

BAB II

KAJIAN TEORITIS

1. Persepsi

a. Definisi Persepsi.

Hampir seluruh kejadian yang terjadi di kehidupan sehari-hari saat saat ini penuh dengan suatu rangsangan. Yang mana rangsangan atau disebut juga dengan stimulus adalah sebuah unit input yang merangsang satu atau lebih dari pancaindra, yaitu: penglihatan, penciuman, rasa, sentuhan, dan pendengaran. Akan tetapi, seseorang tidak dapat menerima seluruh rangsangan yang ada di lingkungan mereka. Oleh karenanya, mereka menggunakan keterbukaan yang selektif untuk dapat menentukan mana saja rangsangan yang harus diperhatikan dan mana saja rangsangan yang harus diabaikan. Seperti misalnya saja, seorang konsumen yang diberi iklan lebih dari 100 iklan setiap harinya, akan tetapi konsumen hanya akan memperhatikan sekitar 11 atau 20 iklan saja. Persepsi merupakan suatu proses dimana sebuah rangsangan-rangsangan diseleksi, diorganisasikan, serta diinterpretasikan.⁶

Yang kemudian dari rangsangan tersebut nantinya akan diberi arti oleh individu, dan proses pemberian sebuah arti inilah yang disebut dengan persepsi. Selain berhubungan dengan hal yang

⁶ *Ibid.*

berbentuk fisik, persepsi juga berhubungan dengan lingkungan, dan juga dengan keadaan seseorang.

Para ahli juga memiliki definisi bermacam-macam mengenai persepsi, walaupun yang pada intinya juga memiliki makna yang sama. Mislanya saja, seperti yang telah dikemukakan oleh Winardi yang dikutip dalam sebuah buku karya Nugroho :

“Persepsi adalah suatu tindakan yang memungkinkan seseorang untuk mengatur suatu rangsangan yang sampai kepadanya lewat alat inderanya yang menghasilkan kemampuan itu untuk mengenal lingkungan pergaulan hidupnya.”⁷

Berdasarkan definisi diatas maka dapat disimpulkan bahwa persepsi timbul karena adanya sebuah rangsangan dari dalam diri seseorang ataupun dari lingkungannya. Persepsi bersifat subyektif karena seperti yang telah diketahui bahwa persepsi dari setiap orang pada suatu objek pasti berbeda-beda. Sebagai suatu proses, persepsi tidak berupaya guna mencari sesuatu hal yang cocok dan akurat, melainkan persepsi hanyalah berupa penafsiran berdasarkan dengan pernyataan yang telah disampaikan oleh Thoha (2014, hlm 142) bahwa :

“kunci buat mengetahui persepsi adalah terletak dalam suatu pengenalan atau sosialisasi bahwa persepsi itu merupakan suatu penafsiran yang unik terhadap situasi dan bukannya suatu pencatatan yang tepat terhadap situasi”.⁸

⁷Nugroho J Setiadi, *Perilaku Konsumen: Konsep dan Implikasi untuk Strategi dan Penelitian, Pemasaran*, (Jakarta: Prenada Media Group, 2013), hlm. 91.

⁸ Dudih Sutrisman, *Pendidikan Politik, Persepsi, Kepemimpinan, dan Mahasiswa*, (Guepedia Publisher), hlm. 76.

Persepsi menjadi suatu hal yang lumrah terjadi dalam tataran lingkungan masyarakat yang mana selalu mengalami sebuah dinamika.

b. Faktor Yang Mempengaruhi Persepsi.

Persepsi seseorang pada dasarnya dibentuk oleh tiga pasang pengaruh, yaitu: karakteristik dari stimuli, hubungan stimuli dengan sekelilingnya, serta kondisi-kondisi di dalam diri seseorang itu sendiri.

Terdapat beberapa faktor yang bisa mempengaruhi sebuah persepsi dari seseorang, yaitu :

- 1) Sikap, sikap seseorang dapat mempengaruhi positif atau negatifnya sebuah tanggapan yang mana nantinya akan diberikan oleh orang lain.
- 2) Motivasi, merupakan suatu hal yang nantinya dapat dijadikan sebagai alasan seseorang untuk mendasari suatu tindakan yang akan dan ataupun yang telah dilakukannya.
- 3) Minat, merupakan salah satu faktor yang juga dapat dipakai sebagai alasan untuk seseorang dalam memberikan penelitiannya terhadap sesuatu.
- 4) Pengalaman dimasa lalu, juga bisa berpengaruh terhadap persepsi seseorang karena pengalaman dimasa lalunya tersebut nantinya akan menarik suatu kesimpulan yang sama dengan apa yang sudah pernah dilihatnya atau didengarnya.

- 5) Harapan, sebuah harapan dapat berpengaruh terhadap persepsi seseorang pada saat sedang menentukan suatu keputusan.
- 6) Sasaran, dapat mempengaruhi penglihatan yang kemudian penglihatan tersebut nantinya akan mempengaruhi persepsi seseorang.
- 7) Situasi, atau sebuah keadaan yang sedang terjadi disekitar kita juga turut serta mempengaruhi sebuah persepsi.⁹

Stimuli atau stimulus itu sendiri adalah setiap bentuk fisik, visual, atau komunikasi secara verbal yang dapat mempengaruhi tanggapan individu.

Kita pastinya dapat merasakan bentuk, warna, suara, sentuhan, aroma, dan rasa dari suatu stimuli. Kemudian nantinya perilaku kita dipengaruhi oleh persepsi fisik ini. Oleh sebab itu, para pemasar harus bisa menyadari bahwa setiap manusia terbuka terhadap jumlah stimuli yang sangat banyak. Oleh karena itu, jika seorang pemasar ingin menarik perhatian konsumen, maka ia harus menyediakan sesuatu yang khusus sebagai stimuli. Satu hal yang harus diperhatikan oleh pemasar adalah bahwa persepsi secara substansial bisa sangat jauh berbeda dengan realitas.

Stimuli atau stimulus terdiri dari dua bentuk, yaitu stimuli pemasaran dan stimuli lingkungan atau sosial budaya.

- 1) Stimuli Pemasaran.

⁹ Imran dan Bambang Hendrawan, *Pengaruh Persepsi Masyarakat Batam Tentang Bank Syariah Terhadap Minat Menggunakan Produk Bank Syariah*, Vol. 1 No. 2, September 2017, hlm. 66.

Stimuli pemasaran adalah setiap komunikasi atau stimuli fisik yang telah didesain dengan tujuan untuk mempengaruhi konsumen. Yang mana komunikasi yang didesain untuk mempengaruhi konsumen adalah stimuli tambahan yang mempresentasikan suatu produk seperti misalnya dalam bentuk kata-kata, gambar, dan simbol atau bisa juga melalui stimuli lain yang diasosiasikan dengan produk seperti misalnya harga, toko tempat produk dijual, dan juga pengaruh sales. Suatu pemaparan yang tetap dari stimuli tambahan terhadap konsumen akan sangat penting dan sangat dibutuhkan untuk tetap ikut dalam persaingan pasar. Dikarenakan sebuah iklan yang ditayangkan secara kontinu bukanlah bertujuan untuk memperoleh keuntungan secara langsung, akan tetapi bertujuan untuk membujuk agar konsumen berminat dan bersedia untuk melakukan pembelian kembali. Begitu juga di dalam dunia perbankan, iklan yang dilakukan secara kontinu bertujuan untuk menarik minat nasabah agar bersedia melakukan transaksi melalui secara kontinu di bank tersebut. Oleh karenanya, penentu akhir dari tindakan konsumen dimasa yang akan datang adalah pengalaman dengan menggunakan produk.

Kunci utama yang dibutuhkan dalam komunikasi stimuli sekunder terhadap konsumen adalah pengembangan konsep dari sebuah produk. Yang mana konsep produk itu sendiri adalah

suatu himpunan manfaat produk yang dapat diarahkan pada suatu kebutuhan yang mana didefinisikan pada suatu kelompok tertentu melalui pesan, simbol, dan citra.

2) Stimuli Lingkungan atau Sosial dan Budaya.

Stimuli lingkungan adalah stimuli secara fisik yang didesain guna agar nantinya dapat memberikan pengaruh keadaan dari suatu lingkungan. Terdapat dua faktor kunci utama yang dapat menentukan stimuli akan dirasakan dan bagaimana stimuli itu dipersepsi, yaitu: karakteristik stimulus yang mempengaruhi persepsi, dan kemampuan konsumen untuk mendeteksi perbedaan.

Dimana dua faktor yang mempengaruhi itu nantinya akan berinteraksi dalam menentukan persepsi konsumen.

Karakteristik Stimulus yang Mempengaruhi Persepsi

Beberapa dari karakteristik iklan dan stimuli pemasaran lainnya nantinya akan membuat suatu pesan lebih dirasakan oleh konsumen seperti yang diharapkan oleh pemasar.

Karakteristik Konsumen yang Mempengaruhi Persepsi.

Persepsi seorang konsumen atas berbagai stimulus yang telah diterimanya juga dipengaruhi oleh karakteristik yang dimilikinya.

3) Proses Persepsi.

Proses persepsi terdiri dari:

- Seleksi Perseptual

Seleksi perseptual akan terjadi ketika konsumen menangkap dan memilih sebuah stimulus berdasarkan dengan *psikologikal set* yang dimiliki. Yang mana *psikologikal set* adalah berbagai macam informasi yang ada dalam memori ingatan konsumen. Sebelum terjadinya seleksi persepsi, stimulus haruslah terlebih dahulu mendapatkan perhatian dari konsumen.

Perhatian yang dilakukan oleh konsumen dapat terjadi secara sengaja maupun secara tidak sengaja. Dimana perhatian yang dilakukan secara sengaja disebut dengan *voluntary attention* yaitu terjadi ketika konsumen secara aktif mencari informasi yang mempunyai relevansi pribadi. Sedangkan persepsi selektif terjadi ketika konsumen melakukan *voluntary attention*. Yang mana ketika konsumen mempunyai keterlibatan yang tinggi terhadap suatu produk, maka pada saat itulah konsumen bisa disebut melakukan proses perhatian selektif. proses perhatian selektif terjadi karena dengan mempunyai keterlibatan yang tinggi terhadap suatu merk produk, berarti konsumen telah secara aktif mencari informasi mengenai produk itu dari berbagai sumber. Dan dengan demikian, maka perhatian selektif hanya terjadi pada produk-produk yang dibeli berdasarkan dengan keterlibatan yang tinggi.

Selain melakukan perhatian secara sengaja, sebenarnya konsumen juga melakukan perhatian tanpa disengaja. Yang mana perhatian yang tidak disengaja biasanya terjadi ketika konsumen dipaparkan kepada sesuatu yang menarik, mengejutkan, menantang, dan atau sesuatu yang sebelumnya tidak diperkirakan, yang tidak ada relevansinya dengan tujuan ataupun kepentingan konsumen.

Adapun tujuan dari pemasar mengiklankan produknya tak lain ialah guna mendapatkan perhatian dari konsumen. Tidak akan berarti apa-apa bagi sebuah perusahaan apabila iklan yang ditayangkan tidak mampu untuk menarik perhatian konsumen. Adapun faktor stimulus yang dirasa dapat mempengaruhi perhatian konsumen adalah ukuran dari iklan yang ditampilkan. Dimana iklan yang memiliki ukuran yang lebih besar dirasa akan lebih menarik perhatian konsumen dan sangat mudah dilihat oleh konsumen. Namun tak hanya ukuran saja yang perlu diperhatikan, akan tetapi tata letak gambar, huruf, serta ukuran tulisan dari iklan pun juga harus diperhatikan.

- Organisasi Persepsi.

Organisasi persepsi berarti bahwa konsumen mengelompokkan suatu informasi yang didapatnya dari berbagai sumber ke dalam pengertian yang menyeluruh

untuk memahami lebih baik dan bertindak atas pemahaman itu. Prinsip dasar dari organisasi persepsi adalah penyatuan yang berarti bahwa berbagai stimulus akan dirasakan sebagai suatu yang dikelompokkan secara menyeluruh.

4) Peran Ekspektasi Pada Persepsi.

Tak hanya informasi yang tersimpan dalam memori pikiran konsumen saja, akan tetapi apa yang diharapkan konsumen juga turut mempengaruhi bagaimana suatu stimulus diinterpretasikan. Persepsi yang timbul disebabkan oleh ekspektasi konsumen yaitu jika merk atau label diubah. Karena pastinya konsumen akan berfikir jika merk atau label suatu produk diubah, maka sesuatu yang ada didalamnya pun juga akan ikut diubah.

Pemahaman dari ekspektasi konsumen dampak menimbulkan dampak yang sangat penting bagi strategi harga. Karena secara umum, harga yang lebih tinggi kurang memiliki kemungkinan untuk dibeli oleh konsumen. Bagaimanapun juga, dalam beberapa kondisi konsumen juga memiliki ekspektasi atas hubungan harga dan kualitas.

