

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

A. Persepsi

1. Pengertian Persepsi

Secara etimologis, persepsi atau dalam bahasa Inggris perception berasal dari latin *percipere*, yang berarti menerima atau mengambil. Persepsi yaitu pengalaman tentang objek, peristiwa, atau yang berhubungan dengan penyimpulan informasi dan mengartikan pesan. Persepsi yaitu proses tentang petunjuk dari inderawi dan pengalaman masa lampau yang relevan diorganisasikan untuk memberikan kepada kita gambaran yang berstruktur dan maknanya pada suatu situasi tertentu.

Dalam persektif pada ilmu komunikasi, persepsi itu dikatakan dengan inti dari komunikasi, sedangkan pengertian dari penafsiran interpretasi yaitu inti persepsi yang identik penyandian-balik (*decoding*) dalam proses komunikasi. Hal ini nampak jelas pada definisi dari Lahliry bahwa persepsi ini adalah proses dimana kita menafsirkan data sensoris, yaitu dat yang diterima melalui 5 indera kita.

Persepsi disebut inti dari komunikasi, karena jika persepsi ini tidak akurat, maka tidak mungkin berkomunikasi dengan efektif. Persepsilah

yang menentukan dalam memilih satu pesan dan mengabaikan pesan yang lain. Jadi bisa dikatakan bahwa persepsi itu anggapan dari seseorang setelah menerima rangsangan dari apa yang dirasakan oleh 5panca indra, dan rangsangan tersebut kemudian berkembang menjadi pemikiran yang membuat pandangan seseorang terkait dengan suatu kasus atau kejadian yang terjadi.

1. Proses persepsi Konsumen

Proses dalam pembentukan persepsi ini menurut Setiadi terdiri dari beberapa tahap, yaitu:

a. Seleksi persepsi

Seleksi persepsi yaitu persepsi yang terjadi pada saat konsumen ini menangkap dan memilih stimulus berdasarkan atas informasi yang dimiliki oleh konsumen. Sebelum seleksi persepsi terjadi, stimulus ini terlebih dahulu mendapatkan perhatian dari konsumen. Tidak semua dari stimulus yang diterima ini akan diterima oleh konsumen karena konsumen memiliki beberapa keterbatasan sumber daya dalam pemikiran untuk mengolah semua informasi yang diperolehnya. Karena itu konsumen harus menyeleksi terlebih dahulu dalam setiap informasi yang diterima, dan memikirkan apa yang harus dipilih.

b. Pengorganisasian Persepsi

Pengorganisasian persepsi ini berarti bahwa konsumen ini mengelompokkan informasi dan berbagai sumber ke dalam pengertian yang menyeluruh untuk memahami lebih baik dan bertindak atas pemahaman itu. Pengorganisasian ini sangat bermanfaat untuk memudahkan konsumen dalam menerima informasi yang tepat dan memberikan arahan serta evaluasi stimulus.

c. Interpretasi Persepsi

Proses terakhir dari persepsi ini yaitu memberikan interpretasi atas stimulus yang diterima konsumen. Setiap stimulus yang diterima ini sadar ataupun tidak sadar akan diinterpretasikan oleh konsumen. Interpretasi tersebut berdasar atas pengalaman penggunaan suatu produk masa lalu dan pengalaman yang pernah dilalui.

2. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Persepsi

Persepsi seseorang tidak terjadi begitu saja, akan tetapi disebabkan oleh faktor-faktor yang mempengaruhi. Menurut Shiffman dan Kanuk persepsi sesuatu yang berasal dari interaksi dua jenis faktor :

- a. Faktor stimulus , adalah karakteristik secara fisik seperti, ukuran, berat, warna, dan juga bentuk. Stimulus ini menurut etta memang merupakan bentuk dari fisik, visual,

atau komunikasi verbal yang dapat mempengaruhi individu. Stimulus ini terdiri dari dua bentuk yaitu :

1. Stimulus pemasaran yaitu setiap komunikasi atau stimuli fisik yang di gambarkan untuk mempengaruhi konsumen.
 2. stimulus lingkungan (sosial dan budaya) yaitu stimulus fisik yang didesain untuk mempengaruhi keadaan lingkungan.
- b. Faktor individu yaitu sifat dari individu yang tidak hanya meliputi proses sensorik saja, akan tetapi juga pengalaman di waktu lampau pada hal yang sama.⁹

B. Nasabah

1. Pengertian Nasabah

Nasabah adalah konsumen sebagai penyedia dana dalam bank. Menurut Kamus Bahasa Indonesia bahwa nasabah itu adalah orang-orang yang berhubungan dengan atau menjadi pelanggan dari bank (dalam hal keuangan).¹⁰ Nasabah juga merupakan pihak yang menggunakan jasa bank. Penghimpunan dana dan juga pemberian kredit adalah pelayanan jasa yang berada di setiap bank yang paling utama dari semua kegiatan lembaga keuangan.

