

**PERSEPSI KONSEP BAGI HASIL BANK BRI SYARIAH
DAN BANK MUAMALAT INDONESIA TERHADAP
KEPUTUSAN NASABAH DALAM
MEMILIH *LIABILITY PRODUCT***

**IRWAN MISBACH
No Pokok : P1700203019**



**PROGRAM PASCASARJANA
UNIVERSITAS HASANUDDIN
MAKASSAR
2007**

**PERSEPSI KONSEP BAGI HASIL BANK BRI SYARIAH
DAN BANK MUAMALAT INDONESIA TERHADAP
KEPUTUSAN NASABAH DALAM
MEMILIH *LIABILITY PRODUCT***

Tesis

Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Mencapai gelar Magister

Program Studi

MANAJEMEN DAN KEUANGAN

Disusun dan diajukan oleh

**IRWAN MISBACH
No Pokok : P1700203019**

Kepada

**PROGRAM PASCASARJANA
UNIVERSITAS HASANUDDIN
MAKASSAR
2007**

HALAMAN PENGESAHAN

Judul Penelitian : PERSEPSI KONSEP BAGI HASIL BANK BRI SYARIAH DAN BANK MUAMALAT INDONESIA TERHADAP KEPUTUSAN NASABAH DALAM MEMILIH *LIABILITY PRODUCT*

Nama Mahasiswa : IRWAN MISBACH

Nomor Pokok : P1700203019

Program Studi : MANAJEMEN DAN KEUANGAN

Menyetujui
Komisi Pembimbing,

PROF DR. OSMAN LEWANGKA, MA.
Ketua

DRA. DEBORA RIRA, M.S.i.
Anggota

Mengetahui
Ketua Program Studi Manajemen dan Keuangan,

PROF DR. OSMAN LEWANGKA, MA.

PRAKATA

Puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT, karena atas taufiq dan hidayahNya telah tersusun tesis ini dengan judul : "Persepsi Konsep Bagi hasil Bank BRI Syariah dan Bank Muamalat Indonesia terhadap Keputusan Nasabah dalam Memilih *Liability Product*". Tesis ini ditulis sebagai salah satu persyaratan untuk mencapai gelar Magister Manajemen dan Keuangan pada Program Pasca Sarjana Universitas Hasanuddin Makassar.

Tesis ini dapat terselesaikan dengan dukungan dan bantuan dari berbagai pihak, untuk itu penulis sangat berterima kasih kepada :

- 1) Bapak Prof. DR. Osman Lewangka, MA. dan Ibu Dra. Debora Rira, M.Si. Selaku dosen pembimbing I dan pembimbing II yang telah banyak memberikan bantuan, bimbingan dan arahan hingga rampungnya penulisan tesis ini.
- 2) Para dosen pengajar dan staf pendukung program studi Manajemen dan Keuangan Program Pasca Sarjana Universitas Hasanuddin yang telah membantu penulis hingga akhir studi.
- 3) Pimpinan perusahaan PT. Bank BRI Syariah dan Bank Muamalat Indonesia Cabang Makassar, yang telah memberikan izin untuk mengadakan penelitian guna mendapatkan data yang akurat mengenai konsep bagi hasil bagi bank syariah.

- 4) Orang tua tercinta serta saudara-saudaraku yang dengan tulus ikhlas telah mendidik dan memberikan pengorbanan yang tak ternilai dengan segenap do'a dan cintanya .
- 5) Spesial buat Istri dan anak-anakku tersayang yang telah begitu tabah, sabar dan memberikan dorongan moril dan motivasi yang sangat besar bagi penulis.
- 6) Semua pihak yang tidak dapat kami sebutkan satu persatu yang telah memberikan bantuan dan dukungannya.

Atas segala keterbatasan dalam penyusunan tesis ini, sehingga mungkin terdapat banyak kekurangan, maka dengan segala kerendahan hati, penulis mengharapkan kritik dan saran yang bersifat konstruktif untuk perbaikan tesis ini.

Semoga tesis ini bermanfaat bagi semua pihak yang berkepentingan.

Makassar, Pebruari 2007

IRWAN MISBACH

ABSTRAK

IRWAN MISBACH. Persepsi Konsep Bagi Hasil Bank BRI Syariah dan Bank Muamalat Indonesia terhadap Keputusan Nasabah dalam Memilih *Liability Product* (Dibimbing oleh Prof. DR. Osman Lewangka, MA. dan Dra. Debora Rira, M.Si.)

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui sejauh mana persepsi mengenai konsep bagi hasil antara Bank BRI Syariah dan Bank Muamalat Indonesia serta untuk menganalisis keputusan nasabah dalam memilih *liability product*.

Metode penelitian yang digunakan adalah penelitian lapangan dengan tehnik observasi, interview, dokumentasi serta kuesioner. Sedangkan sumber data yang digunakan bersumber dari data primer dan data sekunder.

Analisis data yang digunakan adalah analisis validitas dan reliabilitas serta analisis tanggapan responden mengenai persepsi konsep bagi hasil pada Bank BRI Syariah dan Bank Muamalat Indonesia.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa tanggapan responden mengenai persepsi konsep bagi hasil yang dilakukan oleh Bank Muamalat Indonesia dengan BRI Syariah menunjukkan bahwa persepsi kedua bank terdapat perbedaan. Terjadinya perbedaan persepsi ini disebabkan karena adanya perbedaan kebijakan dalam pengelolaan bank syariah.

Hasil analisis mengenai perbedaan persepsi konsep bagi hasil melalui pengujian U mann whitney test menunjukkan bahwa kelima konsep bagi hasil dalam pengelolaan bank syariah (bank Muamalat Indonesia dan BRI Syariah) terdapat perbedaan karena nilai prob = 0,05 lebih kecil dari nilai Asymp sign (2 tailed), sehingga dapat dikatakan bahwa hipotesis yang diajukan terbukti. Hal ini dapat dilihat adanya perbedaan persepsi konsep bagi hasil Bank BRI Syariah dan Bank Muamalat Indonesia terhadap keputusan nasabah dalam memilih *liability product*.

Kata Kunci : Persepsi, konsep bagi hasil dan *liability product*

ABSTRACT

IRWAN MISBACH. Profit Loss Sharing Perception at BRI Shariah and Bank Muamalat Indonesia to Customer Decision in Choosing Liability Products (Counselling by Prof. Dr. Osman Lewangka, MA and Dra. Debora Rira, M.Si).

This study was held to understand how the perception of profit loss sharing concept between Bank BRI Shariah and Bank Muamalat Indonesia and to analyze customer's decision in choosing liability products.

Study methods exercised was field study with observation, interview, documentation, and questionnaire techniques. Data source gathered from primary and secondary data sources.

Data analysis method implemented was reliability and validity analysis and analysis on respondents resume about profit loss sharing concept perception at Bank BRI Shariah and Bank Muamalat Indonesia.

Result on this study shows that there is a difference between perception of respondent's resume toward profit loss sharing concept of Bank BRI Shariah and Bank Muamalat Indonesia. The occurrence of this difference caused by difference on policy in managing the shariah bank.

Analysis on this difference on profit loss sharing concept with U-Mann Whitney test shows that the five concept of profit loss sharing in bank shariah management (Bank Muamalat Indonesia and BRI Shariah) shown differences because the prob value = 0,05 is smaller than Asymp sign value (2 tailed), so that it can be said that hypothesis submitted can be proofed and there's differences in profit loss sharing concept on BRI Shariah and Bank Muamalat Indonesia to customer's decision in choosing liability products.

Keywords: Perception, profit loss sharing and liability product.