2. Pelaku UMKM

a. Definisi Pelaku UMKM

Dalam Pasal 1 angka 3 UU Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen menentukan bahwa :

“Pelaku usaha adalah setiap orang perorangan atau badan usaha, baik yang berbentuk badan hukum maupun bukan badan hukum yang didirikan dan berkedudukan atau melakukan kegiatan dalam wilayah hukum negara Republik Indonesia, baik sendiri maupun bersama-sama melalui perjanjian menyelenggarakan kegiatan usaha dalam berbagai bidang ekonomi”.

Yang dimaksud pelaku usaha dalam pengertian tersebut adalah perusahaan, koperasi, BUMN, korporasi, importer, pedagang, distributor, dan lain sebagainya. Jadi dapat disimpulkan bahwa pelaku usaha mikro kecil menengah dapat diartikan para pelaku yang menjalankan usaha dalam kriteria mulai dari jenis skala usaha mikro (sangat minim sederhana), usaha kecil dan usaha skala menengah.

Berdasarkan *directive*, pengertian pelaku usaha adalah :

1. Pihak yang menghasilkan produk akhir yang berupa barang-barang manufaktur. Mereka bertanggung jawab atas semua kerugian yang timbul dari barang yang mereka edarkan ke masyarakat, termasuk apabila kerugian timbul karena cacatnya barang yang merupakan komponen dalam proses produksinya.
2. Produsen bahan mentah atau komponen suatu produk.
3. Siapa saja yang dengan membutuhkan nama, mereka ataupun tanda-tanda lain pada produk menampakan dirinya sebagai produsen dari suatu barang.¹⁰

¹⁰ Celine Tri Siwi Kristiyanti, *Hukum Perlindungan Konsumen*, (Jakarta: Sinar Grafika, 2008), hlm. 41.

b. Definisi UMKM

Dalam perekonomian Indonesia, UMKM merupakan suatu kelompok usaha yang memiliki jumlah paling besar serta terbukti tahan terhadap berbagai jenis guncangan krisis ekonomi yang sering muncul.¹¹ Seperti misalnya saja ketika badai krisis melanda Indonesia, usaha berskala kecil dan menengah justru yang relatif mampu bertahan dibandingkan dengan perusahaan besar. Karena kebanyakan usaha berskala kecil tidak terlalu bergantung kepada modal yang besar ataupun pinjaman dari luar dalam mata uang asing. Sehingga, ketika terjadi fluktuasi terhadap nilai tukar, perusahaan berskala besar yang secara umum selalu berurusan dengan mata uang asing adalah yang paling berpotensi mengalami imbas krisis tersebut.¹²

Untuk saat ini, UMKM merupakan potensi bisnis yang sangat digalakkan oleh pemerintah dikarenakan semakin banyaknya masyarakat yang berwirausaha maka akan semakin baik dan kukuh pula perekonomian dari suatu daerah karena sumber daya lokal, pekerja lokal, serta pembiayaan lokal dapat terserap dan bermanfaat secara optimal. Dapat dikatakan, bahwa saat ini, UMKM menjadi pelaku bisnis yang bergerak dalam berbagai macam bidang usaha yang menyentuh kepentingan masyarakat.¹³

¹¹ Apip Alansori dan Erna Listyaningsih, *Kontribusi UMKM Terhadap Kesejahteraan Masyarakat*, (Yogyakarta: CV ANDI OFFSET, 2020), hlm. 1.

¹² *Ibid*

¹³ *Ibid*

Salah satu tujuan dari UMKM adalah untuk menumbuh serta mengembangkan usaha dalam rangka guna membangun perekonomian nasional yang berdasarkan dengan demokrasi ekonomi yang berkeadilan. UMKM merupakan salah satu kegiatan usaha dalam membantu masyarakat untuk menambah lapangan pekerjaan, serta dapat membantu untuk mendukung pertumbuhan ekonomi, dan turut memiliki peran penting dalam mewujudkan kestabilan ekonomi nasional. Mengenai definisi UMKM itu sendiri, setiap instansi memiliki definisi UMKM yang berbeda-beda, akan tetapi yang menjadi acuan untuk definisi UMKM tetaplah pada UU No. 20 Tahun 2008. Sehingga dapat disimpulkan secara umum bahwa UMKM ialah sebuah usaha perdagangan yang dikelola oleh perorangan atau badan usaha sesuai dengan kriteria sebagai usaha mikro.¹⁴

c. Peran Strategis UMKM.

Peranan UMKM dalam perekonomian global saat ini sangat diharapkan untuk dapat terus meningkat. Adapun berbagai macam keunggulan yang dimiliki oleh UMKM yaitu UMKM bersifat fleksibel, adaptif, serta kemampuan menampung tenaga kerja dengan pendidikan yang beraneka ragam dan juga mampu untuk bertahan dalam keadaan berbagai situasi ekonomi termasuk pada saat kondisi

¹⁴ Sri Maryanti, *Manajemen Usaha Kecil*, (Yogyakarta: CV BUDI UTAMA, 2017), hlm. 22.

ekonomi negara dalam keadaan seang sulit.¹⁵ Akan tetapi dibalik keunggulan yang dimilikinya, UMKM juga memiliki berbagai macam keterbatasan diantaranya adalah keterbatasan sumber daya manusia, akses untuk informasi, dan anggaran, sehingga dirasa sangat tepat jika UMKM secara bersungguh-sungguh ikut serta dalam bidang ekonomi kreatif, dikarenakan ekonomi kreatif berbeda dengan bidang industri yang mana ekonomi kreatif modal yang paling utamanya adalah ide dan gagasan dan sedangkan bidang industri modal utamanya lebih cenderung membutuhkan anggaran dalam jumlah yang cukup besar. Tak hanya itu saja, disamping hal-hal tersebut terdapat juga kendala lain yakni adanya persaingan yang kurang sehat serta desakan ekonomi sehingga mengakibatkan ruang lingkup usaha menjadi terbatas. Namun demikian, dengan berbagai keterbatasan yang dialami tersebut UMKM diharapkan masih mampu untuk menjadi andalan perekonomian Indonesia.¹⁶

Di dalam konteks pengembangan ekonomi rakyat, sektor UMKM dapat dikatakan menjadi titik sentral di dalamnya. Berdasarkan dengan data Berita Statistik BPS dan Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil Menengah (2010), dari total tenaga kerja usaha besar dan usaha kecil pada tahun 2010 sebanyak 102,2 juta orang, sekitar 99,4 juta orang atau 97,22% berada pada sektor Usaha Mikro, Kecil dan Menengah atau biasa disebut dengan UMKM. Dari

¹⁵ Puji Hastuti dkk, *Kewirausahaan dan UMKM*, (Yayasan Kita Menulis, 2020), hlm. 156.

¹⁶ *Ibid.*

data ini, menunjukkan bahwa sektor UMKM memiliki kontribusi dalam penyerapan sebuah ketenagakerjaan.¹⁷

Untuk masalah kekurangan investasi yang saat ini menjadi kendala dalam sektor UMKM yang dihadapi oleh Indonesia, dapat dipecahkan dengan pola investasi yang padat tenaga kerja. Dari data empiris menunjukkan bahwa dengan investasi terbatas, unit usaha ekonomi rakyat dapat menciptakan lebih banyak unit usaha serta kesempatan kerja.¹⁸ Selain memberikan kontribusi kepada penyerapan ketenagakerjaan, sektor UMKM juga mempunyai peran yang sangat penting dalam perekonomian nasional. Dapat dilihat, bahwa selama tahun 2010, kontribusi UMKM sekitar 57% terhadap PDB. Kemudian, dengan banyaknya unit usaha yang dapat diciptakan dengan investasi terbatas di usaha kecil dapat mencerminkan juga banyaknya kesempatan kerja baru yang dapat diciptakannya apabila unit usaha tersebut didorong untuk tumbuh serta berkembang.¹⁹

Dari data diatas, dapat dilihat bahwa usaha kecil dan mikro menjadi salah satu sebuah elemen yang paling penting dalam membantu pengembangan ekonomi masyarakat. Fakta dari kinerja ini menunjukkan bahwa peran UMKM sebagai bagian terbesar dari seluruh unit usaha nasional yang merupakan wujud nyata kehidupan

¹⁷ Rachmawan Budiarto, *Pengembangan UMKM: Antara Konseptual dan Pengalaman Praktis*, (Yogyakarta: Univesitas Gadjah Mada University Press, 2015), hlm. 3.

¹⁸ *Ibid.*

¹⁹ *Ibid.*

ekonomi rakyat Indonesia. Dengan posisi yang seperti itu dapat menempatkan peran UMKM sebagai salah satu hal utama untuk pengembangan sistem ekonomi kerakyatan sebagai wujud bangunan ekonomi nasional.²⁰ Tak hanya itu saja, namun UMKM juga telah mampu membuktikan diri sebagai salah satu solusi pertumbuhan angkatan kerja baru di Indonesia yang sangat tinggi. Sifat-sifat intrinsik dari usahanya yang semi atau bahkan nonformal menyebabkan UMKM mampu untuk memberikan sebuah peluang usaha kalangan industri skala rumah tangga yang banyak ditemui pada setiap daerah. Perannya yang sangat signifikan dalam penyerapan ketenagakerjaan inilah yang menjadikan UMKM sangat efektif sebagai piranti untuk memperkuat stabilitas nasional.²¹

Kedudukan yang strategis tidak hanya tercermin pada jumlah UMKM yang besar. Akan tetapi, UMKM juga tidak pernah menimbulkan masalah serta memberikan beban yang berat kepada masyarakat dalam perekonomian nasional. UMKM juga telah membuktikan bahwa dirinya sebagai bentuk usaha yang dinamis, responsif, fleksibel, serta adaptif dalam merespon dinamika tantangan masalah eksternal.²² Beberapa sebab yang dapat membuat sektor usaha kecil dapat bertahan pada masa krisis diantaranya adalah karena sektor usaha kecil tidak terlalu bergantung pada bahan

²⁰ *Ibid.*

²¹ *Ibid.*

²² *Ibid.*

baku impor dalam proses produksinya serta sumber dana usaha kecil umumnya berasal dari dalam negeri yang mana tidak terlalu berpengaruh akan depresiasi rupiah. Tak hanya itu saja, melainkan kondisi tersebut juga tidak lepas dari karakteristik pelaku UMKM, yaitu:

- Fleksibel.

Yang dimaksud fleksibel yaitu dalam artian jika menghadapi hambatan dalam menjalankan usahanya akan mudah berpindah ke usaha yang lain.

- Permodalan.

Dalam hal permodalannya, tidak selalu tergantung pada modal dari luar, akan tetapi UMKM dapat berkembang dengan kekuatan modal sendiri.

- Pinjaman.

Dalam segi pinjaman, terutama bagi pengusaha kecil pada sektor tertentu seperti misalnya saja pedagang, sanggup untuk mengembalikan pinjaman dengan bunga yang cukup tinggi.

- Kini UMKM tersebar di seluruh Indonesia dengan kegiatan usaha di berbagai sektor, yang mana merupakan sarana dan distributor barang serta jasa dalam melayani kebutuhan dari masyarakat.²³

²³ *Ibid.*

Berbagai usaha kecil di Indonesia didominasi oleh unit-unit usaha tradisional yang mana pada salah satu sisinya dapat dibangun dan beroperasi hanya dengan modal kerja serta modal investasi kecil dan tanpa perlu menerapkan sistem organisasi dan modern yang kompleks dan mahal seperti pada usaha-usaha modern. Pada umumnya, usaha kecil membuat barang-barang konsumsi yang mana untuk memenuhi kebutuhan dari kelompok masyarakat yang berpenghasilan rendah.²⁴ Kriteria para pekerja yang ada pada sektor usaha kecil ini pun juga tidak menggunakan standart pekerjaan tertentu. Dari sebagian besar pengusaha dan pekerjanya yang ada di Indonesia pada umumnya merupakan masyarakat dari kelompok yang berpenghasilan rendah dan kebanyakan dari mereka masih menggunakan alat yang sederhana atau hasil dari buatan mereka sendiri. Sifat alamiah yang seperti inilah yang menyebabkan usaha kecil tidak terlalu bergantung kepada fasilitas-fasilitas pemerintah termasuk skim-skim kredit murah. Ketergantungan usaha kecil akan modal dan sumber-sumber daya informal justru jauh lebih besar daripada terhadap kredit perbankan karena berbagai alasan. Hal tersebutlah yang juga menjadi penyebab dari usaha kecil lebih kuat dalam menghadapi berbagai guncangan krisis ekonomi.²⁵

²⁴ *Ibid.*

²⁵ *Ibid.*

Dari seluruh paparan diatas, dapat dilihat bahwa sektor UMKM memiliki peranan yang sangat penting serta semakin penting di Indonesia. Peran tersebut sangat terlihat jelas dari berbagai macam aspek terlebih dari aspek peningkatan penyerapan tenaga kerja, pemerataan pendapatan, pertumbuhan ekonomi nasional, serta peningkatan ekspor nonmigas yang mana sebagai salah satu komponen besarnya. Dalam era ekonomi global saat ini yang mana dicirikan kuat oleh sifat dunia tanpa batas serta serba kompetisi, maka UMKM dituntut dan diharapkan untuk mampu melakukan berbagai macam perubahan yang mana untuk meningkatkan daya saingnya.²⁶

Peran strategis UMKM telah dibuktikan oleh pengalaman di berbagai penjuru negara, seperti misalnya negara Jepang, Cina, Korea, dan Thailand. Di negara-negara tersebut UMKM merupakan pelaku ekonomi yang dinamis, yang tumbuh menjadi bagian dan mendukung proses industrialisasi melalui keharmonisan sebuah hubungan sinergi antara UMKM dengan usaha-usaha besar. Yang mana koeksistensi ini akhirnya melahirkan efisiensi dan kemampuan daya saing di pasar global.²⁷ Dengan adanya peran strategis tersebutlah, sudah sepantasnya sektor UMKM ini menjadi prioritas dalam pembangunan nasional.