⁹ Nabila Nailul Muna, Skripsi: “*Persepsi Nasabah Tentang Kualitas Pelayanan Bank: Bank Syariah VS Bank Konven*” (Lampung: IAIN Metro, 2019)

¹⁰ Evi Yupitri dan Rainan Linda Sari, “*Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Non Muslim Menjadi Nasabah Bank Syariah Mandiri di Medan*”, Jurnal Ekonomi dan Keuangan, Vol.1,No 1, Desember 2012, hal.49-50

2. Prinsip Mengenal Nasabah

Penerapan prinsip kehati-hatian dalam dunia perbankan ini dimaksudkan untuk menjaga kepercayaan masyarakat atau nasabah penyimpan dana dan terciptanya perbankan yang sehat. Dalam melakukan prinsip kehati-hatian ini dengan menerapkan prinsip mengenal nasabah, yang dikenal juga dengan istilah "*know your customer principle*". Penerapan ini bisa membuat mengenal lebih dekat nasabah bahwa nasabah itu dianggap penting sebagai salah satu cara untuk melindungi kesehatan dari bank itu sendiri.

3. Fenomena Minat Masyarakat Muslim Menabung di Bank Konvensional

Fenomena minat masyarakat muslim menabung di bank konvensional lebih banyak dari pada bank syariah, faktanya yang terjadi di Kota Kediri. Kini memang sangat benar adanya bahwa minat masyarakat untuk menabung di bank syariah itu masih tertinggal jauh dengan minat dari nasabah menabung di bank konvensional. Terutama di daerah saya sendiri yaitu di Desa Turus, Kec.Gampengrejo, Kab.Kediri dimana dari mereka yang saya telusuri menggunakan jasa bank konvensional, dan dari mereka sudah banyak mendeposit atau meminjam uang dari bank konvensional BRI di Kediri. Untuk minat dari masyarakat muslim untuk bergabung di bank syariah itu benar-benar tidak ada. Beberapa dari mereka mengatakan bahwa "Bank konvensional dan syariah itu sama saja".

C. Faktor Emosional

Emosi merupakan sebagian reaksi penilaian (positif atau negatif) yang kompleks dari sistem syaraf seseorang terhadap rangsangan dari luar atau dari dalam nya sendiri. Definisi ini menggambarkan bahwa emosi diawali dengan adanya suatu rangsangan, baik dari luar (benda, manusia, situasi, cuaca), maupun dari dalam diri kita, pada indra-indra kita.

Dalam haal ini ada beberapa faktor alasan nasabah memilih bank yaitu dengan faktor emosional meliputi tingkat ketaatan agama nasabah dan atribut produk yang berdasarkan prinsip dari bank itu sendiri. Semakin meningkatnya ketaatan beragama nasabah dan atribut tersebut yang ilami diharapkan bank syariah mampu memberikan lebih dari apa yang diharapkan nasabah.

a. Ketaatan agama

Ketaatan beragama memenuhi berbagai kewajiban agama, meningkatkan untuk melaksanakan kewajiban yang belum tertunaikan.

b. Psikologis

Beberapa ahli beranggapan bahwa perilaku nasabah dalam memilih suatu jasa atau produk dipengaruhi oleh dorongan psikologis dan teori-teori ini terbagi dalam dua bagian besar yaitu teori pembelajaran dan teori motivasi. Teori pembelajaran yang menyatakan bahwa perilaku seseorang merupakan hasil belajar akumulasi pengalaman selama hidupnya, maka pemasar perlu menciptakan komunikasi informal yang positif tentang produk. Yaang kedua yaitu teori motifasi

yang menyatakan seseorang tidak bisa memahami motivasi yang mendorong perilakunya secara pasti.

D. Faktor Rasional

Faktor rasional yaitu hal yang bisa dilakukan dengan hal yang ada. Rasionalitas merupakan konsep normatif yang mengacu pada kesesuaian keyakinan seseorang dengan alasan seseorang untuk percaya, atau tindakan seseorang dengan alasan seseorang untuk bertindak. Rasionaliti didefinisikan sebagai tindakan manusia dalam memenuhi keperluan hidupnya yaitu memaksimalkan kepuasan atau keuntungan senantiasa berdasarkan pada keperluan (*need*) dan keinginan-keinginan (*want*) yang digerakkan oleh akal yang sehat dan tidak akan bertindak secara sengaja membuat keputusan yang bisa merugikan kepuasan atau keuntungan mereka.