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
ABSTRAKSI	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR SKEMA	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang	1
B. Perumusan Masalah.....	4
C. Tujuan Penelitian	5
D. Manfaat Penelitian	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
A. Pengertian Bank	6
B. Fungsi Bank	11
C. Pemasaran Bank	13
D. Pengertian Persepsi	16
E. Pengertian Bagi Hasil	18
F. Konsep Dasar Bagi Hasil	21
G. Pengertian Bank Syariah	28
H. Liability Produk	35
I. Keputusan Pelanggan	37
J. Kerangka Pikir.....	41
K. Hipotesis	43

BAB III	METODE PENELITIAN	
	A. Obyek dan Waktu Penelitian.....	44
	B. Populasi dan Sampel	44
	C. Tehnik Pengumpulan Data	46
	D. Jenis dan Sumber Data	46
	E. Metode Analisis	48
	F. Definisi Operasional.....	49
BAB IV	GAMBARAN UMUM OBYEK PENELITIAN	
	A. Sejarah Berdirinya Perusahaan	51
	1. Bank Rakyat Indonesia Syariah.....	51
	2. Bank Muamalat Indonesia.....	52
	B. Struktur Organisasi Perusahaan	57
	1. Bank Rakyat Indonesia Syariah	57
	2. Bank Muamalat Indonesia.....	60
	C. Uraian Tugas dan Tanggung Jawab.....	62
	1. Bank Rakyat Indonesia Syariah	62
	2. Bank Muamalat Indonesia.....	67
BAB V	HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN	
	A. Analisis Perkembangan Jumlah Nasabah.....	70
	B. Karakteristik Responden	72
	C. Analisis Kualitatif mengenai Konsep Bagi Hasil dan Hubungan Liability Produk	75
	D. Analisis Perbedaan Persepsi Konsep Bagi Hasil pada Bank BRI Syariah dan Bank Muamalat Indonesia	96
	E. Analisis Uji Validitas dan Reliabilitas	121
	1) Uji Validitas	121
	2) Uji Reliabilitas	125
	F. Analisis Uji Hipotesis	129

BAB VI	KESIMPULAN DAN SARAN	
A.	Kesimpulan	138
B.	Saran-saran	139
DAFTAR PUSTAKA	140

DAFTAR TABEL

Nomor	Teks	Halaman
1.	Jumlah Nasabah Liability Produk pada Bank Syariah dan Bank Muamalat Indonesia tahun 2002 s/d tahun 2006	4
2.	Jumlah Perkembangan Jumlah Nasabah pada Bank BRI Syariah dan Bank Muamalat Indonesia Tahun 2002 s/d tahun 2006	71
3.	Karakteristik Responden Menurut Usia.....	73
4.	Karakteristik Responden Menurut Pekerjaan.....	74
5.	Karakteristik Responden Menurut Jenis Kelamin.....	74
6.	Karakteristik Responden Menurut Tingkat Pendidikan.....	75
7.	Tanggapan Responden mengenai Produk Al-Wadiah dalam Konsep Bagi hasil pada Bank Muamalat Indonesia dan BRI Syariah	77
8.	Tanggapan Responden mengenai Produk Al-Musyarakah dalam Konsep Bagi hasil pada Bank Muamalat Indonesia dan BRI Syariah	80
9.	Tanggapan Responden mengenai Produk Al-Qardhul Hasan dalam Konsep Bagi hasil pada Bank Muamalat Indonesia dan BRI Syariah	83
10.	Tanggapan Responden mengenai Produk Al-Mudharabah dalam Konsep Bagi hasil pada Bank Muamalat Indonesia dan BRI Syariah	86
11.	Tanggapan Responden Mengenai Keputusan Nasabah dalam Memilih Liability Produk pada BRI Syariah dan Bank Muamalat Indonesia.....	89
12.	Tanggapan Responden mengenai Al-Wadiah atas Konsep Bagi hasil pada Bank BRI Syariah dan Bank Muamalat Indonesia.....	97
13.	Tanggapan Responden mengenai Al-Musyarakah atas Konsep Bagi hasil pada Bank BRI Syariah dan Bank Muamalat Indonesia.....	100
14.	Tanggapan Responden mengenai Al-Mudharabah atas Konsep Bagi hasil pada Bank BRI Syariah dan Bank Muamalat Indonesia.....	103
15.	Tanggapan Responden mengenai Al-Qhardul-Hasan atas Konsep Bagi hasil pada Bank BRI Syariah dan Bank Muamalat Indonesia.....	106

16.	Tanggapan Responden mengenai Resiko atas Keputusan nasabah dalam memilih Liability Produk pada Bank BRI Syariah dan Bank Muamalat Indonesia	109
17.	Tanggapan Responden mengenai Pendapat terhadap Keputusan nasabah dalam memilih Liability Produk pada Bank BRI Syariah dan Bank Muamalat Indonesia.....	112
18.	Tanggapan Responden mengenai Manfaat terhadap Keputusan nasabah dalam memilih Liability Produk pada Bank BRI Syariah dan Bank Muamalat Indonesia.....	114
19.	Tanggapan Responden mengenai Tujuan terhadap Keputusan nasabah dalam memilih Liability Produk pada Bank BRI Syariah dan Bank Muamalat Indonesia	117
20.	Tanggapan Responden mengenai Pelayanan terhadap Keputusan nasabah dalam memilih Liability Produk pada Bank BRI Syariah dan Bank Muamalat Indonesia.....	119
21.	Rotated Component Matriks dari 14 Pertanyaan dalam kuesioner	122
22.	Hasil Olahan Data Validitas Data Kuesioner dalam Konsep Bagi Hasil.....	124
23.	Hasil Olahan Data Reliabilitas Data Kuesioner	126
24.	Hasil Olahan Data Reliabilitas Data Kuesioner dalam Konsep Bagi Hasil	128
25.	Hasil Pengujian Hipotesis dengan Menggunakan Mann-Whitney Test dengan Menggunakan SPSS Versi 12 untuk produk Al-Wadiah	130
26.	Hasil Pengujian Hipotesis dengan Menggunakan Mann-Whitney Test dengan Menggunakan SPSS Versi 12 untuk produk Al-Musarakah	131
27.	Hasil Pengujian Hipotesis dengan Menggunakan Mann-Whitney Test dengan Menggunakan SPSS Versi 12 untuk produk Al-Qardhul Hasan.....	133
28.	Hasil Pengujian Hipotesis dengan Menggunakan Mann-Whitney Test dengan Menggunakan SPSS Versi 12 untuk produk Al-Mudharabah	134
29.	Hasil Pengujian Hipotesis dengan Menggunakan Mann-Whitney Test dengan Menggunakan SPSS Versi 12 keputusan nasabah dalam memilih liability produk	136

DAFTAR GAMBAR

Nomor	Teks	Halaman
1.	Fungsi Bank	12
2.	Struktur Organisasi Perusahaan Bank BRI Syariah	59
3.	Struktur Organisasi Perusahaan Bank Muamalat Indonesia.....	61

PROPOSAL TESIS

**PERBEDAAN PERSEPSI KONSEP BAGI HASIL BANK BRI SYARIAH
DAN BANK MUAMALAT INDONESIA TERHADAP KEPUTUSAN
NASABAH DALAM MEMILIH LIABILITY PRODUCT**



Oleh :

IRWAN MISBACH

No Pokok : P1700203019

**PROGRAM PASCASARJANA
UNIVERSITAS HASANUDDIN
MAKASSAR
2007**

PROPOSAL TESIS

**PERBEDAAN PERSEPSI KONSEP BAGI HASIL BANK BRI SYARIAH
DAN BANK MUAMALAT INDONESIA TERHADAP KEPUTUSAN
NASABAH DALAM MEMILIH LIABILITY PRODUCT**



Oleh :

IRWAN MISBACH

No Pokok : P1700203019

Disetujui Oleh :

Pembimbing I

Pembimbing II

PROF DR. OSMAN LEWANGKA, MA.

DRA. DEBORA RIRA, M.Si.

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
DAFTAR ISI	ii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Perumusan Masalah	4
C. Tujuan Penelitian	5
D. Manfaat penelitian	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	6
A. Pengertian Bank	6
B. Fungsi Bank	11
C. Pemasaran Bank	13
D. Pengertian Bagi Hasil	16
E. Konsep Dasar Bagi Hasil	18
F. Bank Berdasarkan Prinsip Syariah	26
G. <i>Liability Produk</i>	29
H. Keputusan Pelanggan	32
I. Kerangka Pikir	36
J. Hipotesis	38
BAB III METODE PENELITIAN	39
A. Obyek dan Waktu Penelitian	39
B. Populasi dan Sampel	39
C. Metode Pengumpulan Data	40
D. Jenis dan Sumber Data	41
E. Metode Analisis	42
F. Definisi Operasional	44
DAFTAR PUSTAKA	46

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perbankan dalam meningkatkan sektor perekonomian memegang peranan yang sangat penting terhadap peningkatan pertumbuhan ekonomi. Dengan pentingnya peranan perbankan, pihak bank dapat dipandang sebagai sistem moneter yang berfungsi dalam menghimpun dana secara efisien dan efektif, sehingga dapat dikatakan bahwa lembaga keuangan perbankan tidak hanya bertujuan untuk mengejar *profit* (laba) akan tetapi dapat juga sebagai media yang aktivitas usahanya untuk meningkatkan pertumbuhan ekonomi.

Dengan pentingnya peranan perbankan dalam meningkatkan pertumbuhan di sektor ekonomi maka salah satu upaya yang dilakukan oleh setiap sektor perbankan adalah peningkatan kinerja bank guna dapat mempertahankan kelangsungan hidup atau kontinuitas suatu perusahaan.