²⁶ *Ibid.*

²⁷ *Ibid.*

Menurut Ahmad Erani Yustika (2007: 182) pengembangan usaha kecil dan menengah menjadi relevan untuk dilakukan di Indonesia karena berbagai pertimbangan. *Pertama*, struktur usaha di Indonesia kini selama ini sebenarnya bertumpu pada keberadaan industri kecil dan menengah, namun, dengan kondisi yang memprihatinkan baik dari sisi nilai ataupun dari sisi nilai keuntungan yang diraih. Dengan memajukan kelas usaha tersebut, secara otomatis nantinya diharapkan dapat membangun kesejahteraan sebagian besar masyarakat. *Kedua*, sebagian dari sektor industri kecil dan menengah selama ini ternyata telah berorientasi ekspor sehingga sangat membantu pemerintah dalam mendapatkan devisa. Ini tentunya berbanding terbalik dengan industri besar yang mana justru mengeksploitasi pasar domestik guna penjualannya. *Ketiga*, sektor industri kecil dan menengah terbukti bahwa lebih fleksibel dalam berbagai macam kondisi perekonomian yang tidak menguntungkan. *Keempat*, sektor industri kecil dan menengah lebih banyak menggunakan bahan baku dari dalam negeri sehingga tidak membenani nilai impor seperti yang selama ini telah dipraktikkan oleh usaha-usaha besar.²⁸

Bersumber dari potensi yang bisa dikatakan cukup besar itulah, dukungan dan fasilitas untuk pengembangan sektor

²⁸ *Ibid.*

UMKM dirasa perlu untuk terus dilakukan agar keberadaan UmKM benar-benar mampu menjadi tumpuan dari perekonomian nasional. Kegagalan dalam mengembangkan perekonomian rakyat nantinya akan berakibat pada kegagalan mengembangkan ekonomi secara keseluruhan. Apabila pemerintah mampu untuk mendorong serta mengembangkan usaha kecil dan menengah ini, nantinya perekonomian nasional juga akan dapat bangkit dan berkembang.²⁹

Menurut departemen Koperasi Perekonomian Indonesia, Usaha UMKM memiliki beberapa peran penting, yaitu sebagai berikut:

1. Sebagai pemeran utama dalam berbagai macam kegiatan dan pemerataan ekonomi.

UMKM berperan sebagai sarana untuk dapat lebih pemeratakan tingkat perekonomian dari masyarakat kecil. Hal tersebut disebabkan karena keberadaan UMKM yang tersebar diberbagai macam lokasi dan tempat yang berbeda dengan lokasi dari perusahaan besar. Keberadaan UMKM dapat kita temukan hampir di 34 provinsi sehingga dirasa mampu untuk memperkecil jurang perbedaan tingkat ekonomi antara masyarakat miskin dengan masyarakat kaya.

²⁹ *Ibid.*

2. Sebagai penyedia lapangan pekerjaan yang cukup besar.

UMKM berperan penting dalam hal menciptakan kesempatan kerja. Hal ini disebabkan oleh tingginya jumlah angkatan kerja akibat dari besarnya umlah penduduk, serta keterbatasan usaha besar dalam menyerap para pencari kerja serta ketidakmampuan usaha besar dalam menciptakan kesempatan kerja. Terbukanya lapangan kerja pada sektor UMKM secara tidak langsung dirasa memberikan kesempatan bagi para tenaga kerja untuk mendapatkan pekerjaan. Hal ini dirasa sangat membantu pemerintah dalam usaha menekan jumlah angka pengangguran yang ada. Oleh karenanya, kehadiran UMKM dipercaya mampu untuk berkontribusi terhadap berbagai macam upaya untuk pengentasan kemiskinan melalui penciptaan lapangan kerja.

3. Peran usaha UMKM dalam kesejahteraan masyarakat.

Peran UMKM dalam membangun perekonomian negara khususnya dalam ekonomi masyarakat sekitar untuk pemenuhan kebutuhan sehari-hari terlebih dimasa yang akan datang nantinya dirasa sangat berdampak terhadap kegiatan ekonomi masyarakat dan pertumbuhan perekonomian di Indonesia. Kehadiran UMKM sendiri terbukti mampu bertahan dalam perekonomian di Indonesia dalam berbagai macam keadaan. Misalnya saja pada saat

terjadinya krisis moneter, UMKM justru mampu bertahan dibandingkan perusahaan besar. Hal ini disebabkan oleh sifat dan karakteristik kegiatan usaha UMKM yang tidak terlalu bergantung pada modal besar atau pinjaman dari luar dalam mata uang asing. Sehingga jika terjadi fluktuasi nilai tukar mata uang, perusahaan berskala besar yang mana kebanyakan menggunakan pinjaman dengan mata uang asing sangat berpotensi mengalami dampak krisis jika dibandingkan dengan usaha UMKM.

4. Penciptaan pasar baru dan sumber inovasi.

Keberlanjutan usaha pada UMKM dapat dilihat dari keberhasilan UMKM tersebut dalam melakukan berbagai macam inovasi terhadap produknya, pengelolaan karyawan dan pelanggan yang baik, serta pengembalian terhadap modal awalnya. Hal ini dapat menunjukkan bahwa UMKM memiliki orientasi untuk berkembang serta dapat melihat berbagai macam peluang sekaligus berinovasi secara berkesinambungan.

5. Sebagai salah satu sumber pemasukan devisa bagi negara.

Peran UMKM mampu memberikan devisa yang dirasa cukup besar bagi negara sebagai salah satu penerimaan bagi negara serta berkontribusi terhadap neraca pembayaran. Pada awal kehadiran UMKM berperan penting

dalam penciptaan kesempatan pekerjaan sekaligus sebagai alat penggerak utama dalam pembangunan ekonomi diberbagai daerah. Akan tetapi, dengan seiring berjalannya waktu dan memasuki era globalisasi seperti saat ini, keberadaan UMKM justru bergeser sekaligus berperan berperan sebagai salah satu sumber devisa ekspor non-migas Indonesia. Kontribusi UMKM terhadap neraca pembayaran juga berperan sebagai alat dalam pemeratakan pendapatan yang dirasa mampu untuk mengurangi kesenjangan kesejahteraan diantara berbagai golongan masyarakat. Sebagai wadah untuk berkumpulnya para wirausaha muda yang baru namun memiliki kemandirian serta tidak tergantung dengan komponen impor. Hal tersebut menghasilkan penghematan devisa yang cukup besar, karena didalam kegiatan usahanya UMKM cenderung lebih memanfaatkan bahan baku dan sumber daya lokal yang ditemukan dan tersedia di lingkungan usahanya.³⁰

Melihat dari manfaat serta peran UMKM diatas, maka pemerintah perlu untuk melakukan pengembangan UMKM dengan rapi, terencana, serta berkelanjutan sekaligus memiliki tujuan dalam meningkatkan produktivitas, daya saing, serta

³⁰ Dewi Suryani Purba dkk, *Manajemen Usaha Kecil dan Menengah*, (Yayasan Kita Menulis, 2021), hlm. 34.

kemampuan untuk menghadirkan para wirausahawan baru yang tangguh dan mampu untuk meningkatkan kesejahteraan rakyat Indonesia. Hal tersebut sebagai pembuktian bahwa kehadiran UMKM memiliki peranan yang dirasa sangat penting untuk memajukan pertumbuhan perekonomian suatu negara.

d. Kebutuhan Arah Pengembangan UMKM

Sektor UMKM dirasa memiliki potensi yang cukup besar untuk dikembangkan. Beberapa potensi besar dari sektor UMKM adalah :

- 1) Tidak begitu banyak memiliki ketergantungan pada faktor eksternal, misalnya saja gejala perekonomian dunia, seperti utang dalam valuta asing serta bahan baku impor dalam pelaksanaan kegiatannya.
- 2) Selang waktu untuk produksi UMKM relatif cukup singkat.
- 3) Keperluan modal untuk UMKM, khususnya untuk UMK bisa dibilang relatif kecil.
- 4) Sebagian besar dari usaha UMKM merupakan kegiatan padat karya serta mampu untuk mendayagunakan *skill* dan *semi skill workers*.
- 5) Untuk penciptaan lapangan kerja termasuk pada tingkat biaya modal yang rendah.
- 6) Kemampuan dalam *forward* dan *backward linkage* antara berbagai sektor.

- 7) Memiliki peluang yang besar didalamnya bagi pengembangan serta adaptasi dari berbagai teknologi.
- 8) Mengisi berbagai macam pasar yang tidak efisien bagi perusahaan besar.
- 9) Sebagai penopang eksistensi perusahaan yang berskala besar.³¹

Meskipun dirasa memiliki potensi yang cukup besar, akan tetapi UMKM dirasa belum sepenuhnya mampu untuk mengantisipasi tantangan usaha yang kini bergerak sangat dinamis. Kondisi tersebutlah yang membuat UMKM belum dapat berperan secara optimal sebagai tulang punggung perekonomian Indonesia. Masalah utama yang saat ini dihadapi oleh UMKM adalah masalah permodalan, pemasaran, bahan baku, teknologi, organisasi, serta manajemen. Diluar dari hal tersebut, masih sangat banyak pula tantangan yang lebih bersifat eksternal, misalnya saja belum cukup memadainya iklim kondusif untuk pengembangan UMKM. Sehingga hal tersebut menyebabkan UMKM belum mampu memerankan peran signifikan dalam ekspor nasional.³²

Tinjauan historis dari perkembangan kebijakan UMKM hingga saat ini menunjukkan bahwa sektor UMKM ini sering kali hanya sekedar menjadi suatu objek yang dimanfaatkan untuk mendukung kepentingan penguasa saja. Sebenarnya ada upaya untuk memberikan prioritas pengembangan UMKM, namun sayangnya

³¹ *Ibid.*

³² *Ibid.*

pemerintah justru terkesan kurang serius untuk berusaha mewujudkan hal tersebut.

Pada era demokrasi saat ini yang mana dilaksanakannya pemilihan secara langsung, sektor UMKM justru seringkali hanya dijadikan sebagai komoditas politik para politisi dan elite politik untuk merengkuh kekuasaan mereka. Ketidakkonsistenan kebijakan tersebut tercermin ketika munculnya berbagai macam kebijakan yang berorientasi pada pemberdayaan UMKM. Namun, seringkali pemerintah juga memunculkan berbagai macam kebijakan yang justru malah memiskinkan para pelaku UMKM.³³

Berkaitan dengan hal tersebut, diperlukan adanya arah pengembangan UMKM yang mana sehingga program-program pembangunan UMKM nantinya dapat lebih terarah. Untuk itu, sangat diperlukan strategi dan langkah nyata pengembangan UMKM yang komprehensif dan juga sinergis. Lebih jauh, dalam pengembangan UMKM diperlukannya penyatuan konsepsi dan langkah yang mana mampu melibatkan seluruh pemangku kepentingan yang diyakini berperan dalam mendorong laju pertumbuhan serta pengembangan UMKM.