Jadi dapat disimpulkan rasional merupakan cara berpikir dan mengambil suatu tindakan sesuai dengan akal sehat tidak terburu-buru yang akan merugikan kepuasan dari keinginan mereka. Dalam hal ini ada beberapa menurut Muhammad Fauzi faktor alasan nasabah memilih bank yang mereka pilih.

E. Bank Syariah

1. Pengertian Perbankan Syariah

Bank syariah adalah suatu sistem perbankan yang dimana pelaksanaannya atau operasinya menggunakan hukum Islam atau syariah atau tanpa bunga. Pembentukan sistem syariah ini berdasarkan

adanya larangan dalam agama Islam untuk meminjam atau memungut pinjaman dengan menggunakan bunga pinjaman (riba), serta untuk berinvestasi pada usaha-usaha yang bersifat haram atau tidak diperbolehkan oleh agama Islam.

Bank Islam atau bisa dikatakan bank syariah bisa dikatakan bank yang tanpa bunga atau (riba), adalah lembaga keuangan perbankan yang beroperasi dan memiliki produk yang dikembangkan berlandaskan pada Al-Qur'an dan Hadis Nabi saw. dengan kata lain, bank Islam ini adalah lembaga keuangan yang usaha pokoknya memberikan pembiayaan dan jasa-jasa lainnya dalam lalu lintas pembayaran serta peredaran uang yang pengoperasiannya disesuaikan dengan prinsip syariat Islam. Antonio dan Perwataatmadja membedakan menjadi dua antara BankIslam dan juga Bank yang beroperasi dengan prinsip Islam. Bank Syariah adalah bank yang operasinya berlandaskan prinsip syariah Islam. Sedangkan Bank Syariah adalah bank yang tatacara beroperasinya mengacu kepada ketentuan-ketentuan Al-Qur'an dan juga Hadist. Sementara bank yang beroperasi sesuai dengan syariat Islam adalah bank yang dalam peroperasiannya mengacu kepada ketentuan-ketentuan syariat Islam, khususnya yang menyangkut tatacara bermuamalat secara Islam. Dikatakan lebih lanjut, dalam tatacara bermuamalat itu di jauhi peroperasian atau praktik-praktik yang dikhawatirkan mengandung unsur-unsur riba dengan cara mengisi kegiatan-kegiatan tersebut

dengan investasi atas dasar bagi hasil dan pembiayaan antara pihak bank juga pihak nasabah.¹¹

Menurut Sudarsono, bank syariah yaitu lembaga keuangan lembaga keuangan dalam operasionalnya berdasarkan syariah dan memberikan pembiayaan serta jasa lainnya. Menurut Siamat Dahlan, bank syariah yaitu bank yang dalam kegiatan usahanya dengan prinsip syariah didasarkan pada Al-Qur'an dan Hadist.¹²

Berdasarkan pengertian diatas, dapat disimpulkan bank syariah adalah lembaga keuangan yang kegiatan utamanya menghimpun dana dari masyarakat dan menyalurkan dana dengan menggunakan prinsip syariah.

2. Prinsip-Prinsip Bank Syariah

Sistem ekonomi syariah diyakini akan dapat mengikis akar ketidakadilan daripada sekedar meringankan beban simptom (gejala) dari ketidakadilan sosial dan ekonomi, oleh karena itu sistem bunga dalam perbankan tidak sesuai dengan prinsip keadilan. Bank syariah menekankan pada aspek kesejahteraan sosial, dilihat dari segi apakah aktifitas ekonomi itu menambah kegunaan (*musalih*) atau tidak (*mufasid atau ketidakbergunaan*).¹³

¹¹ Malayu S P, *Dasar-dasar Perbankan* (Jakarta: Bumi Akasara, 2009), hal.152

¹² Andrianto dan Anang Firmansyah, *Manajemen Bank Syariah: Implementasi Teori dan Praktik*, (Pasuruan: Penerbit Qiara Media, 2019), hlm. 25.

