atau bentuk-bentuk lainnya yang berasaskan pada asas kemitraan, keadilan, tranparasi, dan universal serta melakukan kegiatan usaha perbankan berdasarkan prinsip-prinsip syariah.²⁷ Menurut Undang-Undang No. 21 tahun 2008 tentang Perbankan Syariah menjelaskan bahwa bank syariah adalah bank yang menjalankan kegiatan usahanya berdasarkan prinsip syariah dan menurut jenisnya terdiri atas Bank Umum Syariah dan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah.²⁸

Sedangkan menurut Sutan Remy Shahdeiny Bank Syariah adalah lembaga yang berfungsi sebagai intermediasi yaitu

²⁶ Ismail, *Perbankan Syariah*, (Jakarta: Prenadamedia Group, 2011), hlm. 32

²⁷ Ahmad Dahlan, *Bank Syariah Teoritik, Praktik, Kritik* (Yogyakarta: Sukses Offset, 2012), hlm. 100.

²⁸ Amir Machmud dan Rukmana, *Bank Syariah Teori, Kebijakan dan Studi Empiris di Indonesia*, (Jakarta: Penerbit Erlangga, 2010), hlm. 182.

mengerahkan dana dari masyarakat dan menyalurkan kembali dana-dana tersebut kepada masyarakat yang membutuhkan dalam bentuk pembiayaan tanpa berdasarkan prinsip bunga, melainkan berdasarkan prinsip syariah.²⁹

Jadi, penulis menyimpulkan bahwa perbankan syariah merupakan suatu lembaga keuangan yang sesuai dengan prinsip islam tanpa adanya bunga yang memberatkan kepada nasabah.

b. Tujuan Bank Syariah

Dibandingkan dengan Bank konvensional, Bank Syariah memiliki tujuan lebih luas daripada Bank konvensional, namun tetap mencari keuntungan dimana keuntungan tersebut didapatkan dengan cara-cara yang syariah dan berasal dari sektor riil sehingga tidak adanya unsur riba. Adapun tujuan bank syariah sebagai berikut:³⁰

1. Menjadi perekat nasionalisme baru, artinya bank syariah dapat menjadi fasilitator aktif bagi terbentuknya jaringan usaha ekonomi kerakyatan.
2. Memberdayakan ekonomi masyarakat dan beroperasi secara transparan artinya pengelolaan bank syariah harus

²⁹ Sutan Remy Sjahdeini, *Perbankan Islam*, (Jakarta: PT Pustaka Utama Grafiti, 2014) cet ke-4, hlm 1.

³⁰ Muhammad, *Dasar-Dasar Manajemen Bank Syariah Edisi Revisi*. (Yogyakarta: UII Press, 2016), hlm. 15.

3. didasarkan pada visi ekonomi kerakyatan dan upaya ini terwujud apabila ada mekanisme operasi yang transparan.
4. Memberikan *return* yang lebih baik, artinya investasi bank syariah tidak memberikan janji yang pasti mengenai return yang diberikan kepada investor karena tergantung besarnya return. Apabila keuntungan lebih besar, investor akan ikut menikmatinya dalam jumlah lebih besar.
5. Mendorong penurunan spekulasi dipasar keuangan, artinya bank syariah lebih mengarahkan dananya untuk transaksi produktif.
6. Mendorong pemerataan pendapatan, artinya salah satu yang membedakan bank syariah dengan bank konvensional adalah pengumpulan dana Zakat, Infaq dan Sedekah (ZIS). Peranan ZIS sendiri diantaranya untuk pemerataan pendapatan masyarakat.
7. Uswah hasanah sebagai implementasi moral dalam penyelenggaraan usaha bank

c. Karakteristik Bank Syariah

Karakteristik bank syariah bersifat fleksibel , yang meliputi:³¹

1. Keadilan, melarang riba tapi menggunakan bagi hasil

³¹ M. Syaffi Antonio, *Bank Syariah: Dari Teori Ke Praktek*, (Jakarta: Gema Insani Pers,2017), hlm. 37.