Kebijakan untuk dasar pengembangan UMKM sekurang-kurangnya harus memuat beberapa aspek berikut :

³³ *Ibid.*

- 1) Pemberian preferensi kepada usaha kecil dan menengah dalam mengikuti semua tender-tender dalam pemerintah, ikut serta dalam semua bidang usaha dan pemilikan usaha besar serta perusahaan-perusahaan publik dan akses yang mudah kepada sumber-sumber pembiayaan dan perizinan usaha.
- 2) Pemerintah perlu untuk mendirikan lebih banyak lembaga-lembaga pembiayaan usaha kecil dan menengah untuk memperluas pelayanan dan dukungan pembiayaan kepada sektor UMKM.
- 3) Usaha kecil dan menengah dibina oleh negara dengan pembinaan yang proaktif dan edukatif melalui badan otonom yang khusus ditugaskan untuk itu.
- 4) Kebijakan pemerintah suku bunga rendah dilindungi oleh undang-undang yang semacam pembaruan terhadap Worker Ordonantie 1926 yang sudah pernah diterapkan di zaman penjajah Belanda, dimana ditetapkan suku bunga tertinggi yang dapat dibebankan kepada usaha kecil, menengah, dan besar adalah 6%.
- 5) Keterkaitan usaha kecil, menengah, dan besar dalam rangka persaingan yang sehat dan jujur diatur dengan undang-undang agar tercipta sinergi nasional dan efisien serta keterbukaan

dalam ekonomi nasional yang menghasilkan perusahaan-perusahaan yang tangguh untuk bersaing.³⁴

Berbagai macam keterkaitan antara usaha kecil, menengah dan besar ini dirasa akan mampu untuk mengangkat skala usaha yang rendah menjadi skala yang lebih besar. Hal tersebut nantinya akan memperkuat struktur serta daya tahan ekonomi nasional yang lebih kuat dan jangka panjang akan dapat menguntungkan berbagaimacam unit usaha tersebut baik dari skala kecil maupun skala besar.³⁵ Arah dari pengembangan UMKM akan mendorong untuk terwujudnya revitalisasi ekonomi yang diharapkan dapat lebih berpihak pada ekonomi rakyat. Dimana pada hakikatnya, revitalisasi adalah gerakan bersama antara pemerintah dan rakyat. UMKM dengan sifat-sifat serta potensi intrinsiknya merupakan elemen vital sistem ekonomi yang benar-benar dapat untuk mewujudkan kesejahteraan rakyat.

e. Kelebihan dan Kelemahan UMKM.

Dengan ukurannya yang bisa dikatakan masih kecil serta tentunya dengan fleksibilitas yang tinggi, UMKM pastinya memiliki berbagai macam kelebihan, terlebih dari segi pembentukan dan operasionalnya. UMKM memiliki kontribusi yang cukup besar bagi bergulirnya roda ekonomi pada suatu negara, bukan hanya karena UMKM adalah suatu benih yang memampukan tumbuhnya bisnis

³⁴ *Ibid.*

³⁵ *Ibid.*

besar, akan tetapi juga karena UMKM menyediakan layanan tertentu bagi masyarakat yang mana bagi bisnis besar dinilai kurang efisien untuk secara biaya. Berikut ini ada beberapa kelebihan yang dimiliki oleh UMKM antara lain:

1) *Fleksibilitas operasional.*

Biasanya UMKM dikelola oleh tim kecil yang mana dari masing-masing anggotanya memiliki wewenang untuk menentukan sebuah keputusan. Hal inilah yang membuat UMKM lebih fleksibel dalam operasionalnya. UMKM memiliki kecepatan reaksi yang tinggi terhadap segala macam perubahan, sehingga UMKM ini lebih kompetitif.

2) Kecepatan Inovasi.

Dengan tidak adanya kontrol dalam UMKM, produk-produk dan ide-ide baru dapat dirancang, digarap, dan diluncurkan dengan cepat. Meskipun biasanya ide itu berasal dari pemikiran karyawan, akan tetapi kedekatan yang terjalin diantara mereka membuat gagasan tersebut cenderung lebih mudah didengar, diterima, serta dieksekusi.

1. Struktur biaya rendah.

Kebanyakan dari UMKM tidak memiliki ruang kerja yang khusus seperti di kompleks-kompleks perkantoran. Sebagian besar dijalankan di rumah dengan anggota keluarga sendiri sebagai pekerjanya. Hal inilah yang dapat mengurangi

biaya ekstra (*overhead*) dalam operasionalnya. Terlebih lagi, UMKM juga menerima sokongan dari pemerintah, organisasi non-pemerintah, serta bank. Misalnya saja kemudiahandalam bentuk pajak, donasi, maupun hibah. Faktor ini dirasa memiliki pengaruh yang cukup besar bagi pembiayaan dalam pembentukan dan operasional mereka.

2. Kemampuan fokus disektor yang spesifik.

UMKM tidak wajib untuk memperoleh kuantitas penjualan dalam jumlah besar untuk mencapai titik balik dari modal mereka. Faktor ini dapat memampukan mereka untuk lebih fokus pada sektor produk ata pasar yang lebih spesifik. Misalnya saja, bisnis kerajinan rumahan dapat fokus untuk menggarap satu jenis dan model kerajinan tertentu dan cukup untuk melayani permintaan konsumen tertentu untuk bisa mencapai terget laba. Berbeda lagi dengan industri kerajinan skala besar yang diharuskan membayar biaya sewa gedung dan gaji sejumlah besar karyawan sehingga harus selalu mampu menjual sekian kontainer kerajinan untuk bisa menutup biaya operasional perbulannya.³⁶

Dari beberapa kelebihan UMKM tersebut, dapat dijadikan sumber untuk motivasi dan selalu dipertahankan oleh para pengelola UMKM.

³⁶ Nuramalia Hasanah dkk, *Mudah Memahami Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM)*, (Ponorogo: Uwais Inspirasi Indonesia), hlm. 22.

Disamping memiliki kelebihan, UMKM juga memiliki beberapa kekurangan yang mana membuat pengelolaannya mengalami kesulitan dalam menjalankan tugasnya. Beberapa permasalahan tersebut antara lain:

1) Sempitnya waktu untuk melengkapi kebutuhan.

Dikarenakan sedikitnya jumlah pengambil keputusan dalam UMKM, mereka kerap harus terpaksa untuk pontang-panting berusaha untuk memenuhi kebutuhan pokok bisnisnya, yaitu: produksi, sales, dan *marketing*. Hal tersebut dapat mengakibatkan tekanan jadwal yang cukup besar, yang akhirnya membuat mereka tidak dapat fokus untuk menyelesaikan permasalahan satu persatu. Tekanan semacam inilah yang dapat muncul secara tiba-tiba ketika bisnis mereka memperoleh orderan masuk dalam jumlah yang cukup besar, ataupun beberapa orderan yang masuk dalam waktu yang bersamaan. Terlebih lagi, jika suatu ketika ada lembaga bisnis besar yang merasa terancam dan mulai melancarkan serangan yang tidak fair demi untuk menyingkirkan saingannya.

2) Kontrol ketat atas anggaran dan pembiayaan.

UMKM pada umumnya memiliki anggaran yang kecil yang mengakibatkan ia kerap kali dipaksakan untuk membagi-bagi dana untuk membiayai berbagai kebutuhan seefisien mungkin. Ketidakmampuan untuk mengumpulkan modal yang

lebih besar juga memaksa UMKM untuk menjalankan kebijakan penghematan secara ketat, terlebih untuk mencegah kekurangan pembiayaan operasional sekecil apapun. Kekurangan untuk pembiayaan operasional yang tidak dicegah dapat mengakibatkan kebangkrutan, dikarenakan kapasitas UMKM untuk membayar hutang biasanya hampir tidak ada.

3) Kurangnya tenaga ahli.

Biasanya UMKM tidak mampu untuk membayar jasa tenaga ahli untuk dapat menyelesaikan pekerjaan tertentu. Hal tersebut merupakan salah satu kelemahan paling serius yang dimiliki oleh UMKM. Terlebih lagi jika dibandingkan dengan bisnis yang berskala besar yang mana mampu mempekerjakan banyak tenaga ahli. Kualitas produk dari barang maupun jasa dapat dihasilkan tanpa adanya tenaga ahli sangat mungkin berada dibawah standart tertentu. Sehingga menyebabkan kemampuan persaingan bisnis skala kecil ini di pasar yang luas akan sangat kecil.³⁷

Selain dari kelemahan diatas, UMKM juga menghadapi dua permasalahan yang utama yaitu masalah finansial dan masalah non-finansial. Untuk masalah finansial yang terjadi antara lain:

- 1) Kurangnya kesesuaian yang terjadi antara dana yang tersedia yang dapat diakses oleh UMKM.

³⁷ *Ibid.*

- 2) Tidak adanya pendekatan yang sistematis dalam pendanaan UMKM.
- 3) Biaya transaksi yang tinggi, yang mana disebabkan oleh prosedur kredit yang dirasa cukup rumit sehingga menyebabkan menyita cukup banyak waktu sementara jumlah kredit yang dikucurkan kecil.
- 4) Kurangnya akses ke sumber dana yang formal, baik karena disebabkan oleh ketiadaan lembaga bank di pelosok maupun tidak tersedianya berbagai informasi yang cukup memadai.
- 5) Bunga dari kredit maupun investasi modal kerja yang dirasa cukup tinggi.
- 6) Banyak UMKM yang belum *bankable*, baik disebabkan karena belum adanya manajemen keuangan yang transparan maupun kurangnya kemampuan manajerial dan finansial.³⁸

Dan sedangkan untuk permasalahan non-finansial yang dihadapi UMKM biasanya adalah:

- 1) Kurangnya pengetahuan atas teknologi produksi dan *quality control* yang mana disebabkan oleh minimnya kesempatan untuk bisa mengikuti perkembangan teknologi serta kurangnya pendidikan dan pelatihan.
- 2) Kurangnya pengetahuan tentang pemasaran, yang biasanya disebabkan oleh terbatasnya sebuah informasi yang dapat

³⁸ *Ibid.*

dijangkau oleh para pelaku UMKM mengenai pasar, selain karena keterbatasan kemampuan UMKM untuk menyediakan produk atau jasa yang sesuai dengan keinginan pasar.

- 3) Keterbatasan sumber daya manusia serta kurangnya sumber daya untuk mengembangkan sumber daya manusia.
- 4) Kurangnya berbagai pemahaman mengenai keuangan serta akuntansi.
- 5) Industri pendukung yang lemah.
- 6) Belum banyak UMKM yang memanfaatkan sistem *cluster* dalam bisnisnya.
- 7) Kurangnya berbagai macam informasi mengenai pasar ekspor yang dapat dimanfaatkan oleh pelaku UMKM.
- 8) Kurangnya lembaga yang dapat membantu untuk mengembangkan ekspor.
- 9) Sulitnya mendapatkan sumber dana untuk ekspor.
- 10) Pengurusan dokumen yang diperlukan untuk ekspor yang birokratis.
- 11) Pelaksanaan dari peraturan dan undang-undang yang berkaitan dengan UMKM, termasuk masalah perpajakan yang dirasa belum memadai.
- 12) Masih kurangnya kesesuaian antara fasilitas yang disediakan oleh pemerintah dengan kebutuhan UMKM.

13) Kurangnya *linkage* antar UMKM itu sendiri dengan industri yang lebih besar.³⁹

3. Perbankan Syariah

a. Awal Kelahiran Sistem Perbankan Syariah.

Kehadiran bank dengan konsep syariah terbilang masih baru yaitu pada awal tahun 1990-an. Akan tetapi, diskusi mengenai bank syariah sebagai ekonomi yang berbasis Islam sebenarnya sudah dibicarakan sejak tahun 1980. Lahirnya bank syariah yang pertama kali di Indonesia merupakan suatu hasil dari kerja tim perbankan MUI dengan dibentuknya PT. Bank Muamalat Indonesia, yang mana akta dari pendirian PT. BMI tersebut telah ditanda tangani tanggal 01 November 1991.

Selain PT. BMI, di era sekarang ini sudah mulai banyak pula bank syariah dibawah pemerintah seperti salah satunya Bank Mandiri Syariah. Setelah itu banyak juga pihak-pihak dari bank konvensional yang pada akhirnya turut mendirikan cabang-cabang dengan mengusung konsep syariah, seperti Bank BNI, Bank Bukopin, Bank BRI, dan masih banyak yang lainnya.⁴⁰

Tujuan yang utama dari pendirian lembaga keuangan syariah ini tak lain adalah sebagai upaya bagi kaum muslim untuk lebih mendasari

³⁹ *Ibid.*

⁴⁰ Kasmir, *Dasar-Dasar Perbankan*, (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2008).

seluruh aspek kehidupan ekonominya dengan berlandaskan pada Al-Qur'an dan As-Sunnah.⁴¹

b. Pengertian Bank Syariah

Pengertian perbankan syariah tercantum dalam UU Perbankan Syariah No. 21 Tahun 2008 yang menyatakan bahwa perbankan syariah adalah segala sesuatu yang menyangkut mengenai bank syariah dan unit usaha syariah, mencakup sebuah kelembagaan, suatu kegiatan usaha, dan juga mencakup cara serta proses dalam pelaksanaan kegiatan usahanya. Bank syariah adalah bank yang mana dalam menjalankan kegiatan usahanya berdasarkan pada prinsip syariah dan menurut jenisnya terdiri dari bank umum syariah (BUS), unit usaha syariah (UUS), serta bank pembiayaan rakyat syariah (BPRS).⁴² Bank syariah merupakan sebuah lembaga keuangan yang memiliki fungsi sebagai penghubung bagi pihak yang memiliki kelebihan dana dengan pihak yang membutuhkan dana untuk suatu kegiatan usaha dan juga kegiatan lainnya yang berdasarkan dengan hukum Islam.⁴³

c. Perbedaan bank syariah dengan bank konvensional

Terdapat beberapa perbedaan antara bank syariah dengan bank konvensional antara lain:

1) Investasi.