¹³ Sumar'in, *Konsep Kelembagaan Bank Syariah*, (yogyakarta:Graham Ilmu,2012), hal.63

Prinsip utama yang dianut oleh lembaga keuangan syariah dalam menjalankan kegiatan usahanya adalah:

a. Bebas “*Magrib*”

- 1) *Maysir* (spekulasi) secara bahasa maknanya judi, setiap kegiatan yang sifatnya untung-untungan. Perjudian merupakan bentuk investasi yang tidak produktif karena tidak terkait langsung dengan sektor riil dan tidak terkait memberikan dampak peningkatan penawaran agregat barang dan jasa.¹⁴
- 2) *Gharar*, secara bahasa berarti menipu, memperdaya, ketidakpastian, gharar dapat terjadi pada transaksi yang objeknya tidak jelas, tidak dimiliki, tidak diketahui keberadaannya, atau tidak dapat diserahkan saat transaksi.¹⁵
- 3) *Haram*, berarti larangan dan penegasan
- 4) *Riba*, berarti tumbuh dan bertambah. Riba adalah penambahan pendapatan secara tidak sah (*batil*) antara lain dalam transaksi pertukaran barang sejenis yang tidak sama kualitas, kuantitas dan waktu penyerahan (*fadh*l), atau dalam transaksi pinjam meminjam yang mempersyaratkan nasabah penerima fasilitas mengembalikan dana yang diterima melebihi pokok pinjaman karena berjalannya waktu (*nasl’ah*).

¹⁴ Andri Soemitra, *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah*, (Jakarta: Prenamedia Group, 2009), hal.33

¹⁵ *Ibid*, hal.37

5) *Batl*, secara bahasa artinya batal, tidak sah dalam aktifitas jual beli.

Allah menegaskan manusia dilarang mengambil harta dengan cara yang batil.

b. Menjalankan bisnis dan aktivitas perdagangan yang berbasis pada perolehan keuntungan yang sah menurut syariah

c. Menyalurkan zakat, infak, dan sedekah.¹⁶

3. Produk Bank Syariah

Pada dasarnya, produk yang ditawarkan oleh perbankan syariah dapat dibagi menjadi tiga bagian besar, yaitu produk penghimpun dana (*funding*), produk penyaluran dana (*financing*), produk jasa (*service*).

a. Produk Penghimpun Dana

Penghimpun dana di bank syariah dapat berbentuk giro, tabungan, dan deposito. Prinsip operasional syariah yang ditetapkan dalam penghimpunan dana masyarakat adalah prinsip wadiah dan mudharabah.¹⁷

1. Tabungan

Menurut undang-undang perbankan syariah nomor 21 tahun 2008, tabungan yaitu simpanan yang berdasar atas akad wadiah atau investasi dana yang berdasarkan *mudharabah* atau akad lainnya yang tidak bertentangan dengan prinsip syariah yang penarikannya bisa dilakukan dengan menurut syarat atau ketentuan tertentu yang

¹⁶ *Ibid*, hal.39

¹⁷ Adiwarman A.Karim, *Bank Islam: Analisis Fiqih dan Keuangan*, (Jakarta: PT Rajagafindo Persada,2014), hal.97-107

disepakati oleh pihak keduanya, tetapi tidak hanya dapat ditarik dengan cek, bilyet giro, dan alat lain yang sama jenis dengan alat tersebut. tabungan yaitu, bentuk simpanan nasabah yang bersifat likuit. Yang artinya yaitu, produk ini bisa diambil sewaktu-waktu apabila nasabah yang bersangkutan sangat membutuhkan tabungan tersebut, tetapi nbagi hasil yang ditawarkan kepada nasabah penabung kecil saja. Sekalipun jenis penghimpunan dana tabungan ini merupakan produk dari penghimpunan danan yang lebih minimal biaya pihak bank. Biasanya, jumlah nasabah yang menggunakan tabungan lebih banyak dari pada produk penghimpunan yang lain.¹⁸

2. Deposito

Deposito menurut UU Pperbankan syariah no.21 tahun 2008 yaitu investasi dana yang berdasar atas akad *mudharabah*, atau dengan akad yang lainnya yang tidak bertentangan dengan prinsip syariah, yang penarikannya yaitu hanya dengan pada waktu tertentu berdasarkan kesepakatan bersama atau berdasar dengan akad yang digunakan. ¹⁹ Deposito adalah bentuk simpanan konsumen atau nasabah yang memiliki jumlah minimal tertentu, jangka waktu tertentu, dan bagi hasil lebih tinggi daripada tabungan biasa. Nasabah yang membuka deposito dengan jumlah minimal tertentu dengan jangka waktu yang telah disepakati , sehingga nasabah tidak bisa mencairkan dananya sebelum jatuh tempo atau yang telah