Salah satu upaya yang dilakukan oleh setiap lembaga keuangan perbankan dalam menjalankan kontinuitas usahanya adalah melalui penerapan pemasaran produk bank, dimana dengan penerapan pemasaran produk bank yang memadai, maka akan dapat berpengaruh terhadap peningkatan pendapatan jasa perbankan guna dapat mempertahankan kelangsungan hidupnya.

Dalam kaitannya dengan uraian tersebut di atas, salah satu faktor yang menjadi penunjang dalam pemasaran produk bank adalah yang berkaitan dengan keputusan nasabah dalam memilih produk bank. Namun yang menjadi titik pokok dalam penelitian ini adalah yang berkaitan dengan *liability product*, dimana *liability product* adalah segala produk perbankan yang bertujuan untuk menghimpun dana pelanggan dan jumlah dana yang dihimpun dari pelanggan, berupa giro, deposito berjangka dan tabungan.

Pemasaran perbankan sangatlah penting, dalam tesis ini yang menjadi titik pokok dalam penelitian ini adalah Bank Syariah, dimana prinsip bank syariah adalah dikenal dengan konsep bagi hasil.

Konsep bagi hasil yang diterapkan oleh Bank Syariah adalah menerapkan prinsip syariah Islam yaitu prinsip bank yang tidak menerapkan konsep pemberian bunga atau tingkat bunga sama dengan nol persen (*interest free banking system*). Kemudian perlu ditambahkan bahwa kegiatan bank syariah dalam pemasaran bank pada dasarnya sama dengan bank umum lainnya.

Perbedaan bank umum dengan bank syariah yaitu penekanan bank umum menghimpun dana dari masyarakat dan menyalurkan kembali dananya kepada masyarakat dengan menerapkan konsep pemberian bunga, sedangkan prinsip bank syariah adalah segala pendapatan bank yang berasal dari dana yang dipinjamkan kepada nasabah tidak didasari dari

selisih tingkat bunga antara simpanan dan pinjaman yang diberikan, namun berdasarkan konsep bagi hasil.

Dalam hubungannya dengan prinsip bank syariah dalam pemasaran *liability product*, penulis melakukan analisis konsep bagi hasil dengan obyek penelitian pada bank BRI Syariah dan Bank Muamalat Indonesia.

Dimana melalui penerapan konsep bagi hasil dalam pemasaran *liability product* maka perlu dilakukan perbandingan penerapan konsep bagi hasil oleh Bank BRI Syariah dan Bank Muamalat Indonesia di Makassar. Dalam perbandingan tersebut di atas maka dapat diketahui sejauh mana perbandingan konsep bagi hasil menurut Bank BRI Syariah dan Bank Muamalat Indonesia serta hubungannya dengan keputusan nasabah dalam memilih *liability product*.

Pada tabel dibawah ini disajikan jumlah nasabah *liability product* pada Bank BRI Syariah dan Bank Muamalat Indonesia.

Tabel 1. Jumlah Nasabah *Liability Product* pada Bank Syariah dan Bank Muamalat Indonesia

Tahun	Nasabah <i>Liability Product</i> Bank BRI Syariah (Orang)	Nasabah <i>Liability Product</i> Bank Muamalat Indonesia (Orang)
2002	2.618	3.218
2003	2.914	3.416
2004	3.016	3.921
2005	3.431	4.025
2006	4.039	4.441

Sumber : Bank BRI Syariah dan Bank Muamalat Indonesia

Tabel 1, menunjukkan bahwa jumlah nasabah *liability product*, kedua bank mengalami peningkatan dari tahun ke tahun. Dengan adanya peningkatan nasabah *liability product*, maka perlu ditunjang oleh adanya analisis penerapan konsep bagi hasil dalam hubungannya dengan keputusan nasabah dalam memilih *liability product*.

Berdasarkan uraian tersebut di atas maka penulis tertarik dalam memilih judul penelitian ini :

” Persepsi Konsep Bagi Hasil Bank BRI Syariah dan Bank Muamalat Indonesia terhadap keputusan Nasabah dalam Memilih *Liability Product*.”

B. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dikemukakan sebelumnya maka dapat disajikan rumusan masalah yaitu sebagai berikut :

” Apakah terdapat perbedaan persepsi konsep bagi hasil pada Bank BRI Syariah dan Bank Muamalat Indonesia terhadap keputusan nasabah dalam memilih *liability product*.”

C. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui sejauh mana persepsi mengenai konsep bagi hasil antara bank BRI Syariah dan Bank Muamalat Indonesia.
2. Untuk menganalisis persepsi konsep bagi hasil antara bank BRI Syariah dan Bank Muamalat Indonesia terhadap keputusan nasabah dalam memilih *liability product*.

D. Manfaat Penelitian

Sedangkan manfaat penelitian ini adalah :

1. Untuk memberikan sumbangan pikiran kepada pihak pengelola Bank Syariah terhadap penerapan konsep bagi hasil.
2. Sebagai bahan referensi bagi yang berminat untuk memperdalam masalah konsep bagi hasil dan hubungannya dengan keputusan nasabah dalam memilih *liability product*.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Pengertian Bank

Di negara maju kata bank sudah bukan merupakan kata yang asing. Bank sudah merupakan mitra dalam rangka memenuhi semua kebutuhan keuangan. Bank dijadikan tempat untuk melakukan berbagai transaksi yang berhubungan dengan keuangan seperti tempat mengamankan uang, melakukan pembayaran atau melakukan penagihan.

Menyebut kata bank setiap orang selalu mengaitkannya dengan uang, sehingga selalu saja ada anggapan bahwa yang berhubungan dengan bank selalu ada kaitannya dengan uang. Hal ini tidak salah, karena bank memang merupakan lembaga keuangan atau perusahaan yang bergerak di bidang keuangan. Sebagai lembaga keuangan bank menyediakan berbagai jasa keuangan.

Dalam perkembangan selanjutnya kegiatan operasional perbankan bertambah lagi menjadi tempat penitipan uang atau yang disebut sekarang ini kegiatan simpanan. Kemudian kegiatan perbankan berkembang dengan kegiatan peminjaman uang yaitu dengan cara uang yang semula disimpan oleh masyarakat, oleh perbankan dipinjamkan kembali ke masyarakat yang membutuhkannya. Bank sudah merupakan mitra dalam rangka memenuhi

semua kebutuhan keuangan mereka. Bank dijadikan sebagai tempat untuk melakukan berbagai transaksi yang berhubungan dengan keuangan seperti : tempat mengamankan uang, melakukan investasi, pengiriman uang, melakukan pembayaran atau melakukan penagihan.

Para nasabah pada masa sekarang ini lebih memilih bank yang dapat berperan sebagai mitra usaha dan juga sebagai penasehat atau konsultan bagi nasabah didalam pengambilan keputusan bisnis. Dalam hal ini pola perilaku dan pemikiran manajemen bank perlu diubah, dari sikap yang dahulu cukup dengan “menunggu” nasabah menjadi sikap agresif, mampu menjabarkan situasi yang sedang dihadapi dan mampu melihat ke depan, sehingga para nasabah akan merasa bahwa, bank merupakan penasehatnya yang terpercaya. Hal itu harus didukung dengan peningkatan kualitas pelayanan terhadap nasabah dan kegiatan ini haruslah merupakan tugas harian semua tingkatan manajer dan staf bank.

Bank didefinisikan dari berbagai sudut pandang. Secara sederhana Kasmir (2001 : 11) mendefinisikan bank sebagai : ”lembaga keuangan yang kegiatan utamanya adalah menghimpun dana dari masyarakat dan menyalurkannya kembali dana tersebut ke masyarakat serta memberikan jasa bank lainnya.”

Lain halnya menurut Hasibuan (2001 : 1) bank adalah ”badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan

menyalurkannya kepada masyarakat dalam bentuk kredit dan/atau bentuk-bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat banyak”.

Dengan demikian tidaklah ringan tugas-tugas yang harus dijalankan oleh bank dalam melayani nasabah dan oleh karenanya harus pula didukung oleh pengelolaan yang terpadu dari masing-masing bagian.

Menurut Undang-Undang Perbankan Nomor 10 tahun 1998 yang dimaksud dengan Bank adalah badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya kepada masyarakat dalam bentuk kredit dan atau bentuk-bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat banyak.

Menurut F.E. Perry yang dikutip oleh Slamet (1998 : 12) menyatakan bahwa :

Bank adalah suatu badan usaha yang transaksinya berkaitan dengan uang, menerima simpanan (deposito) dari nasabah, menyediakan dana atas setiap penarikan, melakukan penagihan cek-cek atas perintah nasabah, memberikan kredit dan atau menanamkan kelebihan simpanan tersebut sampai dibutuhkan untuk membayarkan kembali.