Riba adalah pengambilan tambahan, baik dalam transaksi jual beli maupun pinjam-meminjam secara batil atau bertentangan dengan prinsip muamalah dalam Islam.

2. Kemitraan, yaitu saling memberi manfaat

Posisi nasabah, investor, pengguna dana dan bank berada dalam hubungan sejajar sebagai mitra usaha yang saling menguntungkan dan bertanggung jawab dimana tidak ada pihak yang merasa dirugikan.

3. Universal, melarang transaksi yang bersifat tidak transparan (gharar). Menghindari penggunaan sumber daya yang tidak efisien, dan terbuka seluas luasnya bagi masyarakat tanpa membedakan agama, suku, dan ras.

d. Fungsi Bank Syari'ah

Bank Syariah mempunyai dua peran utama, yaitu sebagai badan usaha (tamwil) dan badan sosial (mal). Sebagai badan usaha, bank syariah mempunyai beberapa fungsi, yaitu sebagai manajer investasi, investor, dan jasa pelayanan. Sebagai manajer investasi, bank syariah melakukan penghimpunan dana dari para investor/nasabahnya dengan prinsip *wadi'ah yad dhamanah* (titipan), *mudharabah* (bagi hasil) atau *ijarah* (sewa). Sebagai investor, bank syariah melakukan penyaluran dana dengan kegiatan investasi dengan prinsip bagi hasil, jual beli, atau sewa. Sebagai penyedia jasa perbankan, bank syariah menyediakan jasa

keuangan, jasa non keuangan, dan jasa keagenan. Pelayanan jasa keuangan antara lain dilakukan dengan prinsip *wakalah* (pemberian mandat), *kafalah* (bank garansi), *hiwalah* (pengalihan utang), *rahn* (jaminan utang atau gadai), *qardh* (pinjaman kebajikan untuk dana talangan), *sharf* (jual beli valuta asing). Pelayanan jasa non keuangan dalam bentuk *wadi'ah yad amanah* dan pelayanan jasa keagenan dengan prinsip *mudharabah muqayyadah*.³²

e. Produk Bank Syariah

Bank syariah memiliki peran sebagai lembaga perantara (*intermediary*) antara unit-unit ekonomi yang mengalami kelebihan dana (*surplus units*) dengan unit-unit yang lain yang mengalami kekurangan dana (*defisit units*). Kedudukan bank syariah sebagai perantara dapat diwujudkan dalam kegiatannya yang menghimpun dana dari masyarakat dan menyalurkan kembali untuk masyarakat melalui berbagai produk yang ditawarkannya.³³

Pada dasarnya produk yang ditawarkan oleh perbankan syariah dapat dibagi menjadi tiga bagian besar, yaitu:

1. Penyaluran Dana (*Financing*)

³²Veithzal Rivai dkk. "Bank and Financial Institution Management" ed.11. (Jakarta:PT Raja Grafindo Persada, 2007), hlm. 765.

³³ Sumar'in, Konsep Kelembagaan Bank Syariah., hlm. 66

Pembiayaan atau financing adalah pendanaan yang diberikan oleh suatu pihak kepada pihak lain untuk mendukung investasi yang direncanakan. Dalam menyalurkan dananya pada

nasabah, secara garis besar produk pembiayaan syariah terbagi kedalam 3 kategori yang dibedakan berdasarkan tujuan penggunaannya yaitu pembiayaan dengan prinsip jual beli, prinsip sewa, dan prinsip bagi hasil.³⁴

2. Pembiayaan *Salam*

Salam secara etimologi artinya pendahuluan, secara muamalah berarti penjualan suatu barang yang disebutkan sifat-sifatnya sebagai persyaratan jual beli dan barang yang dibeli masih tanggungan penjual, dimana syaratnya ialah mendahulukan pembayaran pada waktu akad dan penyerahan dilakukan setelahnya.³⁵ Dapat dijelaskan salam adalah pembiayaan jual beli dimana pembeli memberikan uang terlebih dahulu terhadap barang yang dibeli yang telah disebutkan spesifikasinya dengan penyerahan kemudian.