¹⁸ M.Nur Rianto Al Arief, *Lembaga Keuangan Syariah: Suatu Kajian Teoritis Praktis*, (Bandung: CV Pustaka Setia,2012), hal. 133-134

¹⁹ Ismail, *Perbankan Syariah*, (Jakarta:Kencana Prenadamedia Group,2011), hal.91

disepakati antara bank dan juga nasabah, tetapi bagi hasil ini jauh lebih tinggi dibandingkan tabungan biasa dan tabungan bencana. Produk penghimpunan dana ini biasanya dipilih oleh nasabah yang memiliki kelebihan dana sehingga selain bertujuan menyimpan dananya, bertujuan untuk sarana investasi.

3. Giro

Giro menurut UU perbankan syariah no.21 tahun 2008 yaitu simpanan berdasarkan akad *wadi'ah* atau akad lain yang tidak bertentangan dengan prinsip syariah yang penarikannya yaitu dengan dilakukan setiap saat dengan menggunakan cek, bilyet, giro, sarana perintah pembayaran lainnya, atau bisa dengan perintah pemindah bukukan.

Giro yaitu bentuk simpanan nasbaah yang tidak diberikan bagi hasilnya, atau tidak ada pengembalian dana menggunakan cek, dan biasanya dipergunakan untuk perusahaan atau yayasan atau bentuk badan hukum lainnya dalam proses keuangan mereka. Dalam *giro* meski tidak memberi bagi hasil, pihak bank berhak memberikan bonus untuk nasabah yang besarnya tidak ditentukan diawal, bergantung pada kebaikan pihak bank.²⁰

Prinsip operasional syariah yang diterapkan dalam penghimpunan dana masyarakat yaitu prinsip *wadi'ah* dan *mudharabah*.

²⁰ M.Nur Rianto Al Arif, *Lembaga Keuangan*, hal.135

1. Prinsip *Wadi'ah*

Prinsip *wadi'ah* yang diterapkan yaitu *wadi'ah yad dhamanah* yang diterapkan pada produk rekening giro. *Wadi'ah amanah* prinsipnya yaitu harta titipan tidak boleh dimanfaatkan oleh pihak yang dimanfaatkkan oleh pihak yang dititipi dengan alasan apapun itu, tetapi pihak yang dititipkan boisa mengenakan biaya admin kepada pihak yang menitipkan sebagai kontraprestasi atas penjagaan barang yang dititipkan. Pada *wadi'ah yad dhamanah* pihak yang dititipi ini (bank) bertanggungjawab atas keutuhan harta titipan sehingga ia boleh memanfaatkan harta titipan tersebut.²¹ sedangkan pihak bank boleh memberikan sedikit keuntungan yang didapat kepada nasabahnya dengan besaran berdasarkan kebijaksanaan pihak bank.

2. Prinsip *Mudharabah*

Dalam mengaplikasikan prinsip *mudharabah*, penyimpanan dana atau deposit bertindak sebagai *shahibul mal* (pemilik modal) dan bank sebagai *mudharib* (pengelola). Bank kemudian melakukan penyaluran pembiayaan kepada nasabah peminjam yang membutuhkan dengan menggunakan dana yang diperoleh tersebut,

²¹ Adiwarmarman A Karim, *Bank Islam: Analisis Fiqih dan Keuangan*, (Jakarta:PT Rajagrafindo Persada,2014), hal.107

murabahah, ijarah, mudharabah, musyarakah, atau bentuk lainnya. Hasil usaha ini akan dibagikan kepada nasabah penabung berdasarkan *nisbah* yang disepakati. Apabila bank menggunakannya untuk melakukan *mudharabah* kedua, bank harus bertanggungjawab penuh atas kerugian yang terjadi.

Mudharabah terpenuhi sempurna apabila memenuhi rukun-rukunnya yaitu:

1. *Shahibul mal* (pemilik dana), yaitu harus ada pihak yang bertindak sebagai pemilik dana yang hendak ditaruh di bank, dalam hal ini nasabah sebagai *shahibul mal*.
2. *Mudharib* (pengelola), yaitu harus ada pihak yang bertindak sebagai pengelola atas dana yang ditaruh di bank untuk dimanfaatkan, dalam hal ini bank bertindak sebagai *mudharib*
3. Usaha/pekerja yang akan dibagikan harus ada.
4. Nisbah bagi hasil harus jelas dan sudah harus ditetapkan diawal sebagai patokan dasar nasabah dalam menabung.