Dari pengertian di atas, dapat ditarik kesimpulan bahwa bank merupakan lembaga keuangan yang menghimpun dana dari masyarakat dan menyalurkannya kembali ke masyarakat dalam bentuk kredit. Hal ini menunjukkan bahwa betapa besarnya peranan perbankan dalam pembangunan, yaitu dapat mendorong kelancaran produksi dan

pembangunan serta dapat memperluas kesempatan kerja yang semuanya bertujuan untuk meningkatkan taraf hidup rakyat.

Bank selaku pelaksana lalu lintas pembayaran (LPP) berarti bank menjadi pelaksana penyelesaian pembayaran transaksi komersial atau finansial dari pembayar ke penerima. Lalu lintas pembayaran diartikan sebagai proses penyelesaian transaksi komersial dan/atau finansial dari pembayar kepada penerima melalui media bank.

Strategi bank dalam menghimpun dana adalah dengan memberikan rangsangan berupa balas jasa yang menarik dan menguntungkan. Balas jasa tersebut dapat berupa bunga bagi bank yang berdasarkan prinsip *konvensional* dan bagi hasil, bagi bank yang berdasarkan prinsip syariah. Kemudian rangsangan lainnya dapat berupa cinderamata, hadiah, pelayanan atau balas jasa lainnya. Semakin beragam dan menguntungkan balas jasa yang diberikan, akan menambah minat masyarakat untuk menyimpan uangnya. Oleh karena itu pihak perbankan harus memberikan berbagai rangsangan dan kepercayaan sehingga masyarakat berminat untuk menanamkan dananya di bank.

Lain halnya menurut Sumarni (2002 : 64) bank adalah : " lembaga yang mempunyai tugas pokok menghimpun dana dari masyarakat dan memberikan kredit serta jasa-jasa dalam memperlancar arus pembayaran uang."

Sedangkan menurut Dendawijaya (2001 : 25) bahwa :

"Bank adalah suatu jenis lembaga keuangan yang melaksanakan berbagai macam jasa, seperti memberikan pinjaman, mengedarkan mata uang, pengawasan terhadap mata uang, bertindak sebagai tempat penyimpanan benda-benda berharga, membiayai perusahaan-perusahaan dan lain-lain."

Jadi pengertian di atas mengandung pengertian bahwa, bank adalah suatu badan usaha berniagaan uang. Oleh sebab itu tujuan utama dari suatu bank dapat disebutkan yaitu untuk meningkatkan dan mempertahankan keuntungan yang diperolehnya. Keuntungan yang dimaksud di sini adalah yang selaras dengan operasi bisnis bank dan sesuai dengan perundang-undangan serta kebijakan yang berlaku pada suatu negara.

Kemudian definisi yang sama dikemukakan oleh Verryn Stuartt dalam Suyatno dkk. (2001 : 1) bahwa :

"Bank adalah suatu badan yang bertujuan untuk memuaskan kebutuhan kredit, baik dengan alat-alat pembayarannya sendiri atau dengan uang yang diperolehnya dari orang lain, maupun dengan jalan mengedarkan alat-alat penukar berupa uang giral atau jenis uang lainnya."

Berdasarkan definisi yang telah dikemukakan di atas, dapat disimpulkan bahwa bank adalah lembaga keuangan yang tugas pokoknya adalah menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk giro, deposito, tabungan dan menyalurkannya kembali dalam bentuk kredit kepada mereka yang membutuhkan.

B. Fungsi Bank

Sebagaimana diketahui bank adalah sendi kemajuan masyarakat dan berperan dalam mendorong pertumbuhan perekonomian suatu bangsa karena bank adalah pengumpul dana dan penyalur kredit, tempat menabung yang efektif, sebagai pelaksana dan memperlancar lalu lintas pembayaran dengan aman, praktis dan ekonomis, dapat menjamin penyelesaian perdagangan dengan penerbitan L/C dan dapat dijadikan sebagai penjamin penyelesaian proyek dengan menerbitkan garansi bank.

Fungsi sebagai bank sirkulasi adalah mengatur peredaran keuangan suatu negara, sedangkan fungsi sebagai bank to bank adalah mengatur perbankan di suatu negara. Kemudian fungsi sebagai *lender of the last resort* adalah sebagai tempat peminjaman yang terakhir.

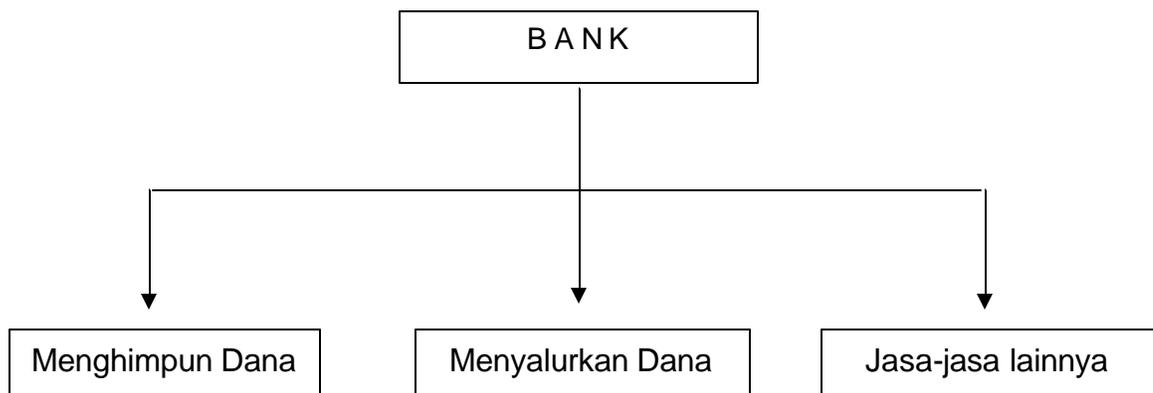
Berdasarkan uraian tersebut, maka secara singkat fungsi bank itu sendiri dirumuskan dalam undang-undang perbankan yang kemudian dikutip oleh Hasibuan (2001 : 3) bahwa fungsi utama suatu jasa perbankan adalah sebagai penghimpun dan penyalur dana dari masyarakat.

Fungsi bank itu sendiri juga dapat dilihat dari jenis bank yang bersangkutan, yang menurut Suyatno dkk. (2001 : 17) adalah sebagai berikut :

1. Bank sentral yaitu bank yang fungsinya adalah mengatur, menjaga dan memelihara kestabilan nilai rupiah, mendorong kelancaran produksi dan pembangunan serta memperluas kesempatan kerja guna meningkatkan taraf hidup rakyat.
2. Bank pembangunan, yaitu bank yang fungsinya mengumpulkan dana dan menerima simpanan dalam bentuk deposito dan atau mengeluarkan kertas berharga jangka menengah dan panjang, memberikan kredit jangka menengah dan panjang di bidang pembangunan.
3. Bank umum, yaitu bank yang fungsi utamanya adalah mengumpulkan dana dan menerima simpanan dalam bentuk giro dan deposito serta memberikan kredit jangka pendek.
4. Bank tabungan, yaitu bank yang fungsinya mengumpulkan dana dan menerima simpanan dalam bentuk tabungan dan dalam usahanya terutama memperbunkakan dananya dalam kertas berharga.
5. Bank desa, yaitu bank yang fungsinya menerima simpanan dalam bentuk uang dan natura (padi, jagung dan sebagainya) dan dalam usahanya memberikan kredit jangka pendek dalam bentuk uang maupun dalam bentuk natura kepada sektor pertanian dan perdagangan.

Untuk lebih jelasnya secara ringkas kegiatan bank sebagai lembaga keuangan dapat dilihat pada skema berikut ini :

Gambar 1. Fungsi Bank



Sumber : Kasmir, 2002, hal. 56

C. Pemasaran Bank

Kegiatan pemasaran selalu ada dalam setiap usaha, baik usaha yang berorientasi *profit* maupun usaha-usaha sosial. Pentingnya pemasaran dilakukan dalam rangka memenuhi kebutuhan dan keinginan masyarakat akan suatu produk atau jasa. Pemasaran menjadi semakin penting dengan semakin meningkatnya pengetahuan masyarakat. Kemudian juga dalam rangka menghadapi para pesaing yang dari waktu ke waktu semakin meningkat.