⁴¹ Muhammad Syafi'i Antonio, *Bank Syariah Dari Teori ke Praktik*, (Jakarta: Gema Insani Press, 2001), hlm. 18.

⁴² Ismail, *Perbankan Syariah*, (Jakarta: Prenadamedia Group, 2011), hlm. 26.

⁴³ Zainuddin Ali, *Hukum Perbankan Syariah*, (Jakarta, 2008), hlm. 1.

Dalam kegiatan penyaluran dananya kepada perusahaan yang nantinya akan menggunakan dana, bank syariah sangat berhati-hati dalam memilih perusahaan karena bank syariah hanya diperbolehkan menyalurkan dananya ke dalam investasi yang dinilai halal, baik dalam perusahaan produksi barang maupun perusahaan penyedia jasa.

Namun sebaliknya, dalam bank konvensional dalam kegiatan penyaluran dana tidak mempertimbangkan jenis investasinya, yang mana dalam kegiatan penyaluran dananya yang diperhatikan hanyalah perusahaan yang dapat memberikan keuntungan meskipun menurut syariah Islam tergolong dalam produk yang tidak halal, baik perusahaan produksi barang maupun perusahaan penyedia jasa.⁴⁴

2) Return.

Dalam operasionalnya, dalam proses memberikan *return* atau pengembalian dana yang dilakukan oleh bank syariah kepada investor pada dasarnya dihitung dengan menggunakan sistem bagi hasil, yang mana nantinya dirasa adil bagi kedua belah pihak. Dari sisi penghimpunan dana dari pihak ketiga, apabila nantinya pendapat yang diperoleh bank syariah besar, maka investor juga turut akan mendapatkan bagi hasil yang besar, namun sebaliknya apabila apabila hasil yang diperoleh

⁴⁴ Ismail, *Perbankan Syariah*, (Jakarta: Prenadamedia Group, 2011), hlm. 27.

bank syariah kecil maka bagi hasil yang didapatkan oleh investor pun juga akan kecil. Sedangkan jika dalam sisi pembiayaan yang dilakukan, jika mana nasabah nantinya mendapatkan keuntungan besar maka bagi hasil yang didapatkan bank syariahpun nantinya juga akan besar, namun sebaliknya apabila jika nantinya hasil yang didapatkan oleh investor kecil maka sudah pasti nantinya bagi hasil yang didapatkan oleh bank syariah juga kecil. Return yang diberikan dan atau yang diterima oleh bank syariah sangat tergantung pada hasil usaha yang telah dilaksanakan oleh mitra usaha baik bank maupun nasabah.

Sebaliknya, didalam operasionalnya, *return* atau pengembalian dana baik yang diberikan oleh bank konvensional maupun yang nantinya akan diterima oleh bank konvensional dihitung berdasarkan dengan sistem bunga. Perhitungan bunga tersebut dihitung dengan cara mengalikan antara persentase bunga dengan pokok pinjaman atau pokok penempatan dana, sehingga nantinya hasil yang didapat akan tetap.⁴⁵

3) Perjanjian.

Perjanjian yang telah dibentuk antara bank syariah dengan nasabah, baik nasabah investor maupun pengguna dana sinkron dengan kesepakatan yang berdasarkan pada prinsip syariah. Dalam perjanjian sudah dicurahkan mengenai bentuk

⁴⁵ *Ibid.*

pengembalian dana yang akan diterapkan sesuai dengan akad yang telah diperjanjikan. Yang mana perjanjian tersebut memakai akad yang pastinya sesuai dengan sistem syariah. Namun sebaliknya, perjanjian yang dilakukan antara bank konvensional dengan nasabahnya adalah dengan memakai dasar hukum yang positif.⁴⁶

4) Orientasi.

Orientasi bank syariah dalam memberikan pembiayaannya adalah *falah* dan *profit oriented*. Bank syariah dalam melakukan pembiayaan semata-mata tak hanya dari laba yang telah diperoleh atas pembiayaan yang telah diberikannya, namun juga mempertimbangkan kemakmuran masyarakat. Aspek sosial kemasyarakatan sebagai sebuah pertimbangan untuk bank syariah dalam penyaluran dananya kepada pihak pengguna dana. Sebaliknya, bank konvensional akan menyerahkan kredit pada nasabah jika bisnis nasabah tersebut dianggap menguntungkan.⁴⁷

5) Dewan Pengawas.

Dewan pengawas bank syariah mencakup beberapa pihak antara lain : Komisaris, Bank Indonesia, Bapepam, dan Dewan Pengawas Syariah. Dewan Pengawas Syariah bertugas untuk mengawasi jalannya operasional bank syariah agar

⁴⁶ *Ibid.*

⁴⁷ *Ibid.*

nantinya tidak terjadi penyelewengan atas produk dan jasa yang ditawarkan bank syariah sesuai dengan produk dan jasa yang sudah disahkan Dewan Pengawas Syariah melalui Fatwa DSN. Selain dewan Pengawas Syariah, didalam bank syariah juga terdapat Dewan Syariah Nasional atau DSN yang bertugas buat meneliti produk dan jasa bank syariah yang nantinya akan diluncurkan dan memperkenalkan fatwa tentang produk dan jasa bank syariah.⁴⁸

Sedangkan dalam bank konvensional tidak memiliki dewan pengawas khusus. Akan tetapi, seluruh kegiatan dan transaksi yang dilakukan oleh bank konvensional harus berdasarkan dengan hukum-hukum yang dikeluarkan oleh pemerintah.

6) Penyelesaian Sengketa.

Persoalan yang ada pada bank syariah nantinya akan diselesaikan menggunakan tindakan musyawarah. Akan tetapi jika musyawarah tak bisa menuntaskan persoalan tersebut, maka persoalan antara bank syariah dengan nasabah akan diselesaikan di pengadilan pada lingkungan peradilan agama. Sedangkan bank konvensional akan menuntaskan sengketa yang muncul dengan tindakan negoisasi. Akan tetapi, jika dirasa tindakan

⁴⁸ *Ibid.*

negosiasi tersebut tidak bisa dilaksanakan, maka solusinya adalah dengan melalui pengadilan negeri setempat.⁴⁹

d. Prinsip-Prinsip Bank Syariah.

Dalam pelaksanaannya, bank syariah sudah pasti menerapkan prinsip-prinsip berdasarkan dengan ajaran agama Islam, yang tentu berpedoman pada Al-Qur'an dan Al-Hadist. Prinsip-prinsip tersebut diantaranya :

1) Melarang adanya bunga (riba).

Seperti yang sudah kita ketahui bahwa bunga dilarang keras dalam agama Islam. Islam jelas-jelas melarang kaum muslim untuk memberi maupun menerima bunga. Didalam agama Islam mengizinkan satu jenis pinjaman, yaitu *Qardhul Hasan* yang mana pihak yang meminjam dana tidak diberikan bunga tambahan dari jumlah pinjamannya.

2) Jumlah pembagian yang seimbang.

Bank menyajikan suatu dana untuk membantu dalam hal modal para wirausaha dengan berbagai macam resiko secara dil.

3) Larangan adanya unsur *gharar*.

Didalam penerapannya, Islam melarang dilakukannya penimbunan dan juga malarang sebuah

⁴⁹ *Ibid.*

transaksi yang mengandung *gharar* atau ketidakpastian. Jadi, transaksi yang dilakukan harus bebas dari unsur ketidakpastian dan spekulasi.⁵⁰

e. Produk-Produk Bank Syariah.

Produk – produk yang terdapat di bank syariah diklasifikasikan menurut 4 macam jenis perjanjian yang dikenal pada agama Islam. Dalam perbankan syariah, setiap produk yang dimunculkan didasarkan pada prinsip titipan, jual-beli, sewa-menyewa, dan akad yang sifatnya sosial. Keempat konsep tersebut merupakan akad yang bila dijalankan sesuai berdasarkan dengan syarat rukunnya maka akan menghasilkan transaksi yang bebas dari *riba*, *maysir*, dan *gharar*. Dibawah ini adalah beberapa produk keuangan dalam perbankan syariah diantaranya :

1) Produk Penghimpunan Dana.

Jenis-jenis produk perbankan syariah yang ditawarkan pada bidang penghimpunan dana menurut masyarakat hampir sama dengan produk *funding* yang terdapat pada bank konvensional. Seperti nama produk yang ditawarkan oleh kedua lembaga perbankan tadi sama-sama bernama giro, tabungan, dan deposito. Akan tetapi perbedaannya yaitu menurut segi prinsip dan akad yang dipakai sehingga jenis laba yang diberikan pada

⁵⁰ Veithzal Rivai dan Arviyan Arifin, *Islamic Banking*, (Jakarta, 2009), hlm. 34-35.

masyarakat pun juga berbeda. Adapun berbagai jenis produk *funding* yang ada pada bank syariah diantaranya :

a) Giro Syariah.

Giro adalah simpanan dalam bank yang mana dalam penarikannya bisa dilakukan setiap waktu dengan menggunakan cek, bilyet giro, dan atau sarana perintah lainnya atau menggunakan pemindah bukuan. Giro syariah merupakan giro yang dijalankan menurut dengan prinsip-prinsip syariah. Dalam hal ini Dewan Syariah Nasional sudah mengeluarkan fatwa yang menyatakan bahwa giro yang dibenarkan secara syariah merupakan giro yang dalam pelaksanaannya menurut dengan prinsip *wadiah* dan *mudharabah*.

- Giro *wadiah* memakai akad *wadiah yaddhamanah* dimana bank boleh mamakai dana nasabah yang terhimpun buat tujuan untuk mencari laba pada aktivitas yang berjangka pendek untuk memenuhi kebutuhan likuiditas bank, selama dana tadi tidak ditarik.
- Giro *mudharabah*, yang dimaksud dengan *giro mudharabah* merupakan giro yang dijalankan dari prinsip mudharabah. Prinsip *mudharabah* memilik 2 bentuk, yakni *mudharabah mutlaqah* dan *mudharabah*

muqayyadah. Perbedaan dari kedua bentuk *mudharabah* tersebut terletak pada terdapat atau tidaknya persyaratan yang diberikan pemilik dana pada bank yang mengelola dananya. Baik menurut sisi waktu, lokasi, juga objek investasinya.

b) Tabungan Syariah.

Adapun yang dimaksud dengan tabungan syariah merupakan tabungan yang dijalankan dari prinsip-prinsip syariah. dalam hal ini, Dewan Syariah Nasional sudah mengeluarkan fatwa yang menyatakan bahwa tabungan yang diberikan merupakan tabungan yang dari prinsip *wadiah* dan *mudharabah*.

- Tabungan *Wadiah*.

Tabungan *Wadiah* merupakan produk bank syariah yang berupa simpanan dari nasabah pada bentuk rekening tabungan buat keamanan dan pemakaiannya, misalnya giro *wadiah*, namun tak sefleksibel giro *wadiah*, lantaran nasabah tak bisa menarik dananya dengan menggunakan cek.

- Tabungan *Mudharabah*.

Tabungan *mudharabah* adalah salah satu produk *funding* oleh bank syariah yang memakai akad *mudharabah mutlaqah*. Pada tabungan *mudharabah*,

bank syariah juga bertindak menjadi pengelola dana dan sedangkan nasabahnya bertindak menjadi pemilik dana.

2) Deposito Syariah.

Deposito syariah adalah dana nasabah yang terdapat dalam bank yang dalam penarikannya bisa dilakukan pada saat jatuh tempo atau jangka waktu yang telah ditentukan. Adapun yang dimaksud dengan deposito syariah merupakan deposito yang dijalankan menurut prinsip syariah. Dalam hal ini, Dewan Syariah Nasional MUI sudah mengeluarkan fatwa yang menyatakan bahwa deposito yang dibenarkan merupakan deposito yang menurut prinsip *mudharabah*.

3) Produk Penyaluran Dana Kepada Masyarakat (*Financing*).

Produk pembiayaan dalam perbankan syariah menurut prinsip jual beli, prinsip ini adalah suatu sistem yang menerapkan tata cara jual beli, yang mana nantinya bank akan membeli barang yang diharapkan oleh nasabah tersebut terlebih dahulu dan atau mengangkat nasabah untuk menjadi agen bank dan kemudian melakukan pembelian dengan atas nama bank. Kemudian nantinya bank akan menjual barang tadi pada nasabah menggunakan harga sejumlah harga beli dan ditambah keuntungannya.

- a) Pembiayaan *Murabahah* atau akad jual beli barang dengan memberitahukan harga perolehan dan laba yang disepakati

bank syariah dan nasabah. Harga yang disepakati merupakan harga jual dan sedangkan harga utama wajib diberitahukan pada nasabah.