3. Pembiayaan *Istishna'*

Produk *istishna'* menyerupai produk salam, tapi dalam *istishna'* pembayaran dapat dilakukan oleh bank dalam beberapa kali pembayaran. *Istishna'* adalah pembiayaan jual beli yang dilakukan penjual dan pembelidimana penjual membuat barang yang dipesan oleh pembeli tetapi pembayarannya dapat dicicil. Ketentuan umum pembiayaan *istishna'* adalah spesifikasi barang pesanan harus jelas seperti jenis, macam ukuran, mutu dan

³⁴ Adiwarmanto A. Karim, Bank Islam: Analisis Fiqih dan Keuangan, (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2014), hlm. 97.

³⁵ Ismail, Perbankan Syariah, (Jakarta: Kencana, 2011), hlm. 152

jumlah. Harga jual yang telah disepakati dicantumkan dalam akad istishna' dan tidak boleh berubah selama berlakunya akad.³⁶

B. Gambaran Umum Desa Kolomayan

1. Topografi Desa Kolomayan

Kolomayan merupakan salah satu desa yang ada di kecamatan Wonodadi, Kabupaten Blitar, provinsi Jawa Timur, Indonesia. Secara administrasi desa ini terbagi menjadi 3 dusun yang masing-masing meliputi RT/RW yang tersebar merata. Dusun tersebut seperti Cangkringan, Kamogan, dan Sweden.

Topografi wilayah Desa Kolomayan berupa dataran rendah sekitar 161 Mdpl di kaki Gunung Kelud yang berada di sebelah tenggara. Pada jarak sekitar 2 KM kearah selatan terdapat Sungai Brantas yang membelah Kabupaten Blitar dengan Kabupaten Tulungagung. Desa Kolomayan memiliki curah hujan rata-rata 1200 mm/tahun.³⁷

Kehidupan sosial Desa Kolomayan sudah tergolong maju. Karena letak wilayah strategis yang berada di posisi silang 3 kabupaten sekaligus yaitu Blitar, Tulungagung, dan Kediri membuat penduduk desa mudah dan berfrekuensi tinggi dalam mobilitasnya

³⁶ Adiwarman A. Karim, Bank Islam: Analisis Fiqih dan Keuangan, hlm. 100

³⁷ Harmaji, (2019), *Desa Kolomayan dalam Lukisan Sejarah*. <https://books.google.co.id/books?id=KJriDwAAQBAJ&lpg=PT10&hl=id&pg=PT18#v=onepage&q&f=false>.

Data sosial keagamaan juga didapatkan di Desa Kolomayan. Dari jumlah penduduk 7.245 jiwa (data tahun 2013), mayoritas masyarakat adalah beragama islam. Hal ini diperkuat dengan didaptnya 6 masjid dan 36 musholla yang tersebar di seluruh wilayah Kolomayan dan sebuah pondok pesantren yang berada di Dusun Sweden. Berbagai kegiatan keagamaan juga terdapat di desa ini dan diselenggarakan rutin seminggu sekali di lingkungan masing-masing dan di kantor desa.

2. Sejarah Desa Kolomayan

Toponimi/nama tempat Desa Kolomayan terdapat beberapa versi.³⁸ Menurut Muhammad Makrus, SE., selaku Kepala Desa Kolomayan mengatakan bahwa:

“Kolomayan saka tembung kolo-kolo lumayan”

Kolomayan yang dilambangkan dengan *kolo-kolo lumayan* sampai sekarang belum menemukan apa sebab munculnya kalimat tersebut. Kemungkinan pemecahan alternatif dari *kolo-kolo lumayan* yang menjelaskan bahwa pada saat dahulu wilayah Kolomayan masih berupa hutan dan mempunyai tingkat kesuburan yang tinggi serta belum ada penduduk yang berdatangan dari daerah-daerah sekitarnya untuk bertani, berkebun atau mencari tempat, akan tetapi lama kelamaan menjadi tempat pemukiman dan berubah menjadi tempat administrasi sendiri yang bernama desa.