Dalam melakukan kegiatan pemasaran suatu perusahaan tentu memiliki beberapa tujuan yang hendak dicapai, baik tujuan jangka pendek maupun tujuan jangka panjang. Ada beberapa tujuan suatu perusahaan melakukan kegiatan pemasaran antara lain :

1. Memenuhi kebutuhan akan suatu produk maupun jasa
2. Memenuhi keinginan para pelanggan akan suatu produk atau jasa
3. Meningkatkan penjualan dan laba
4. Ingin menguasai pasar dan menghadapi pesaing

Bagi dunia perbankan yang merupakan badan usaha yang berorientasi profit, kegiatan pemasaran sudah merupakan suatu kebutuhan utama. Tanpa kegiatan pemasaran jangan diharapkan kebutuhan dan keinginan pelanggannya akan terpenuhi. Oleh karena itu bagi dunia perbankan perlu mengemas kegiatan pemasarannya secara terpadu dan

terus menerus melakukan riset pasar. Pemasaran harus dikelola secara profesional, sehingga kebutuhan dan keinginan pelanggan akan segera terpenuhi.

Menurut Kasmir (2001 : 154) pemasaran bank adalah :

"Suatu proses perencanaan, pelaksanaan dan pengendalian dari kegiatan menghimpun dana, menyalurkan dana dan memberikan jasa-jasa lainnya dalam rangka memenuhi kebutuhan, keinginan dan kepuasan nasabahnya."

Dari pengertian tersebut dapat diuraikan bahwa manajemen pemasaran bank merupakan usaha untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan para nasabahnya terhadap produk dan jasa perbankan melalui perencanaan, pelaksanaan dan pengendalian secara terus menerus, sehingga dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan nasabah serta juga akan memberikan kepuasan kepada para nasabahnya.

Sedangkan Sumarni (2002 : 6) mengemukakan bahwa :

"Pemasaran bank adalah suatu proses sosial dan manajerial antara individu atau kelompok dengan individu atau kelompok lain agar mereka memperoleh apa yang dibutuhkan dan diinginkan melalui penciptaan, penawaran dan pertukaran segala sesuatu yang bernilai."

Dalam kegiatan pemasaran terdapat beberapa konsep yang mana masing-masing konsep memiliki tujuan yang berbeda. Konsep ini timbul dari satu periode ke periode lainnya akibat perkembangan pengetahuan baik produsen maupun konsumen, dikaitkan dengan jenis usaha dan tujuan perusahaan yang bersangkutan.

Ada 5 konsep dalam pemasaran di mana masing-masing konsep saling bersaing satu sama lainnya. Konsep-konsep yang dimaksud adalah :

1. Konsep produksi, yaitu merupakan konsep yang menekankan kepada volume produksi yang seluas-luasnya (distribusi) dengan harga serendah mungkin.
2. Konsep produk, merupakan konsep yang menekankan kepada kualitas, penampilan dan ciri-ciri yang terbaik.
3. Konsep penjualan, dalam konsep ini kegiatan pemasaran ditekankan lebih agresif melalui usaha-usaha promosi yang gencar.
4. Konsep pemasaran, merupakan konsep yang bersifat kemasyarakatan, konsep ini menekankan kepada penentuan kebutuhan, keinginan dan minat pasar serta memberikan kepuasan sehingga memberikan kesejahteraan konsumen dan masyarakat.

Bagi dunia perbankan konsep yang paling tepat untuk diaplikasikan adalah konsep pemasaran yang bersifat kemasyarakatan atau paling tidak menggunakan konsep pemasaran. Dalam konsep pemasaran tersebut tertuang bahwa pelanggan adalah segalanya. Kebutuhan, keinginan dan kepuasan pelanggan benar-benar harus diperhatikan. Tujuannya adalah agar pelanggan tetap setia menggunakan produk-produk atau jasa-jasa yang dihasilkan oleh bank.

D. Pengertian Persepsi

Menurut Harold J. Leavitt yang diterjemahkan oleh Zarkasi (1997 : 27), persepsi dalam arti sempit adalah penglihatan, bagaimana cara seseorang memandang atau melihat sesuatu. Sedangkan dalam arti luas, persepsi adalah pandangan atau penglihatan, yaitu bagaimana seseorang memandang atau mengartikan sesuatu.

Wilson yang dikutip oleh Munir (2005 : 10) menyatakan bahwa :

”Persepsi adalah interpretasi yang tinggi terhadap lingkungan manusia dan mengolah proses informasi tersebut. Mekanisme persepsi merupakan peristiwa *phsyca*l dan proses eksternal yang membangkitkan persepsi dan dapat memberikan efek ke lingkungan yang dapat mempengaruhi dan dipengaruhi oleh susunan syaraf pusat. Manusia secara umum menerima informasi dan lingkungan lewat proses yang sama. Oleh karena itu, dalam memahami persepsi harus ada proses dimana ada informasi yang diperoleh lewat memory organisme yang hidup.”

Menurut Herbert dalam (Winardi, 2001 : 46) bahwa :

“Persepsi adalah sebuah proses internal yang bermanfaat sebagai alat penyaring (filter), dan sebuah metode untuk mengorganisasikan stimuli, yang memungkinkan kita menghadapi lingkungan kita. Proses persepsi tersebut menyediakan mekanisme melalui apa stimuli diseleksi, dan dikelompokkan dalam wujud yang berarti. Akibatnya adalah bahwa kita dapat lebih memahami gambaran total dengan lingkungan yang diwakili oleh persepsi atau pendapat.”

Menurut Stephen P. Robbins yang diterjemahkan oleh Hadyana Pujaatmaka (1996 : 124), persepsi dapat didefinisikan sebagai suatu proses dengan mana individu mengorganisasikan dan menafsirkan kesan indera mereka agar memberi makna bagi lingkungan mereka.

Berdasarkan definisi persepsi yang dikemukakan Stephen P. Robbins, maka Stephen lebih jauh menguraikan bahwa yang menjadi faktor yang mempengaruhi persepsi seseorang maupun masyarakat secara umum akan suatu hal, terbagi atas 3 (tiga) faktor utama yaitu :

1. Faktor pada pemersepsi, yang didasarkan atas :
 - a. Sikap
 - b. Motif
 - c. Kepentingan
 - d. Pengalaman
 - e. Pengharapan
2. Faktor dalam situasi, yang didasarkan atas :
 - a. Waktu
 - b. Keadaan/tempat kerja
 - c. Keadaan sosial
3. Faktor pada target, yang didasarkan atas :
 - a. Hal baru
 - b. Gerakan
 - c. Bunyi
 - d. Ukuran
 - e. Latar belakang
 - f. Kedekatan

Salah satu alasan mengapa persepsi demikian penting dalam hal menafsirkan dunia sekeliling kita adalah karena kita masing-masing sering mempersepsikan sesuatu, tetapi secara berbeda. Persepsi merupakan suatu proses yang hampir bersifat otomatis dan bekerja dengan cara yang hampir serupa dengan masing-masing individu. Tetapi sekalipun demikian, ia secara tipikal menghasilkan persepsi-persepsi yang berbeda.

E. Pengertian Bagi Hasil

Persoalan bunga bank yang disebut sebagai riba telah menjadi bahan perdebatan di kalangan pemikir dan fiqhi Islam. Untuk mengatasi persoalan tersebut, sekarang umat Islam telah mencoba mengembangkan paradigma perekonomian lama yang akan terus dikembangkan dalam rangka perbaikan ekonomi umat dan peningkatan kesejahteraan umat Islam. Realisasinya adalah berupa beroperasinya bank-bank yang tidak mendasarkan pada bunga, namun dengan sistem bagi hasil.

Menurut Peraturan Pemerintah No. 12 tahun 1992, Bank berdasarkan prinsip bagi hasil adalah Bank Umum atau BPR yang melakukan kegiatan usaha semata-mata berdasarkan prinsip bagi hasil. Oleh karena itu Bank Umum atau BPR yang memperoleh ijin sebagai Bank Konvensional (Bank Umum), tidak diperkenankan melakukan kegiatan perbankan dengan konsep bagi hasil. Lebih lanjut, aturan yang berkaitan dengan Bank Umum

berdasarkan Prinsip Syariah diatur dalam Surat Keputusan Direksi Bank Indonesia No. 32/34/KEP/DIR tanggal 12 Mei 1999 (Muhammad, 2004 : 6)

Disamping itu, terbitnya PP No. 72 tahun 1992 tentang bank bagi hasil yang secara tegas memberikan batasan bahwa : “ bank bagi hasil tidak boleh melakukan kegiatan usaha yang tidak berasaskan prinsip bagi hasil (bunga), sebaliknya pula bank yang kegiatan usahanya tidak berdasarkan prinsip bagi hasil tidak diperkenankan melakukan kegiatan usaha berdasarkan prinsip bagi hasil” (pasal 6)

Prinsip bagi hasil adalah prinsip yang berdasarkan syariah Islam yang digunakan oleh bank berdasarkan prinsip bagi hasil dalam :

1. Menetapkan imbalan yang akan diperoleh pelanggan sehubungan dengan penggunaan dana pelanggan yang dipercayakan kepadanya.
2. Menetapkan imbalan yang akan diterima sehubungan dengan penyediaan dana kepada pelanggan baik dalam bentuk pembiayaan maupun dalam bentuk investasi dan modal kerja.