- b) Pembiayaan *Salam*. *Salam* merupakan akad jual beli barang pesanan dengan melakukan pembayaran di muka berdasarkan dengan kondisi tertentu, atau jual beli sebuah barang untuk diantar dengan melakukan pembayaran di awal. *Salam* pun juga didefinisikan menjadi akad jual beli barang pesanan antara pembeli (*muslam*) dan penjual (*muslamilaih*) menggunakan pembiayaan diawal dan pengiriman barang oleh penjual dibelakang.
 - c) Pembiayaan *Istishna'*. *Istishna'* merupakan akad jual beli antara pembeli dengan produsen yang mana produsen juga bertindak sebagai penjual. Cara pembayarannya bisa berupa pembayaran diawal, cicilan, atau ditangguhkan hingga jangka waktu tertentu. Barang pesanan wajib diketahui karakteristiknya secara generik yang meliputi: jenis, spesifikasi teknis, kualitas dan juga kuantitasnya.
- 4) Produk pembiayaan perbankan syariah dari prinsip pinjam meminjam yang bersifat sosial.
- a) *Qardh*. *Qardh* merupakan pemberian harta pada orang lain yang bisa ditagih atau diminta balik atau istilah lainnya yaitu meminjamkan tanpa mengharapkan imbalan. Produk

ini dipakai untuk membantu bisnis kecil dan juga keperluan sosial. Dana *qardh* diperoleh menurut dana zakat, infaq, dan shadaqah.

- 5) Produk pembiayaan perbankan syariah dari prinsip sewa menyewa atau *ijarah*.

Prinsip sewa menyewa pada dasarnya merupakan pemindahan hak guna atas barang atau jasa, melalui pembayaran upah sewa, tanpa diikuti dengan pemindahan hak kepemilikan atas barang itu sendiri. *Ijarah* terbagi atas dua macam yaitu :

- a) Pembiayaan *Ijarah* adalah akad sewa menyewa antara bank syariah sebagai pemilik objek sewa dengan nasabah sebagai penyewa untuk menerima imbalan jasa atas objek sewa yang disewakannya.
 - b) Pembiayaan *Ijarah Muntahia Bittamlik* (IMBT) adalah akad sewa menyewa antara bank syariah yang mana sebagai pemilik objek sewa dengan nasabah yang mana sebagai penyewa untuk menerima imbalan jasa atas objek sewa yang disewakannya menggunakan opsi pemindahan hak milik objek sewa pada saat tertentu menggunakan akad yang telah disepakati di awal.
- 6) Produk Pelayanan Jasa (*Fee Based Income Product*).

Prinsip ini mencakup semua layanan non-pembiayaan yang diberikan oleh bank. Bentuk produk yang menurut prinsip *wakalah*, *kafalah*, *sharf*, *hawalah* dan *rahn* ini antara lain :

- a) *Wakalah*, yaitu nasabah memberi kuasa pada bank guna mewakili dirinya untuk melakukan pekerjaan jasa tertentu, misalnya transfer.
- b) *Kafalah*, yaitu jaminan yang diberikan oleh bank syariah yang mana sebagai penanggung pada pihak ketiga guna memenuhi kewajiban nasabah yang mana sebagai pihak kedua atau pihak yang ditanggung. Contoh produknya misalnya garansi bank.
- c) *Sharf*, adalah jual beli atau pertukaran mata uang. Asalnya mata uang hanya emas dan perak, yang mana uang emas disebut dengan dinar dan sedangkan uang perak disebut dengan dirham. Kedua uang tadi disebut dengan mata uang intrinsik.
- d) *Hawalah*, adalah pengalihan hutang dari orang yang berhutang kepada orang lain yang harus menanggungnya.
- e) *Rahn*, merupakan menahan salah satu harta milik si peminjam menjadi agunan atas pinjaman yang telah diterimanya. Barang yang ditahan tadi pastinya mempunyai suatu nilai ekonomis.⁵¹

⁵¹ Nofinawati, "Akad dan Produk Perbankan Syariah", FITRAH, Vol. 8, No. 2, 2014

f) Fungsi dan Peran Perbankan Syariah.

Fungsi dan peran perbankan syariah seperti yang telah ditetapkan didalam pembukuan standart akuntansi yang telah dikeluarkan oleh AAOIFI (*Accounting and Auditing Organization for Islamic Financial Institution*), ialah :

1. Sebagai Manajer Investasi, yang mana bank syariah dapat mengelola investasi dana dari nasabah.
2. Sebagai Investor, yang mana bank syariah dapat menginvestasikan dana yang telah dimilikinya maupun dana dari nasabah yang telah dipercayakan untuk dikelola oleh bank syariah..
3. Sebagai Penyedia Jasa Keuangan dan Lalu Lintas Pembayaran, dimana bank syariah bisa melakukan berbagai macam kegiatan jasa-jasa layanan perbankan yang sebagaimana mestinya.
4. Pelaksanaan Kegiatan Sosial, sebagai ciri yang melekat pada sesuatu keuangan syariah, bank Islam memiliki kewajiban untuk mengeluarkan dan juga mengelola baik menghimpun, mengadministrasikan, maupun mendistribusikan zakat serta dana-dana sosial lainnya⁵².

g) Tujuan Perbankan Syariah.

⁵² Buku Saku Perbankan Syariah Kementerian Agama Republik Indonesia Direktur Jenderal Bimbingan Masyarakat Islam Direktorat Urusan Agama Islam Dan Pembinaan Syariah Tahun 2013.

Sama halnya seperti bank konvensional, perbankan syariah pun juga memiliki beberapa tujuan dalam pelaksanaan operasionalnya yaitu sebagai berikut :

1. Bertujuan untuk membantu mengarahkan kegiatan ekonomi umat Islam untuk ber-*muamalat* secara Islam, yang mana khususnya ber-*muamalat* dalam hal yang berkaitan dengan perbankan agar nantinya sebisa mungkin dapat terhindar dari berbagai jenis praktek-praktek riba ataupun segala jenis usaha atau perdagangan lain yang mengandung unsur tipuan atau yang dalam dunia perbankan syariah disebut dengan *gharar*, yang mana tentu saja jenis-jenis usaha tersebut selain dilarang dalam Islam, melainkan juga telah menimbulkan dampak yang negatif terhadap kehidupan ekonomi rakyat.
2. Untuk menciptakan suatu keadilan dalam bidang ekonomi yaitu dengan cara meratakan pendapatan melalui sebuah kegiatan investasi, agar nantinya tidak terjadi kesenjangan yang besar diantara pemilik modal dengan pihak yang membutuhkan dana.
3. Untuk membantu meningkatkan kualitas hidup umat dengan cara menciptakan peluang-peluang usaha yang lebih besar terutama pada kelompok miskin yang nantinya akan

diarahkan pada kegiatan usaha yang lebih produktif untuk menuju tercipta serta tercapainya kemandirian dalam usaha.

4. Untuk membantu menanggulangi masalah kemiskinan yang masih terjadi hingga saat ini, yang mana pada umumnya hal tersebut merupakan suatu program utama dari berbagai negara yang sedang berkembang. Dimana upaya perbankan syariah di dalam menanggulangi masalah kemiskinan ini yaitu dengan upaya pembinaan nasabah yang lebih seperti misalnya diadakannya program pembinaan pedagang perantara, pembinaan konsumen, program pengembangan modal kerja, dan juga program pengembangan usaha bersama.
5. Untuk menjaga kestabilan ekonomi dan moneter. Dimana dengan adanya aktivitas bank syariah diharapkan nantinya mampu menghindari pemanasan ekonomi yang terjadi akibat adanya inflasi, menghindari suatu persaingan yang tidak sehat antara lembaga keuangan.
6. Untuk menyelamatkan ketergantungan umat Islam terhadap bank konvensional.⁵³

h) Tinjauan Kelembagaan Perbankan Syariah di Indonesia.

Dilihat dari segi kelembagaannya, perbankan syariah mulai didirikan pada tahun 1991 dengan nama Bank Muamalah

⁵³ *Ibid.*

Indonesia atau BMI. Dan kemudian disusul-lah dengan dibentuknya Bank Syariah Mandiri yang mana merupakan sebuah konversi dari Bank Susila Bakti. Yang mana kedua bank tersebut merupakan bank yang dalam pelaksanaan operasionalnya berdasarkan dengan syariah.

Sebagai sebuah lembaga keuangan, bank merupakan suatu badan hukum sehingga padanya oleh hukum dianggap sebagai pendukung hak serta kewajiban atau sebagai subyek hukum. Apabila ditinjau dari aspek hukum perusahaan, maka dapat dilihat bahwa konstruksi hukum dari sebuah bank baik konvensional maupun syariah dapat berupa :

1. Perseroan Terbatas (PT).

Definisi Perseroan Terbatas adalah suatu badan hukum yang didirikan berdasarkan perjanjian, melakukan kegiatan usaha dengan sebuah modal yang besar yang mana seluruhnya terbagi dalam saham serta telah memenuhi persyaratan yang telah ditetapkan di dalam undang-undang nomor 1 Tahun 1995. Adapun contoh bank yang berbadan hukum PT adalah PT. Bank BNI Tbk, PT. bMI, PT. BRI, dan masih banyak lagi.

2. Koperasi.

Bank yang berbentuk badan hukum koperasi dimiliki oleh seluruh anggota koperasi yang mana dalam

kegiatan usahanya ditujukan untuk mensejahterakan seluruh anggotanya dan serta mensejahterakan masyarakat pada umumnya. Oleh karena itu, sama seperti halnya dengan Perseroan Terbatas (PT), bank yang berbadan hukum koperasi selain tunduk kepada Undang-Undang Perbankan juga tunduk kepada Undang-Undang Perkoperasian yaitu Undang-Undang Nomor 25 Tahun 1992 yang mengatur tentang Perkoperasian. Contoh dari bank hukum yang berbadan koperasi salah satunya adalah Bank Umum Koperasi Indonesia atau BUKOPIN.

3. Perusahaan Daerah.

Perusahaan Daerah adalah suatu badan usaha yang dibentuk oleh daerah otonom yang mana diharapkan mampu mengembangkan perekonomian daerah otonom tersebut serta diharapkan mampu menambah penghasilan daerah tersebut. Tak hanya tunduk pada Undang-Undang Perbankan, melainkan Bank yang berbadan hukum Perusahaan Daerah juga tunduk pada Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1962 yang mengatur tentang Perusahaan Daerah.

Berdasarkan dengan peraturan Undang – Undang Nomor 10 tahun 1998, bank syariah dibedakan menjadi dua macam, yaitu bank umum syariah dan bank perkreditan

rakyat syariah. adapula kegiatan dari bank umum yang secara garis besar dibedakan menjadi tiga macam, yaitu :

a. Konvensional Murni.

Kegiatan usaha secara konvensional murni dalam usahanya untuk mencari keuntungan berasal dari selisih bunga simpanan dengan bunga pinjaman (*interest based income*) dan juga kegiatan usaha yang lainnya dalam bidang jasa yang dalam bentuk *fee (fee based income)*. Biasanya, bank yang menjalankan kegiatan usaha secara konvensional menjanjikan imbalan dengan tingkat suku bunga tetap terhadap uang yang disetor.

b. Syariah.

Kegiatan usaha yang dijalankan secara syariah yaitu dengan menerapkan prinsip-prinsip syariah ke dalam operasional kegiatan usaha yang dilakukannya. Prinsip bunga yang mana secara jelas dan tegas telah dilarang dalam agama Islam tersebut digantikan dengan prinsip titipan (*al-wadiah*), jual beli (*al-ba'i*), sewa-menyewa (*ijarah*), bagi hasil (*qardh*), dan juga prinsip jasa bank.

c. *Islamic Window*.

Islamic Window atau yang biasa lebih dikenal dengan Unit Usaha Syariah merupakan salah satu kegiatan usaha Bank Umum yang selain menjalankan usaha secara konvensional tetapi juga membuka Unit Usaha Syariah (UUS).

Adapun cara untuk Bank Umum yang telah membuka UUS nantinya dapat membuka kantor cabang syariah yaitu :

- 1) Membuka Kantor Cabang Syariah yang baru.
- 2) Mengubah kegiatan usaha Kantor Cabang menjadi Kantor Cabang Syariah.
- 3) Meningkatkan status Kantor di bawah Kantor Cabang menjadi Kantor Cabang Syariah.
- 4) Mengubah kegiatan usaha Kantor Cabang yang pada sebelumnya telah membuka Unit Syariah menjadi Kantor Cabang Syariah.
- 5) Meningkatkan status Kantor Cabang Pembantu yang mana sebelumnya telah membuka Unit Syariah kemudian menjadi Kantor Cabang Syariah.
- 6) Membuka Kantor Cabang Syariah baru yang berasal dari Unit Syariah dari Kantor Cabang dan

serta Kantor Cabang Pembantu dimana Unit Syariah sebelumnya berada.