³⁸Harmaji, (2019), *Desa Kolomayan dalam Lukisan Sejarah*.<https://books.google.co.id/books?id=KJriDwAAQBAJ&lpg=PT10&hl=id&pg=PT18#v=onepage&q&f=false>.

Jadi, nama Kolomayan merupakan *kolo-kolo lumayan* yang hanya istilah dari orang semata dan mengenai sebab masih belum dapat dijelaskan secara ilmiah dan pasti.

Pendapat lain juga diungkapkan dari sesepuh Desa Kolomayan, bahwa kata Kolomayan tergabung dalam dua kata yaitu *kala*, dan *mayan*. *Kala* berarti perangkap, sedangkan *mayan* berarti macan. Dahulu di daerah tersebut terdapat macan yang ditangkap dengan sebuah perangkap. Macan tersebut ditangkap karena sering menampakkan diri walaupun tidak mengganggu penduduk tetapi macan tersebut membuat takut penduduk. Mengenai asal macan tersebut bukan berasal dari hutan atau tempat manapun, namun kemungkinan adalah macan jadi-jadian.³⁹

Hal ini diperkuat dengan penuturan oleh Lurah Makrus bahwa sekitar 10 tahun lalu dan tahun-tahun sebelumnya. Macan tersebut menampakkan diri di sekitar *sadranan* dukuh Kamogan yang sekarang didirikan SD Inpres. Dan menurut warga macan tersebut berwarna putih.

Sedangkan menurut Mbah Qosim seorang sesepuh Desa Kolomayan yang tinggal di dukuh Kamogan, Kolomayan adalah sebuah tempat untuk berkumpul. Nama Kolomayan dari dua kata yaitu *Kolo* dan *Mayan*. *Kolo* berarti ganggana, dalam hal ini macan. Dan *Mayan* berarti penggalan kata dari *semayanan*. Jadi, Kolomayan adalah tempat berkumpul orang *semayanan/janjian* untuk selanjutnya melakukan perjalanan.

³⁹Harmaji, (2019), *Desa Kolomayan dalam Lukisan Sejarah*. <https://books.google.co.id/books?id=KJriDwAAQBAJ&lpg=PT10&hl=id&pg=PT18#v=onepage&q&f=false>.

Dahulu sebelum tahun 1901 di wilayah bagian timur, yaitu sekitar daerah yang sekarang masuk dukuh Kolomayan masih berupa hutan lebat. Di dalam hutan tersebut banyak terdapat binatang buas yang mengancam orang yang melewati hutan itu serta berbagai macam cerita mistis yang mengiang di telinga penduduk. Di daerah tersebut terdapat jalan yang langsung membelah hutan tersebut menghubungkan wilayah barat (daerah Pikatan dan sekitarnya) dengan wilayah timur yang dikenal dengan sebutan *onderan* Srengat (Kecamatan Srengat).⁴⁰

Daerah timur menjadi tujuan karena pada masa tersebut wilayah Srengat merupakan sebuah pusat kegiatan ekonomi dan daerah pemerintahan termasuk Blitar. Karena jalan itu pusat satu-satunya, maka banyak penduduk yang takut untuk melewatinya seorang diri. Sebelum melewati jalan yang membelah hutan, mereka terlebih dahulu untuk berkumpul (Jw: semayanan) untuk menunggu teman yang lain untuk lewat di sebelah barat sungai kecil untuk menuju Srengat.

Penduduk tidak berani melewati hutan tersebut sendirian karena mereka khawatir dimangsa binatang buas harimau. Mereka harus berjalan berkelompok paling sedikit 3 sampai 4 orang melewati hutan tersebut. Setelah lama kegiatan itu dilakukan, maka lama kelamaan wilayah itu dinamakan Kolomayan.