Jadi pada dasarnya prinsip bagi hasil adalah suatu prinsip yang meliputi tata cara pembagian hasil usaha antara penyedia dana dan pengelola dana. Pembagian hasil usaha ini dapat terjadi antara bank dan penyimpan dana maupun antara bank dengan penerima dana dalam hal ini kreditur.

Dalam prinsip ini dikenal tiga istilah yang dikutip Muhammad (2004 : 9) dari buku "Pengenalan Umum Bank Syariah" yang ditulis oleh M. Syafi'i Antonio, yaitu :

1. Musyarakah, perjanjian kerjasama antara dua pihak atau lebih pemilik modal (uang atau barang) untuk membiayai suatu usaha. Keuntungan dari usaha tersebut dibagi sesuai dengan perjanjian antara pihak-pihak tersebut, yang tidak harus sama dengan pangsa modal masing-masing.
2. Mudharabah, perjanjian antara pemilik modal (uang atau barang) dengan pengusaha. Dalam perjanjian ini pemilik modal bersedia membiayai sepenuhnya suatu proyek atau usaha dan pengusaha setuju untuk mengelola proyek tersebut dengan pembagian hasil sesuai dengan perjanjian. Pemilik modal tidak dibenarkan membuat usulan dan melakukan pengawasan. Apabila usaha yang diawasi mengalami kerugian, maka kerugian tersebut sepenuhnya ditanggung pemilik modal, kecuali kerugian itu terjadi karena penyelewengan atau penyalahgunaan pengusaha.
3. Muzara'ah memberikan lahan pertanian kepada si penggarap untuk ditanami dan dipelihara dengan imbalan tertentu (prosentase) dari hasil panen.

Prinsip Mudharabah dijadikan dasar pengembangan produk tabungan dan deposito (*liability product*). Sementara prinsip Musyarakah dan Muzara'ah digunakan sebagai dasar pengembangan produk pembiayaan.

E. Konsep Dasar Bagi Hasil

Adanya tuntutan perkembangan, menyebabkan Undang-undang Perbankan Nomor 7 tahun 1992 kemudian direvisi menjadi Undang-Undang Perbankan Nomor 10 tahun 1998. Undang-undang ini melakukan revisi beberapa pasal yang dianggap penting, dan merupakan aturan hukum secara leluasa menggunakan istilah syariah dengan tidak lagi menggunakan istilah bagi hasil. Diantara perubahan tersebut yang berkaitan langsung dengan keberadaan Bank Syariah adalah :

- a) Pasal 1 ayat 12 menyatakan "Pembiayaan berdasarkan prinsip syariah adalah penyediaan uang atau tagihan yang dipersamakan dengan itu berdasarkan persetujuan atau kesepakatan antara bank dengan pihak lain yang mewajibkan pihak yang dibiayai untuk mengembalikan uang atau tagihan tersebut setelah jangka waktu tertentu dengan imbalan atau bagi hasil.
- b) Pasal 1 ayat 13 berbunyi : "Prinsip syariah adalah aturan perjanjian berdasarkan hukum Islam antara bank dengan pihak lain untuk menyimpan dana dan pembiayaan usaha, atau kegiatan lainnya yang dinyatakan sesuai syariah, antara lain pembiayaan berdasarkan prinsip

bagi hasil (*mudharabah*), pembiayaan berdasarkan prinsip penyertaan modal (*musharakah*), prinsip jual beli barang dengan memperoleh keuntungan (*murabahah*), atau pembiayaan barang modal berdasarkan prinsip sewa murni tanpa pilihan (*ijarah*), atau dengan adanya pilihan pemindahan kepemilikan atas barang yang disewa dari pihak bank oleh pihak lain (*ijarah wa iqtina*)

- c) Ketentuan pasal 6 huruf m diubah, sehingga Pasal 6 huruf m menjadi berbunyi sebagai berikut "menyediakan pembiayaan dan atau melakukan kegiatan lain berdasarkan prinsip syariah sesuai dengan ketentuan yang ditetapkan oleh Bank Indonesia.
- d) Ketentuan Pasal 13 huruf c diubah, sehingga Pasal 13 huruf c menjadi berbunyi sebagai berikut : "menyediakan pembiayaan dan penempatan dana berdasarkan prinsip syariah, sesuai dengan ketentuan yang ditetapkan oleh Bank Indonesia.

Untuk lebih jelasnya, perlu dipahami beberapa konsep dalam kegiatan operasional Bank Syariah. Konsep tersebut antara lain :

1. Al-Wadiah

Adalah sarana penyimpanan dana dengan pengelolaan berdasarkan prinsip Al-Wadiah yang penarikannya dapat dilakukan setiap saat dengan menggunakan media cek atau bilyet giro. Dengan prinsip tersebut tabungan nasabah akan diinvestasikan bank secara produktif dalam bentuk pembiayaan kepada berbagai jenis usaha dari usaha kecil dan menengah

sampai pada tingkat korporat secara profesional tanpa melupakan prinsip syariah. Bank menjamin keamanan dana nasabah secara utuh, dan ketersediaan dana setiap saat guna membantu kelancaran transaksi.

Manfaat tabungan Al-Wadiah adalah mempermudah transaksi bisnis dan memberikan rasa aman serta terjaminnya dana, serta nasabah dapat memperoleh bonus sesuai kebijakan bank.

Al-Wadiah merupakan titipan murni yang dipercaya oleh pemiliknya.
(Warkum, 1996 : 31)

Terdapat dua jenis Al-Wadiah, antara lain :

a) Al-Wadiah Amanah

Pihak penyimpan tidak bertanggung jawab terhadap kerusakan atau kehilangan barang yang disimpan, yang tidak diakibatkan oleh perbuatan atau kelalaian penyimpan.

b) Al-Wadiah Dhamanah

Pihak penyimpan dengan atau tanpa ijin pemilik barang dapat memanfaatkan barang yang dititipkan dan bertanggung jawab atas kerusakan dan kehilangan barang yang disimpan. Semua manfaat dan keuntungan yang diperoleh dalam penggunaan barang tersebut menjadi hak pemakai.

Dasar hukum Al-Wadiah adalah :

Sesungguhnya Allah menyuruh kamu untuk menyampaikan amanah (titipan), kepada yang berhak (QS. An-Nisa : 58)

Jika sebahagian kamu mempercayai sebahagian yang lain, maka hendaklah yang dipercayai itu menunaikan amanat (utangnya), hendaklah ia bertaqwa kepada tuhan. (QS. Al-Baqarah : 238)

Sifat-sifat Al-Wadiah

- Giro Wadiah merupakan titipan (wadiah yad dhamanah) yang dengan seizin penitip dapat dipergunakan oleh bank
- Sebagai konsekuensi dari wadiah yad dhamanah (menjamin keutuhan dana)
- Merupakan salah satu cara penyimpanan dana, alat pembayaran giral dengan menggunakan media cek, bilyet giro, dan perintah bayar lainnya
- Bank atas kehendaknya sendiri, tanpa perjanjian dan *understanding* di muka dapat memberikan semacam bonus kepada para nasabahnya.

2. Al-Mudharabah

Tabungan Al-Mudharabah adalah salah satu jenis simpanan berdasarkan prinsip *mudharabah al-muthlaqoh* dan diperuntukkan untuk nasabah yang menginginkan dananya diinvestasikan secara syariah. Dana tersebut diinvestasikan secara produktif dalam bentuk pembiayaan kepada berbagai jenis usaha dari usaha kecil dan menengah sampai pada tingkat korporat secara profesional tanpa melupakan prinsip syariah. Atas investasi dana tersebut, akan diberikan bagi hasil sesuai nisbah yang telah disepakati bersama antara Bank dan nasabah.

Perjanjian antara pemilik modal (uang dan barang) dengan pengusaha Mudharabah merupakan hubungan berserikat antara dua pihak yaitu pemilik dana atau harta dan pihak yang memiliki keahlian atau pengalaman. Pemilik modal tidak dibenarkan ikut dalam pengelolaan usaha tetapi diperbolehkan membuat usulan dan melakukan pengawasan. Apabila usaha yang dibiayai mengalami kerugian, maka kerugian sepenuhnya ditanggung oleh pemilik modal, kecuali apabila kerugian tersebut karena penyelewengan atau penyalahgunaan pengusaha.