5. Ijab qabul antara pihak *shahibul mal* dan *mudharib*.²²

b. Produk Penyaluran Dana (*Financing*)

Pembiayaan atau *financing* yaitu pendanaan yang diberikan kepada suatu pihak kepada pihak lain untuk mendukung investasi yang telah direncanakan, baik itu dilakukan sendiri maupun lembaga. Dengan kata lain pembiayaan itu adalah pendanaan yang dikeluarkan untuk mendukung investasi yang telah direncanakan.²³ Secara garis besar pembiayaan ini dibagi menjadi dua yaitu:

1. Pembiayaan Komsumtif, adalah pembiayaan yang ditujukan untuk pembiayaan yang sifatnya komsumtif seperti pembiayaan pembelian rumah, kendaraan bermotor, dsb.
2. Pembiayaan Produktif, adalah pembiayaan yang ditujukan untuk pembiayaan sektor produktif seperti pembiayaan modal kerja, pembiayaan barang modal, dsb.²⁴

Dalam menyalurkan dananya pada nasabah, secara garis besar produk pembiayaan syariah ini terbagi menjadi empat kategori yang dibedakan berdasarkan tujuan-tujuannya.

²² M. Nur Rianto Al Arif, Lembaga Keuangan, hal.140

²³ M. Nur Rianto Al Arif, *Dasar-dasar Pemasaran Bank Syariah*, (Bandung: Alfabeta, 2010), hal.42

²⁴ *Ibid*, hal.43

1. Pembiayaan dengan prinsip jual beli
2. Pembiayaan dengan prinsip sewa
3. Pembiayaan dengan prinsip bagi hasil
4. Pembiayaan dengan akad lengkap.²⁵

Pembiayaan dengan prinsip jual beli ini ditujukan untuk pemilik barang, sedangkan untuk yang menggunakan prinsip sewa ditujukan untuk mendapat jasa. Prinsip bagi hasil ini digunakan untuk usaha kerjasama yang ditujukan guna mendapat barang dan jasa.²⁶

Pada kategori pertama dan kedua, tingkat keuntungan bank ini ditentukan di awal dan menjadi bagian harta atas barang ataupun jasa yang dijual. Produk yang termasuk dalam kelompok ini adalah prosuk yang menggunakan prinsip jual-beli seperti *murabahah*, *salam*, dan *juga istishna* dan juga prosuk yang menggunakan prinsip sewa yaitu *ijarah* dan *IMBT*. Sedangkan pada kategori ketiga yaitu tingkat keuntungan bank ini ditentukan dari besarnya keuntungan usaha sesuai dengan prinsip bagi hasil. Pada produk bagi hasil ini keuntungan ditentukan oleh *nisbah* bagi hasil yang dimana disepakati di awal. Produk perbankan yang termasuk dalam hal ini yaitu *musyarahkah* dan *mudharabah*.

²⁵ Adiwarman Karim, *Bank Islam*, hal.97

²⁶ *Ibid*

c. Produk Jasa Perbankan

Selain menjalankan fungsinya sebagai *intermediaries* (penghubung antara pihak yang membutuhkan dana dan pihak yang kelebihan dana, bank syariah dapat pula melakukan berbagai pelayanan jasa perbankan kepada nasabah dengan mendapat imbalan berupa sewa atau keuntungan. Jasa perbankan tersebut antara lain berupa:

1. *Sharf* (Jual beli valuta Asing)

pada prinsipnya jual beli ini sejalan dengan prinsip *sharf*. Jual beli mata uang yang tidak sejenis ini, penyerahannya harus dilakukan pada waktu yang sama.

2. *Ijarah* (sewa)

Jenis kegiatan ini yaitu penyewaan kotak simpanan (*safe deposit box*) dan jasa tata laksana administrasi dokumen (*cust odian*). Bank mendapatkan imbalan sewa dari jasa tersebut.²⁷

Dapat diketahui bahwa bank syariah mempunyai produk-produk yang beragam mulai dari penghimpunan dana, penyaluran dana, dan jasa. Jadi tujuan dari adanya produk-produk bank syariah di dalamnya karena peneliti mengkomparasikan antara bank konven dengan bank syariah, tetapi lebih menjuru ke kurangnya minat dari nasabah terhadap perbankan syariah ini

²⁷ “Analisis Penyebab Kurangnya Minat Nasabah Bank Konvensional Terhadap Bank Syariah di Bandar Jaya”, (Lampung: IAIN Metro, 2018) hal. 10-35

sehingga perlu adanya sosialisasi atau penjelasan untuk memperkenalkan produk yang berada pada bank syariah.