Tidak hanya Bank Umum, melainkan BPR juga turut diperbolehkan dalam menjalankan kegiatan usaha berdasarkan prinsip syariah, yang kemudian disebut sebagai Bank Perkreditan Rakyat Syariah (BPRS). Meskipun telah diperbolehkan untuk menjalankan kegiatan usaha berdasarkan prinsip syariah, namun BPR tidak diperbolehkan untuk menjalankan sistem konvensional dan syariah yang dilakukan secara bersamaan. Maka, BPR hanya boleh memilih salah satu dari dua pilihan sistem perbankan yang diperbolehkan tersebut, sehingga BPR menganut sistem perbankan *one window*.

Baik Bank Umum maupun BPR yang telah menjalankan prinsip syariah haruslah mencantumkan kata “syariah” secara jelas sesudah kata bank pada penulisan namanya. Jika pada Bank Umum, BPR, serta unit usaha dari Bank Konvensional diperbolehkan untuk merubah kegiatan usahanya menjadi bank yang berdasarkan dengan prinsip syariah, lain halnya dengan Bank Umum Syariah, BPRS, dan Unit Usaha Syariah yang terbentuk dari sebuah Bank Konvensional berlaku ketentuan yang mana tidak

diperbolehkan untuk melakukan kegiatan-kegiatan usaha perbankan secara konvensional dan juga mengubah kegiatan usahanya menjadi Bank Konvensional.

Yang kemudian nantinya akan muncul berbagai pertanyaan mengenai bagaimana perbedaan dari segi kelembagaan antara bank konvensional dengan bank syariah. Mengenai hal tersebut, dapat dikaji dari struktur organisasi yang ada dari bank syariah itu sendiri.

Jika dilihat secara organisatoris, perbedaan utama antara bank syariah dengan bank konvensional terletak pada lembaga pengawas bank, baik dari pengawasan yang bersifat internal bank maupun pengawasan yang bersifat eksternal. Dari segi internal bank, pada bank syariah terdapat dua lembaga pengawas yaitu Komisaris dan Dewan Pengawas Syariah. Dan sedangkan dari segi eksternal suatu bank syariah juga akan diawasi oleh dua badan lembaga, yaitu Bank Indonesia dan Dewan Syariah Nasional.

Berbeda dengan bank syariah, pada bank konvensional lembaga pengawas yang ada hanyalah Komisaris dari segi internal dan Bank Indonesia dari segi eksternal. Kedua dari lembaga ini mengawasi praktik perbankan yang dilakukan dari segi ketaatan bank

terhadap perundang-undangan dalam bidang perbankan. Sedangkan dalam bank syariah lembaga pengawas mengawasi ketaatan bank dalam melaksanakan prinsip-prinsip syariah pada setiap produk-produknya.

Dengan hal demikian, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa pada bank syariah lebih menjalankan prinsip kehati-hatian yang dikenal di dunia perbankan asalkan setiap lembaga pengawas yang mengawasi yang ada dapat menjalankan fungsi pengawasannya dengan sebaik-baiknya.

A. Kajian Penelitian Terdahulu

Pada kajian penelitian terdahulu memiliki tujuan untuk memperoleh suatu bahan perbandingan dan acuan. Selain itu, untuk menghindari adanya anggapan kesamaan dengan penelitian ini. Oleh sebab itu, peneliti mencantumkan beberapa hasil-hasil penelitian terdahulu sebagai berikut :

1. Hasil Penelitian Lucky Nugroho dan Dewi Tamala (2018)

Penelitian ini berjudul *Persepsi Pengusaha UMKM Terhadap Peran Bank Syariah*. Metode yang digunakan untuk penelitian adalah kualitatif yang didukung oleh data primer. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui persepsi pengusaha UMKM terhadap bank syariah dalam mendukung kegiatan usaha mereka. Kesimpulan dari hasil penelitian ini yaitu terdapat 18 UMKM yang menjadi nasabah bank syariah. Ada pula sebab dari mereka yang tidak menggunakan jasa bank

syariah dikarenakan berbagai faktor yaitu 37% pelaku UMKM kesulitan mencari lokasi bank syariah, 28% kurangnya promosi dari bank syariah kepada pelaku UMKM, 22% pelaku UMKM tidak paham produk dari perbankan syariah dan 12% produk perbankan syariah kurang variatif⁵⁴.

Perbedaan dari penelitian yang dilakukan oleh Lucky Nugroho dan Dewi Tamala dengan penelitian ini adalah dari lokasi penelitian dan metode penelitian yang digunakan untuk mendapatkan data. Lokasi penelitian Lucky Nugroho dan Dewi Tamala yaitu di Pasar Malam Akbar Kemayoran Kota Jakarta Pusat dan sedangkan lokasi pada penelitian ini adalah di Desa Sumberpucung Kota Malang. Kemudian metode penelitian yang digunakan oleh Lucky Nugroho dan Dewi Tamala adalah dengan menggunakan metode kualitatif dengan menyebarkan kuisioner yang diisi oleh UMKM, dan sedangkan dalam penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan cara wawancara dengan pelaku UMKM. Adapun persamaan penelitian yang dilakukan oleh Lucky Nugroho dan Dewi Tamala dengan penelitian ini adalah pada objek penelitian yang sama-sama mengambil objek para pelaku UMKM, kemudian pada fokus penelitiannya pun sama-sama meneliti mengenai persepsi pelaku UMKM tentang perbankan syariah dalam mendukung kegiatan usaha yang mereka jalankan. Serta kesimpulan yang didapatkan pun sama, yaitu penyebab utama masyarakat belum mengenal bank syariah adalah dari segi lokasi dan informasi yang diperoleh.

⁵⁴ Lucky Nugroho dan Dewi Tamala, *“Persepsi Pengusaha UMKM Terhadap Peran Perbankan Syariah”*, Sistem Informasi, Keuangan, Auditing, dan Perpajakan, Vol. 3 No. 1, 2018.

2. Hasil penelitian Fitri Mayasari (2010).

Penelitian ini berjudul *Persepsi Nasabah Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Perbankan Syariah Terhadap Bentuk-Bentuk Pembinaan Nasabah*. Metode yang digunakan untuk penelitian adalah deskriptif. Tujuan dilakukannya penelitian ini adalah guna mendapatkan suatu bukti empiris tentang seperti apa persepsi nasabah usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) perbankan syariah terhadap bentuk-bentuk pembinaan nasabah yang telah dilakukan oleh PT. Bank Muamalat Indonesia Cabang Solo. Adapun kesimpulan dari hasil penelitian ini adalah BMT sebagai nasabah UMKM memberikan persepsi yang bisa dibilang baik terhadap pembinaan yang telah dilakukan oleh PT. Bank Muamalat Indonesia. Tanggapan tersebut memberikan sebuah arti bahwa upaya yang telah dilakukan PT. Bank Muamalat Indonesia dalam rangka sebagai pengembangan kualitas yang mana untuk menumbuhkan kemampuan nasabah yang bermuara pada arah yang lebih baik melalui kegiatan pembinaan berjalan dengan baik.⁵⁵

Perbedaan dari kedua penelitian ini adalah terletak pada lokasi penelitian, dimana penelitian ini dilakukan di Desa Sumberpucung dan sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Fitri Mayasari dilakukan di PT. Bank Muamalat Indonesia Cabang Solo. Dalam pengambilan sampel pada penelitian yang dilakukan oleh Fitri Mayasari menggunakan *convenience sampling* yang dilakukan dengan menyebar kuisioner, dan sedangkan

⁵⁵ Fitri Mayasari, Skripsi: *Persepsi Nasabah Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Perbankan Syariah Terhadap Bentuk-Bentuk Pembinaan Nasabah*, (Surakarta: Universitas Sebelas Maret Surakarta, 2010), hlm. ii.

dalam penelitian ini dengan cara *field research* dengan wawancara bersama narasumber. Persamaan dari kedua penelitian ini adalah sama-sama meneliti mengenai persepsi pelaku UMKM tentang perbankan syariah.

3. Hasil Penelitian Abdul Hadi Sirat (2010).

Penelitian *Persepsi Masyarakat Terhadap Perbankan Syariah di Kota Makassar*. Metode analisis yang digunakan dalam penelitian adalah dengan menggunakan analisis statistik deskriptif. Kesimpulan dari hasil penelitian ini adalah tingkat pengetahuan dari responden tentang bank syariah di kota Makassar terbilang cukup baik. Sebagian besar dari masyarakat telah mengetahui tentang bank syariah melalui media elektronik, media massa, dan juga dari rekan kerja. Secara umum, masyarakat juga tertarik untuk menjadi nasabah bank syariah karena dilaksanakan berdasarkan dengan prinsip syariat Islam. Sebagian besar dari responden menyatakan bahwa manfaat yang bisa diperoleh melalui bank syariah adalah terhindar dari praktik riba, lebih aman, lebih terjamin, dan juga ada rasa kebanggaan tersendiri sebagai umat Islam, serta memiliki keunggulan kompetitif dalam perspektif Islam.⁵⁶

Perbedaan dari kedua penelitian ini adalah dari metode analisis data yang digunakan, yang mana pada penelitian yang dilakukan oleh Abdul Hadi Sirat menggunakan metode analisis data statistik deskriptif dan sedangkan dalam penelitian ini menggunakan metode analisis data

⁵⁶ Abdul Hadi Sirat, *Persepsi Masyarakat Terhadap Perbankan Syariah di Kota Makassar*, Jurnal Al-Qalam, Vol. 16 No. 26, 2010.

kualitatif dengan model interaktif. Serta hasil penelitian dari Abdul Hadi Sirat menunjukkan bahwa responden cukup mengetahui tentang perbankan syariah dengan cukup baik, dan sedangkan pada penelitian ini hampir seluruh responden justru mengaku sama sekali tidak mengetahui apa itu perbankan syariah. Persamaan dari kedua penelitian ini adalah memiliki faktor penyebab utama yang sama, yaitu masih rendahnya tingkat pengetahuan masyarakat tentang bank syariah. Serta fokus penelitiannya pun sama-sama untuk mengetahui tentang persepsi masyarakat terhadap bank syariah serta keberadaan bank syariah.

4. Hasil Penelitian Maria Ulva (2018).

Penelitian ini berjudul *Pemahaman Masyarakat Tentang Perbankan Syariah*. Metode yang dilakukan untuk penelitian adalah dengan menggunakan metode deskriptif kualitatif. Adapun tujuan dari dilakukannya penelitian ini adalah guna mengetahui bagaimana pemahaman masyarakat tentang perbankan syariah di Kampung Adi Jaya Kecamatan Terbanggi Besar Kabupaten Lampung Tengah. Kesimpulan dari hasil penelitian ini adalah pemahaman dari masyarakat tentang bank syariah di Kampung Adi Jaya hanya sekedar tahu adanya bank syariah akan tetapi tidak paham tentang bank syariah dan bahkan ada juga yang sama sekali tidak tahu mengenai bank syariah. Sebagian besar dari masyarakat tidak mengetahui produk dan jasa apa saja yang ada di bank syariah. Kurangnya pemahaman dari masyarakat tersebut dikarenakan minimnya sebuah informasi yang diperoleh dari pihak bank syariah

maupun media-media seperti televisi, media cetak , dan juga media sosial yang menyebabkan masyarakat tidak mengetahui apa itu bank syariah serta juga tidak mengetahui produk apa saja yang ada di bank syariah.⁵⁷

Perbedaan dari kedua penelitian ini adalah objek penelitiannya. Objek penelitian yang dilakukan oleh Maria Ulva adalah seluruh lapisan masyarakat, dan sedangkan objek penelitian ini adalah hanya masyarakat pelaku UMKM. Lokasinya pun berbeda, untuk penelitian yang dilakukan oleh Maria Ulva berlokasi di Kampung Adi Jaya Kecamatan Terbanggi Besar Kabupaten Lampung Tengah, dan sedangkan lokasi penelitian ini adalah di Desa Sumberpucung Kota Malang. Persamaan dari kedua penelitian ini adalah jenis penelitian sama-sama menggunakan jenis penelitian lapangan atau *field research*, serta metode penelitiannya pun sama-sama menggunakan metode deskriptif kualitatif. Metode pengumpulan datanya pun juga sama-sama dengan menggunakan metode wawancara. Dan hasil penelitian yang telah dilakukan oleh Maria Ulva di Kampung Adi Jaya sama dengan hasil penelitian ini, yaitu pemahaman masyarakat masih minim, hanya sekedar tahu perbankan syariah namun tidak faham betul apa itu perbankan syariah.