⁴⁰Harmaji, (2019), *Desa Kolomayan dalam Lukisan Sejarah*. <https://books.google.co.id/books?id=KJriDwAAQBAJ&lpg=PT10&hl=id&pg=PT18#v=onepage&q&f=false>.

C. Penelitian Terdahulu

Berdasarkan penelusuran berbagai literatur yang ada, peneliti mendapatkan beberapa penelitian terdahulu yang membahas berbagai masalah mengenai persepsi masyarakat terhadap keberadaan perbankan syariah. hal ini dilakukan agar penelitian yang diteliti tidak memiliki banyak kesamaan dengan penelitian sebelumnya. Meskipun ada persamaan yang sifatnya mutlak. Dan penelitian terdahulu yang menjadi landasan pada penelitian ini meliputi:

Penelitian yang pernah dilakukan oleh Mawaddah Irham, M.E.I dan Tri Inda Fadhila Rahma, M.E.I (2019) dengan judul *Analisis Persepsi Dosen terhadap Perbankan Syariah (Studi Kasus Dosen Tamu Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam UIN Sumatera Utara)*. Metode yang digunakan adalah metode kualitatif. Data yang digunakan adalah data kuesioner dan wawancara. Keputusan informan dalam memilih bank syariah, sebesar 70% informan memilih menggunakan bank syariah baik untuk berinvestasi maupun bertransaksi, dan 30% informan yang tidak memilih menggunakan bank syariah.⁴¹

⁴¹ Mawaddah Irham, M.E.I dan Tri Inda Fadhila Rahma, M.E.I, *Analisis Persepsi Dosen Terhadap Perbankan Syariah (Studi Kasus Dosen Tamu Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam UIN Sumatera Utara)*, Jurnal (Sumatera Utara: UIN SU, 2019), hlm 78.

Berdasarkan penelitian yang telah diteliti oleh Mawaddah Irham, M.E.I dan Tri Inda Fadhila Rahma, M.E.I, persamaan penelitian terletak pada persepsi terhadap adanya bank syariah. Sedangkan perbedaannya pada responden, pada penelitian terdahulu yang dijadikan responden merupakan dosen tamu Prodi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sumatera Utara, dan penelitian ini respondennya adalah masyarakat desa Kolomayan-Wonodadi-Blitar.

Penelitian yang juga telah dilakukan oleh Karlina (2019) dengan judul *Analisis Persepsi Masyarakat Telaga Dewa Lima Kota Bengkulu Terhadap Bank Syariah* bertujuan untuk mengetahui analisis persepsi masyarakat Telaga Dewa Lima Kota Bengkulu terhadap bank syariah. Jenis penelitian lapangan dengan menggunakan pendekatan kualitatif, fakta dan data pelaksanaan. Masyarakat Telaga Dewa Lima Kota Bengkulu sudah mengetahui dan sudah paham bank syariah, akan tetapi masyarakat belum mau menjadi nasabah bank syariah karena, pertama ATM masih sangat terbatas sehingga masyarakat Telaga Dewa Lima susah dalam melakukan transaksi kedua karena pada saat ini pencairan gaji bulanan mereka di cairkan di bank konvensional.⁴²

Persamaan penelitian yang telah dilakukan oleh Karlina adalah sama untuk mengetahui persepsi masyarakat terhadap adanya Bank Syariah. Sedangkan perbedaan juga terdapat pada responden, pada penelitian terdahulu respondennya adalah masyarakat Telaga Dewa Lima

⁴² Karlina, *Analisis Persepsi Masyarakat Telaga Dewa Lima Kota Bengkulu Terhadap Bank Syariah*, (Bengkulu: IAIN Bengkulu, 2019), hlm. 68.

Kota Bengkulu dan penelitian saat ini respondennya adalah masyarakat desa Kolomayan-Wonodadi-Blitar.

Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Jumiati (2019) *Persepsi Petani Pada Perbankan Syariah Di Hulu Sungai Tengah Desa Pandawan Kalimantan Selatan* bertujuan untuk mengetahui persepsi petani terhadap perbankan syariah. Penelitian tersebut menggunakan metode penelitian kualitatif. Persepsi petani terhadap Perbankan Syariah beragam, sebagian petani mengetahui perbankan sebagai lembaga keuangan yang fungsinya untuk pendanaan dan penyaluran dana sesuai prinsip syariah, namun juga ada yang mengatakan perbankan syariah belum murni syariah.⁴³

Penelitian yang telah dilakukan Jumiati pada tahun 2019 juga memiliki persamaan berupa persepsi terhadap Bank Syariah. Untuk perbedaan juga terletak pada responden, pada penelitian terdahulu respondennya adalah petani di Hulu Sungai Tengah Desa Pandawan Kalimantan Selatan. Sedangkan pada penelitian ini respondennya masyarakat umum dari desa Kolomayan-Wonodadi-Blitar.

Penelitian lain juga telah dilakukan oleh Firdaun Nufus (2019) judul *Analisis Persepsi dan Perilaku Komunitas Madura Ampel terhadap Keberadaan Lembaga Keuangan Syariah*. Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kualitatif. Hasilnya berupa persepsi dari komunitas

⁴³ Jumiati, *Persepsi Petani Pada Perbankan Syariah Di Hulu Sungai Tengah Desa Pandawan Kalimantan Selatan*, (Palang Karaya: IAIN Palang Karaya, 2019), hlm 95.

Madura Ampel mayoritasnya paham dengan lembaga keuangan syariah dan menerima dengan baik kehadiran lembaga keuangan syariah.⁴⁴

Penelitian lain yang telah dilakukan oleh Firdaus Nufus juga membahas mengenai persepsi terhadap adanya Bank Syariah. Sedangkan perbedaan juga terdapat pada responden, pada penelitian terdahulu respondennya adalah Komunitas Madura Ampel yang ada di UIN Sunan Ampel. Dan untuk penelitian saat ini adalah masyarakat Desa Kolomayan-Wonodadi-Blitar.

Terdapat penelitian lain yang dilakukan oleh Herlina (2018) dengan judul *Persepsi Masyarakat Pesantren terhadap Bank Syariah (Studi pada Santriwati Pesantren Modern Datok Sulaiman Kota Palopo)*. Penulisan ini menggunakan metode Deskriptif Kualitatif. Para santri mempunyai persepsi yang kurang mengenai Bank Syariah, dan ada diantara mereka telah menggunakan jasa perbankan syariah yaitu dengan mempelajari produk-produk Bank Syariah melalui orang tua yang telah memiliki tabungan di Bank Syariah⁴⁵

Persamaan pada penelitian yang telah dilakukan oleh Herlina pada 2018 adalah mengenai persepsi dengan adanya Bank Syariah dimasyarakat. Perbedaan terletak pada responden juga, pada penelitian ini respondennya adalah masyarakat umum di Desa Kolomayan-Wonodadi-

⁴⁴ Firdaus Nufus, *Analisis Persepsi dan Perilaku Komunitas Madura Ampel terhadap Keberadaan Lembaga Keuangan Syariah*, (Surabaya: UIN Sunan Ampel, 2019), hlm. 80.

⁴⁵ Herlina, *Persepsi Masyarakat Pesantren terhadap Bank Syariah (Studi pada Santriwati Pesantren Modern Datok Sulaiman Kota Palopo)*, (Palopo: IAIN Palopo, 2018), hlm. 68.

Blitar, sedangkan pada penelitian terdahulu respondennya santriwati Pesantren Modern Datok Sulaiman Kota Palopo.

D. Kerangka Berpikir

Permasalahan yang dibahas dalam penelitian ini seperti yang di ungkapkan pada latar belakang penelitian berkaitan dengan persepsi masyarakat Desa Kolomayan terhadap Bank Syari'ah.