F. Bank Konvensional

Menurut Undang-Undang RI Nomor 10 tahun 1998, bank konvensional adalah bank yang melakukan kegiatan usaha dengan cara konven yang berarti bahwa dalam kegiatan didalamnya memberikan jasa terhadap nasabahnya dalam lalu lintas pembayarannya, yang berprinsip menggunakan dua metode, yaitu:

1. Menentukan bunga dalam harga, baik itu produk simpanan yang sifatnya tabungan, deposito berjangka, dan juga produk pinjaman (kredit) yang diberikan berdasar tingkat dari bunga tersebut.
2. Untuk jasa-jasa bank lainnya, pihak bank yang menggunakan atau menerapkan berbagai biaya dalam nominal atau prosentase tertentu. Sistem ini disebut dengan *fee based*.

Menurut kamus Indonesia, bank konvensional yaitu “menurut apa yang sudah menjadi kebiasaan.” Dengan ini bank konven yaitu operasionalnya menetapkan metode bunga, karena metode bunga yang sudah ada terlebih dahulu yang menjadi kebiasaan. Bank konvensional ini termasuk bank yang paling banyak beredar di Indonesia. Bank umum ini mempunyai kegiatan pemberian jasa yang paling lengkap dan dapat beroperasi diseluruh wilayah Indonesia dalam praktiknya bank ini mempunyai ragam produk tergantung dari status bank yang bersangkutan. Menurut status bank konven ini

dibagi menjadi dua jenis yaitu bank umum devisa dan juga bank umum non devisa.

Produk produk yang terdapat dalam perbankan konvensional ini menurut berdasarkan praktek dari bank tersebut yang memiliki produk, tergantung dalam status bank itu sendiri yang bersangkutan dalam memberikan pelayanan yang berbeda. Kegiatan bank konvensional ini yaitu:

- a. Menghimpun dana (*funding*)
 - 1) Simpanan Giro
 - 2) Simpanan Tabungan
 - 3) Simpanan Deposito
- b. Menyalurkan Dana (*Lending*)
 - 1) Kredit Investasi, Kredit modal kerja, kredit perdagangan
 - 2) Kredit produktif, kredit konsumtif, kredit profesi
- c. Memberikan jasa-jasa bank lainnya (*Service*)
 - 1) Kiriman Uang
 - 2) Bank Card, Bank garansi, Bank draft, kliring
 - 3) Letter of credit
 - 4) Inkaso, melayani pembayaran
 - 5) Cek wisata, safe deposit box, bank notes
 - 6) Menerima setoran, bermain didalam pasar modal.

G. Penelitian Terdahulu

Dalam jurnal Evi Yupitrii (2012) yang berjudul “ ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI NON MUSLIM MENJADI NASABAH BANK SYARIAH MANDIRI DI MEDAN”.²⁸

Penelitian ini membahas tentang permasalahan yang berada pada minat nasabah non muslim menjadi nasabah Bank Syariah Mandiri yang berada di Medan. Penelitian itu penulis menyimpulkan bahwa faktor yang mempengaruhi minat nasabah non muslim menjadi nasabah di bank syariah ini yaitu tentang fasilitas yang berada bank mandiri syariah, promosi yang dipromosikan sangat menyampaikan, dan produk yang banyak bisa membuat nasabah non muslim ini menjadikan suatu produk yang menarik dan membuat penasaran. Kesamaan pada penelitian ini adalah tentang objek yang dibahas yaitu tentang daya minat nasabah untuk memilih bank syariah atau bank konven. Dan perbedaan dari penelitian ini yaitu tentang nasabah yang non muslim berminat menjadi nasabah dari bank syariah. Selain itu peneliti menggunakan kuisisioner untuk mengumpulkan data yang diperlukan. Sedangkan dalam penelitian ini menggunakan metode observasi dan wawancara.