Dasar hukum Al-Mudharabah :

- ” Dan sebahagian dari mereka orang-orang yang berjalan di muka bumi mencari sebagian karunia Allah”. (Q.S : Al-Muzmmil : 20)
- ” Tidak ada dosa (halangan) bagimu untuk mencari karunia dari Tuhanmu”
(QS : Al-Baqarah : 198)

Manfaat Tabungan Mudharabah adalah keamanan dan terjaminnya dana tabungan nasabah, bagi hasil yang kompetitif yang diberikan setiap bulan secara langsung ke rekening Tabungan Mudharabah.

Sifat-sifat deposito Mudharabah adalah :

- a) Deposito Mudharabah adalah investasi melalui simpanan pihak ketiga yang penarikannya hanya dapat dilakukan dalam jangka waktu tertentu (jatuh tempo) dengan mendapatkan imbalan bagi hasil.
- b) Imbalan dibagi dalam bentuk berbagi pendapatan (*revenue sharing*) atau penggunaan dana itu secara syariah dengan rasio pembagian

pendapatan misalnya 60 : 40 , yaitu 60 % bagi deposan dan 40 % bagi bank.

- c) Jangka waktu deposito Mudharabah berkisar antara 1 bulan, 3 bulan, 6 bulan dan 12 bulan.

Sifat-sifat Tabungan Mudharabah

- a) Tabungan Mudharabah (TABAH) adalah simpanan pihak ketiga di Bank Syariah yang penarikannya dapat dilakukan setiap saat atau beberapa kali sesuai dengan perjanjian.
- b) Dalam hal ini Bank Syariah bertindak sebagai Mudharib dan deposan sebagai shahib al mal.
- c) Bank sebagai Mudharib akan membagi keuntungan kepada shahib al mal sesuai dengan nisbah yang telah disetujui bersama. Pembagian keuntungan dapat dilakukan setiap bulan berdasarkan saldo minimal yang mengendap selama periode tersebut.

3. Al-Musyarakah

Menurut Siamat (1995 : 125), Al-Musyarakah adalah perjanjian dua pihak atau lebih pemilik modal untuk membiayai suatu usaha. Keuntungan dari usaha tersebut dibagi sesuai dengan persetujuan antara pihak-pihak tersebut. Dalam hal kerugian, maka pembagian kerugian dilakukan sesuai dengan pangsa modal masing-masing. Sistem musyarakah ini merupakan konsep dasar bagi Bank Syariah. Di sini bank bukan saja sebagai pensuplai

dana, akan tetapi juga sebagai partner bagi nasabah. Hubungan antara bank dan nasabahnya merupakan hubungan kerjasama bukan hubungan sebagai kreditur dan debitur sebagaimana halnya dalam praktik bank umum yang lazim lainnya.

4. Al-Murabah

Persetujuan jual beli barang dengan harga sebesar harga pokok ditambah dengan keuntungan yang disepakati bersama. Persetujuan tersebut juga meliputi cara membayar sekaligus.

5. Al-Ba'i Bithaman Ajil

Bai Bithaman Ajil berarti pembelian dengan pembayaran cicilan. Pembiayaan Bai Bithaman Ajil adalah pembiayaan yang diberikan kepada nasabah dalam rangka pemenuhan kebutuhan barang modal. Pembiayaan Bai Bitsaman Ajil mirip dengan Kredit Investasi yang diberikan oleh bank-bank komersial dan karenanya pembiayaan ini berjangka waktu di atas satu tahun (*long run financing*)

Persetujuan jual beli suatu barang dengan harga pasar sebesar harga pokok ditambah dengan keuntungan yang disepakati bersama. Persetujuan ini termasuk pula jangka waktu pembayaran dan jumlah angsuran.

6. Al-Qardhul-Hasan

Al-Qardhul-Hasan atau *Benevolent Loan* adalah suatu pinjaman lunak yang diberikan atas dasar kewajiban sosial semata-mata dan peminjam tidak

dituntut untuk mengembalikan kecuali modal pinjaman. Perjanjian pinjam meminjam uang atau barang dengan tujuan untuk membantu penerima pinjaman. Penerima pinjaman wajib mengembalikan hutangnya pada waktunya maka peminjam tidak boleh dikenai sanksi. Atas kerelaannya, peminjam diperbolehkan memberikan imbalan kepada pemilik uang atau barang.

7. Penentuan nisbah bagi hasil

Berbeda dengan penentuan tingkat suku bunga, dimana seperti yang dikemukakan sebelumnya bahwa tingkat suku bunga ditentukan dan dipengaruhi oleh beberapa faktor. Penentuan nisbah bagi hasil bagi bank syariah dilakukan oleh Dewan Syariah dengan mempertimbangkan unsur-unsur dalam pengelolaan dana yang antara lain : biaya operasional dalam mengelola dana, laba perusahaan dan pembagian keuntungan kepada pemilik (saham).

F. Pengertian Bank Syariah

Sejak awal kelahirannya, perbankan syariah dilandasi dengan kehadiran dua gerakan *renaissance* Islam modern. Tujuan utama dari pendirian lembaga keuangan yang berlandaskan etika Islam ini adalah tiada lain sebagai upaya kaum muslim untuk mendasari segenap aspek kehidupan ekonominya berlandaskan Al Qur'an dan As Sunnah.

Dengan disetujuinya Undang-Undang No. 18 tahun 1998, yang mana didalamnya diatur dengan rinci landasan hukum serta jenis-jenis usaha dapat dioperasikan dan diimplementasikan oleh Bank Syariah. Undang-Undang tersebut juga memberikan arahan bagi bank-bank konvensional untuk membuka cabang Syariah atau bahkan mengkonversikan diri secara total menjadi bank Syariah.

Menurut Muhamad (2004 : 13), Bank Islam atau disebut dengan bank Syariah adalah bank yang beroperasi dengan tidak mengandalkan bunga atau bank tanpa bunga. Atau dengan kata lain, Bank Islam atau Bank Syariah adalah lembaga keuangan yang usaha pokoknya memberikan pembiayaan dan jasa-jasa lainnya dalam lalu lintas pembayaran serta peredaran uang yang pengoperasiannya disesuaikan dengan prinsip Syariah Islam yang berlandaskan pada Al Qur'an dan Hadist Nabi SAW.

Antonio dan Perwataatmadja (1997 : 1) membedakan pengertian antara Bank Islam dengan bank yang beroperasi dengan prinsip syariah Islam. Bank Islam adalah (1) Bank yang beroperasi sesuai dengan prinsip-prinsip Syariah Islam; (2) Bank yang tata cara beroperasinya mengacu kepada ketentuan-ketentuan Al Qur'an dan Hadist. Sedangkan Bank yang beroperasi sesuai dengan prinsip Syariah Islam adalah bank yang dalam beroperasinya mengikuti ketentuan-ketentuan Syariah Islam, khususnya yang menyangkut tata cara bermuamalat secara Islam. Dikatakan lebih lanjut, dalam tata cara bermuamalat itu dijahuilah praktik-praktik yang dikhawatirkan

mengandung unsur-unsur riba untuk diisi dengan kegiatan-kegiatan investasi atas dasar bagi hasil dan pembiayaan perdagangan.

Lebih jauh Menurut Arifin (2002 : 3), Bank Syariah didirikan dengan tujuan untuk mempromosikan dan mengembangkan penerapan prinsip-prinsip Islam, syariah dan tradisinya ke dalam transaksi keuangan dan perbankan serta bisnis lain yang terkait. Prinsip utama yang diikuti oleh bank Islam adalah :

1. Larangan riba dalam berbagai bentuk transaksi
2. Melakukan kegiatan usaha dan perdagangan berdasarkan perolehan keuntungan yang sah
3. Memberikan zakat

Bank berdasarkan Prinsip Syariah (BPS) menurut Hasibuan (2001 : 39) adalah Bank Umum Syariah (BUS) dengan Bank Perkreditan Rakyat Syariah (BPRS) yang beroperasi sesuai dengan prinsip-prinsip syariah Islam, atau dengan kata lain yaitu bank yang tata cara beroperasinya mengacu kepada ketentuan-ketentuan Islam (Al-Quran dan Hadist). Dalam tata cara tersebut di jauhi praktik-praktik yang dikhawatirkan mengandung unsur-unsur riba untuk diisi dengan kegiatan-kegiatan investasi atas dasar bagi hasil dari pembiayaan perdagangan.