5. Hasil Penelitian Nandanisasi Anjarkasih (2019).

Penelitian berjudul *Persepsi dan Pengetahuan Pelaku UMKM Terhadap Minat Transaksi di Bank Syariah*. Penelitian ini menggunakan

⁵⁷ Maria Ulva, Skripsi: *Pemahaman Masyarakat Tentang Perbankan Syariah*, (Metro: IAIN Metro, 2018), hlm. v

metode penelitian deskriptif kualitatif. Adapun tujuan dilakukannya penelitian ini adalah guna mengetahui seperti apa persepsi pelaku UMKM di Kecamatan Ponorogo terhadap minat bertransaksi di bank syariah, untuk mengetahui faktor yang mendasari pelaku UMKM di Kecamatan Ponorogo dalam melakukan transaksi di bank syariah. Kesimpulan dari hasil penelitian ini adalah dengan berbagai macam produk bank yang ada di bank syariah yang dirasa berkembang cukup baik nyatanya belum mampu untuk mempengaruhi minat keseluruhan para pelaku UMKM di Kecamatan Ponorogo. Pelaku UMKM sebagian besar lebih memilih untuk melakukan transaksi di bank konvensional dengan berbagai macam alasan, dan sedangkan persepsi yang timbul dalam diri masing-masing pelaku UMKM terhadap bank syariah baik, akan tetapi tidak berpengaruh sama sekali terhadap minat mereka melakukan transaksi di bank syariah, bank syariah sendiri memiliki standarisasi dalam melakukan kegiatan kerjasama dengan pelaku UMKM yang ada di kecamatan Ponorogo.⁵⁸

Perbedaan dari kedua penelitian ini terletak pada lokasi penelitian. Dimana lokasi penelitian yang dilakukan oleh Nandanisasi Anjarkasih berada di Kecamatan Ponorogo dan sedangkan lokasi pada penelitian ini berada di Desa Sumberpucung Kota Malang. Persamaan dari kedua penelitian ini yaitu pada metode penelitian serta teknik pengumpulan data yang digunakan, sama-sama menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif serta menggunakan teknik pengumpulan data dengan cara

⁵⁸ Nandanisasi Anjarkasih, Skripsi: *Persepsi dan Pengetahuan Pelaku UMKM Terhadap Minat Transaksi di Bank Syariah*, (Ponorogo: IAIN Ponorogo, 2019). hlm. i.

wawancara. Objek dari kedua penelitian adalah pelaku UMKM. Dan juga fokus permasalahan yang diteliti oleh kedua penelitian ini sama, yaitu untuk mengetahui persepsi pelaku UMKM tentang bank syariah. Hasil penelitian dari kedua penelitian ini sama-sama menunjukkan bahwa hingga saat ini masyarakat masih lebih memilih untuk menggunakan jasa bank konvensional daripada bank syariah dikarenakan mereka masih belum cukup mengenal bank syariah sehingga membuat mereka berfikir dua kali untuk bertransaksi di bank syariah.

6. Hasil Penelitian Tri Suparmi (2018).

Penelitian ini berjudul *Pengetahuan Masyarakat Tentang Bank Syariah Studi Kasus Pada Masyarakat Kecamatan Ngemplak Kabupaten Boyolali*. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan metode kualitatif. Adapun tujuan dilakukannya penelitian ini adalah untuk mengetahui seperti apa pengetahuan masyarakat tentang perbankan syariah, dan juga alasan masyarakat dalam memilih lembaga keuangan. Kesimpulan dari hasil penelitian ini adalah pengetahuan masyarakat tentang bank syariah rendah, mereka baru sekedar mengetahui. Hasil wawancara menunjukkan bahwa tingkat suku bunga, prosedur, dan gaya hidup menjadi alasan masyarakat dalam memilih dan menggunakan lembaga keuangan. Rendahnya pengetahuan masyarakat dikarenakan

kurangnya sosialisasi dan juga edukasi tentang bank syariah. Masyarakat memiliki peran penting dalam perkembangan market share bank syariah.⁵⁹

Perbedaan dari kedua penelitian ini adalah terletak pada lokasinya, dimana penelitian yang dilakukan oleh Tri Suparmi berlokasi di Kecamatan Ngemplak Kabupaten Boyolali dan sedangkan untuk penelitian ini berlokasi di Desa Sumberpucung. Objek penelitiannya pun berbeda. Untuk penelitian yang dilakukan oleh Tri Suparmi objek penelitiannya adalah seluruh kalangan masyarakat Kecamatan Ngemplak Kabupaten Boyolali, dan sedangkan objek pada penelitian ini adalah masyarakat pelaku UMKM di Desa Sumberpucung. Persamaan dari kedua penelitian ini ada pada teknik pengumpulan datanya, yaitu dengan menggunakan metode survei dan wawancara. Serta hasil penelitian dari kedua penelitian ini sama, yaitu pengetahuan masyarakat tentang bank syariah masih rendah dikarenakan kurangnya pengetahuan dari sosialisasi dan edukasi tentang bank syariah masih rendah.

7. Hasil Penelitian Imran dan Bambang Hendrawan (2017).

Penelitian ini berjudul *Pengaruh Persepsi Masyarakat Batam Tentang Bank Syariah Terhadap Minat Menggunakan Produk Bank Syariah*. Metode penelitian yang digunakan penelitian ini adalah menggunakan model analisis linier berganda dengan uji hipotesis dengan menggunakan uji F dan uji t. Kesimpulan dari hasil penelitian ini adalah persepsi tentang bunga bank memiliki pengaruh yang positif dan

⁵⁹ Tri Suparmi, Skripsi: *Pengetahuan Masyarakat Tentang Bank Syariah Studi Kasus Pada Masyarakat Kecamatan Ngemplak Kabupaten Ponogo*, (Surakarta: IAIN Surakarta), hlm. xiii.

signifikan terhadap minat menggunakan produk bank syariah. Tak hanya itu, persepsi tentang sistem bagi hasil berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap minat menggunakan produk bank syariah, serta persepsi tentang pengetahuan produk bank syariah tidak berpengaruh terhadap minat masyarakat untuk menggunakan produk bank syariah.⁶⁰

Perbedaan dari kedua penelitian ini terletak pada metode analisis data yang digunakan, dimana untuk penelitian yang dilakukan oleh Imran dan Bambang Hendrawan menggunakan metode analisis data model analisis linier berganda dengan uji hipotesis, dan sedangkan dalam penelitian ini metode analisis data yang digunakan adalah dengan metode kualitatif model interaktif. Serta teknik pengumpulan data dari penelitian yang telah dilakukan oleh Imran dan Bambang Hendrawan adalah dengan menggunakan kuesioner dan sedangkan dalam penelitian ini dengan cara wawancara. Persamaan dari kedua penelitian ini adalah ada pada fokus penelitian yang diteliti, yaitu untuk mengetahui persepsi masyarakat tentang perbankan syariah yang nantinya dapat mempengaruhi minat masyarakat dalam menggunakan jasa bank syariah.

8. Hasil Penelitian Karlina (2019).

Penelitian ini berjudul *Analisis Persepsi Masyarakat Telaga Dewa Lima Kota Bengkulu Terhadap Bank Syariah*. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan pendekatan kualitatif. Adapun tujuan penelitian ini adalah guna mengetahui analisis

⁶⁰ Imran dan Bambang Hendrawan, *Pengaruh Persepsi Masyarakat Batam Tentang Bank Syariah Terhadap Minat Menggunakan Produk Bank Syariah*, *Journal of Business Administration*, Vol. 1 No. 2, 201, hlm. 209

persepsi masyarakat Telaga Dewa Lima Kota Bengkulu terhadap bank syariah. Kesimpulan dari hasil penelitian ini adalah persepsi masyarakat Telaga Dewa Lima Kota Bengkulu sudah mengetahui dan paham mengenai bank syariah, akan tetapi masih belum mau untuk menjadi nasabah bank syariah dikarenakan terbatasnya mesin ATM dan gaji masyarakat yang dicairkan di bank konvensional khususnya PNS.⁶¹

Perbedaan dari kedua penelitian ini adalah terletak pada lokasi penelitian, yang mana dalam penelitian yang telah dilakukan oleh Karlina bertempat di Kota Bengkulu dan sedangkan pada penelitian ini bertempat di Desa Sumberpucung Kota Malang. Dan hasil penelitian yang didapat berbeda, dimana masyarakat Telaga Dewa Lima Kota Bengkulu sudah mengetahui dan faham mengenai bank syariah namun belum mau menjadi nasabah bank syariah, berbanding terbalik dengan masyarakat di Desa Sumberpucung yang justru hingga saat ini belum mengenal tentang bank syariah. Persamaan dari kedua penelitian ini yaitu terletak pada jenis penelitian, serta teknik pengumpulan data, dimana jenis penelitiannya adalah penelitian kualitatif deskriptif atau *field research* dan teknik pengumpulan data yang dilakukan adalah dengan cara wawancara dan observasi.

9. Hasil Penelitian Maya Novitasari (2019).

Judul dari penelitian ini adalah *Optimalisasi Potensi Perbankan Syariah di Indonesia Bagi UMKM Halal Dalam Mendukung Sustainable*

⁶¹ Karlina, Skripsi: *Analisis Persepsi Masyarakat Telaga Dewa Lima Kota Bengkulu Terhadap Bank Syariah*, (Bengkulu: IAIN Bengkulu, 2019), hlm. vii.

Development Goals. Metode yang digunakan didalam penelitian ini adalah dengan menggunakan metode deskriptif kualitatif. Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis peran perbankan syariah dalam mendukung UMKM halal dan juga untuk menganalisis potensi perbankan syariah dalam mendukung UMKM halal. Kesimpulan dari hasil penelitian ini adalah ternyata kondisi bank syariah dalam mendukung UMKM halal belum melakukan sosialisasi yang efektif kepada para pengusaha UMKM halal, begitu juga dengan akses kantor dan jaringan ATM yang masih sulit ditemui serta kurangnya promosi yang dilakukan oleh perbankan syariah, dan sementara potensi bank syariah itu sendiri dapat melakukan inovasi produk dengan memberikan kekhususan produk pembiayaan bagi para pelaku industri wisata serta melakukan event yang menarik agar dapat merubah persepsi masyarakat bahwa bank syariah merupakan bank yang inklusif dan bukan eksklusif.⁶²

Perbedaan dari kedua penelitian ini ada pada fokus penelitiannya, yaitu dalam penelitian yang dilakukan oleh Maya Novitasari fokus penelitiannya adalah untuk menganalisis peran perbankan syariah dalam mendukung UMKM halal dan menganalisa potensi perbankan syariah dalam mendukung UMKM halal, sedangkan dalam penelitian ini fokus penelitiannya adalah untuk mengetahui persepsi masyarakat tentang perbankan syariah serta faktor penyebab masyarakat masih belum mengetahui tentang bank syariah. Persamaan dari kedua penelitian ini

⁶² Maya Novitasari, *Optimalisasi Potensi Perbankan Syariah di Indonesia Bagi UMKM Halal Dalam Mendukung Sustainable Development Goals*, Majalah Ekonomi, Vol. XXIV No. 1, 2019.

terletak pada metode penelitian yang digunakan serta pengumpulan data yang digunakan, yaitu dengan menggunakan metode kualitatif deskriptif, dimana dalam pengumpulan datanya dengan menggunakan metode wawancara dan observasi.

10. Hasil Penelitian Luqman Santoso (2016).

Judul penelitian ini adalah *Persepsi Masyarakat Umum Tentang Perbankan Syariah*. Metode yang digunakan didalam penelitian ini adalah dengan menggunakan metode penelitian kualitatif. Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui persepsi masyarakat umum terhadap perbankan syariah yang ditimbulkan dari pengetahuan dan profesi dari masyarakat dan bagi hasil dari sistem perbankan syariah. Kesimpulan dari hasil penelitian ini adalah variabel independen secara bersama-sama mempengaruhi variabel dependen dengan melihat besarnya Sig pada tabel ANOVA jika nilai Sig lebih kecil dari 0,05 berarti variabel independen secara bersama-sama mempengaruhi variabel dependen secara signifikan. Pada penelitian ini pula kolom Anova besarnya Sig 0,000, ini berarti lebih kecil dari 0,05. Maka hasil penelitian variabel independen secara bersama-sama mempengaruhi variabel dependen secara signifikan.⁶³

Perbedaan dari kedua penelitian ini terletak pada metode penelitian yang digunakan, yaitu dalam penelitian yang telah dilakukan oleh Luqman Santoso menggunakan metode penelitian kuantitatif, dan sedangkan

⁶³ Luqman Santoso, Skripsi: *Persepsi Masyarakat Umum Terhadap Perbankan Syariah*, (Salatiga: IAIN Salatiga, 2016), hlm. vii.

penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif. Teknik analisis data yang digunakan oleh Luqman Santoso adalah dengan menggunakan uji validitas, uji riabilitas, uji statistik, dan uji asumsi klasik, dan sedangkan dalam penelitian ini teknik analisis data yang digunakan adalah dengan analisis data yang bersifat kualitatif dengan model interaktif. Persamaan dari kedua penelitian ini adalah metode pengumpulan data, yaitu dengan menggunakan metode wawancara dan dokumentasi.