Dalam Jurnal Cita Putri Silahi (2020) yang berjudul “ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KURANGNYA MINAT MAHASISWA PENDIDIKAN EKONOMI UNIVERSITAS MUSLIM NUSANTARA (UMN) AL WASHLIYAH MENABUNG DI

²⁸ Yupitri dan Raina Linda Sari, *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Non Muslim Menjadi Nasabah Bank Syariah Mandiri di Medan*, Medan 2012

BANK SYARIAH”.²⁹ Penelitian ini membahas tentang faktor-faktor yang mempengaruhi kurangnya minat mahasiswa pendidikan ekonomi Universitas Muslim Nusantara menabung di bank syariah. penelitian ini, penulis menyimpulkan bahwa rendahnya minat mahasiswa menabung di Bank Syariah ini tentunya ada faktor-faktor yang mempengaruhi yaitu faktor pengetahuan dari mahasiswa yang belum tau menau tentang apa itu bank syariah sesungguhnya, faktor pelayanan yang mungkin sangat kurang, faktor lokasi yang dimana dari kampus perbankan syarioah itu letaknya lumayan jauh, dan yang terakhir yaitu faktor promosi dari bank syariah itu sendiri masih kurang. Kesamaan dari penelitian ini yaitu menganalisis tentang seberapa minat masyarakat terhadap bank syariah. Dan yang membedakan dari penelirtian ini yaitu disini membahas kurangnya minat mahasiswa tentang bank syariah. Dan untuk penelitian sendiri penulis menggunakan cara kuantitatif atau menggunakan data.

Dalam jurnal Reni Alhanifni (2019) yang berjudul “ FAKTOR-FAKTOR PENYEBAB KURANGNYA MINAT MASYARAKAT MENABUNG DI LEMBAGA KEUANGAN MIKRO SYARIAH”.³⁰ Penelitian ini membahas tentang faktor apa saja yang mempengaruhi minat masyarakat terhadap perbankan syariah. Penelitian tersebut menyimpulkan bahwa faktor dari harga produk, dan juga faktor promosi

²⁹ Cita Ayni Putri Silalahi, ” Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kurangnya Minat Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Muslim Nusantara ”, Alwasliyah (Medan, 01 Oktober 2020)

³⁰ Reni Alhanifni, “Faktor-Faktor Penyebab Kurangnya Minat Masyarakat Menabung di Lembaga Keuangan Mikro Syariah”, Jurnal Syarikah P-ISSN 2442-4420 e-ISSN 2528-6935, Volume 5, Nomor 1, Juni 2019.

yang mempengaruhi minat masyarakat terhadap perbankan syariah. Kesamaan dari penelitian ini adalah sama-sama meneliti kurangnya minat dari masyarakat terhadap LKS. Perbedaan dari penelitian ini yaitu penelitian ini menggunakan metode kuantitatif untuk observasinya.

Dalam skripsi Ahmad Yopi Sumara (2017) “ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN NASABAH MUSLIM UNTUK MEMILIH BANK KONVENSIONAL”.³¹

Penelitian ini membahas tentang faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah muslim untuk lebih memilih bank konvensional. Kesimpulan dari penelitian tersebut adalah faktor dari keluarga sangat berpengaruh dalam keputusan nasabah muslim untuk memilih bank konvensional. Kesamaan dari penelitian ini terdapat pada keputusan nasabah muslim untuk memilih bank non syariah atau bank konvensional dan juga metode penelitian ini juga sama menggunakan cara kualitatif atau observasi di tempat. Perbedaan dari penelitian ini terletak pada isi dari penelitian dan juga faktor-faktor yang mempengaruhi.

Dalam jurnal Ela Patriana (2018) “ANALISIS FAKTOR PENENTU KEPUTUSAN KONSUMEN MUSLIM DALAM MEMILIH JASA PERBANKAN: BANK SYARIAH VS BANK KONVENSIONAL”.³² Penelitian ini membahas tentang faktor penentu

³¹ Ahmad Yopi Sumara, “ *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Muslim Untuk Memilih Bank Konvensional*”, (Yogyakarta: UIN SUNAN KALIJAGA, 2017).

³² Ela Patriana, *Analisis faktor Keputusan Konsumen Muslim Dalam Memilih Jasa Perbankan Syariah VS Konvensional*, Al Masraf (Jurnal Lembaga Keuangan dan Perbankan), Volume 3, Nomor 1, Januari –Juni 2018

dari masyarakat muslim dalam menentukan bank konven atau bank syariah. Kesimpulan dari penelitian tersebut adalah faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah muslim, dalam memilih produk perbankan syariah dan konvensional yaitu faktor dari produk, orang yang mempengaruhi, dan faktor asuransi yang terkait dalam nasabah dan bank tersebut, membuat masyarakat ini mengambil keputusan antara bank konven atau bank syariah. Persamaan dari penelitian ini terletak pada keputusan dari konsumen atau nasabah muslim yang lebih berminat menggunakan jasa bank konven atau bank syariah. Untuk perbedaannya penelitian ini terletak pada metode observasi yang dimana penelitian ini menggunakan kuantitatif.