Bank berdasarkan prinsip syariah diatur dalam UU. No. 7 tahun 1992 sebagaimana telah diubah dengan UU. No. 10 tahun 1998, dengan latar

belakang adanya suatu keyakinan dalam agama Islam yang merupakan suatu alternatif atas perbankan dengan kekhususannya pada prinsip syariah.

Prinsip syariah dalam kegiatan usaha bank syariah adalah aturan perjanjian berdasarkan hukum Islam antara bank dan pihak lain untuk penyimpanan dana dan/atau pembiayaan kegiatan usaha, atau kegiatan lainnya yang dinyatakan dengan syariah. Kegiatan usaha dengan prinsip syariah, antara lain :

- a) Wadiah (titipan)
- b) Mudharabah (bagi hasil)
- c) Musyarakah (penyertaan)
- d) Ijarah (sewa beli)
- e) Salam (pembiayaan di muka)
- f) Istishna (pembiayaan bertahap)
- g) Hiwalah (anjak piutang)
- h) Kafalah (garansi bank)
- i) Rahn (gadai)
- j) Sharf (transaksi valuta asing)
- k) Wardh (pinjaman talangan)
- l) Wardhul Hasan (pinjaman sosial)
- m) Ujrah (*fee*)

Bank-bank Islam telah mengadopsi sistem dan prosedur perbankan yang ada. Bila terjadi pertentangan dengan syariah, maka bank-bank Islam

merencanakan dan menerapkan prosedur mereka sendiri guna menyesuaikan aktivitas perbankan mereka dengan prinsip-prinsip syariah Islam. Untuk itu Dewan Syariah berfungsi memberikan *advice* kepada perbankan Islam guna memastikan bahwa bank Islam tidak terlibat dalam unsur-unsur yang tidak disetujui oleh Islam.

Aktivitas keuangan dan perbankan dapat dipandang sebagai wahana bagi masyarakat modern untuk membawa mereka kepada pelaksanaan dua ajaran Qur'an yaitu :

1. Prinsip At Ta'awun, yaitu saling membantu dan saling bekerja sama diantara anggota masyarakat untuk kebaikan, sebagaimana dinyatakan dalam Al-Qur'an,
" ... Dan tolong menolonglah kamu dalam (mengerjakan) kebaikan dan taqwa, dan jangan tolong menolong dalam berbuat dosa dan pelanggaran..."
2. Prinsip menghindari Al Iktinaz, yaitu menahan uang (dana) dan membiarkannya menganggur (*idle*) dan tidak berputar dalam transaksi yang bermanfaat bagi masyarakat umum, sebagaimana dinyatakan di dalam Al Qur'an.
" Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama suka diantara kamu..."

Prinsip-prinsip syariah itu dimanifestasikan dalam kegiatan menghimpun dan menyalurkan dana.

1. Menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan meliputi :
 - a) Giro berdasarkan prinsip wadiah (hanya untuk BUS)
 - b) Tabungan berdasarkan prinsip wadiah atau mudharabah
 - c) Deposito berjangka berdasarkan prinsip mudharabah
 - d) Bentuk lain berdasarkan prinsip wadiah atau mudharabah
2. Melakukan penyaluran dana melalui :
 - a) Transaksi jual beli berdasarkan prinsip mudharabah, istishna, ijarah, salam dan jual beli lainnya
 - b) Pembiayaan bagi hasil berdasarkan prinsip mudharabah, musyarakah, dan bagi hasil lainnya
 - c) Pembiayaan lainnya berdasarkan prinsip hiwalah, rahn dan qardh

Selain kegiatan di atas, untuk Bank Umum Syariah (BUS) kegiatannya dilengkapi dengan hal-hal berikut :

1. Membeli, menjual, dan/atau menjamin atas risiko sendiri surat-surat berharga pihak ketiga yang diterbitkan atas dasar transaksi nyata (*under transaction*)
2. Membeli surat-surat berharga pemerintah dan/atau Bank Indonesia yang diterbitkan atas dasar prinsip syariah
3. Memindahkan uang atau kepentingan sendiri dan/atau nasabah berdasarkan prinsip wakalah

4. Menerima pembayaran tagihan atas surat berharga yang diterbitkan dan melakukan perhitungan dengan atau antar pihak ketiga berdasarkan prinsip wakalah
5. Menyediakan tempat untuk menyimpan barang dan surat-surat berharga berdasarkan prinsip wadi'ah yad amanah
6. Melakukan kegiatan penitipan untuk kepentingan pihak lain berdasarkan suatu kontrak dengan prinsip wakalah
7. Melakukan penempatan dari nasabah ke nasabah lain dalam bentuk surat berharga yang tidak tercatat di bursa efek berdasarkan prinsip ujah
8. Memberikan fasilitas *letter of credit* (L/C) berdasarkan prinsip wakalah, murabahah, mudharabah, musyarakah, wadi'ah dan memberikan fasilitas garansi bank berdasarkan prinsip kafalah
9. Melakukan kegiatan usaha kartu debit berdasarkan prinsip ujah
10. Melakukan kegiatan wali amanat berdasarkan prinsip wakalah
11. Melakukan kegiatan lain yang lazim dilakukan bank sepanjang disetujui oleh Dewan Syariah Nasional serta tidak bertentangan dengan UU dan ketentuan lain yang berlaku. *Dewan Syariah Nasional* adalah dewan yang dibentuk oleh Majelis Ulama Indonesia yang bertugas dan memiliki kewenangan untuk memastikan kesesuaian antara produk, jasa, dan kegiatan usaha bank dengan prinsip syariah.

G. Liability Product

Liability product merupakan produk-produk yang dikeluarkan oleh perbankan yang bertujuan untuk menghimpun dana pelanggan. Dalam melakukan penghimpunan dana, bank menerima dana dari pelanggan dalam hal ini disebut nasabah.

Penghimpunan dana biasanya dilakukan dalam bentuk simpanan. Yang dimaksud dengan simpanan menurut Siamat (1995 : 127), adalah dana yang dipercayakan oleh pelanggan kepada bank yang bersangkutan dalam bentuk giro, deposito berjangka, tabungan dan/atau bentuk lainnya yang dipersamakan dengan itu.

Bank menghimpun dana dari pelanggan melalui tiga jenis simpanan dan juga sebaliknya, bank menerima simpanan dari lembaga keuangan lain melalui tiga jenis simpanan. Demikian pula dengan bank syariah menghimpun dana dari pelanggan dengan menggunakan tiga jenis simpanan. Ketiga jenis simpanan tersebut adalah :

1. Giro

Menurut undang-undang tentang Perbankan Nomor 7 tahun 1992 Pasal 1 ayat 7, Giro adalah simpanan yang dapat digunakan sebagai alat pembayaran dan penarikannya dapat dilakukan setiap saat dengan menggunakan cek, sarana perintah pembayaran lainnya atau dengan cara pemindahbukuan. Pada bank syariah penerimaan dana dalam bentuk giro

menggunakan prinsip Al-Wadiah. Sesuai dengan prinsip Al-Wadiah pada bank syariah, bank dapat menggunakan dana yang berasal dari giro dengan atau tanpa izin dari nasabah, untuk membiayai kegiatan operasional bank. Untuk itu bank memberikan buku cek kepada pemilik giro sebagai sarana untuk melakukan penarikan. Seluruh keuntungan dan manfaat yang diperoleh dari penggunaan giro tersebut menjadi hak milik bank. Atas dasar kebijaksanaan, bank dapat memberikan pembagian keuntungan kepada pemilik giro yang besarnya ditentukan oleh bank. Pada bank syariah, giro merupakan titipan murni.

2. Tabungan

Menurut undang-undang nomor 7 tahun 1992, pada pasal 1 ayat 10 bahwa tabungan adalah simpanan yang penarikannya hanya dapat dilakukan menurut syarat tertentu yang disepakati, tetapi tidak dapat ditarik dengan cek atau alat yang dapat dipersamakan dengan itu. Pada bank syariah bentuk penerimaan dana dalam bentuk tabungan ini menggunakan prinsip Al-Wadiah dan Al-Mudharabah. Penerimaan dana yang berdasarkan konsep Al-Wadiah digunakan untuk tabungan yang dapat ditarik sewaktu-waktu, sedangkan penerimaan tabungan yang berdasarkan Al-Mudharabah digunakan untuk tabungan yang penarikannya tidak dapat dilakukan sewaktu-waktu. Seluruh keuntungan yang diperoleh atas manfaat dari penggunaan simpanan tersebut menjadi hak milik bank. Namun demikian

pemberian imbalan dari hasil keuntungan penggunaan dana tersebut jumlahnya didasarkan atas nisbah bagi hasil yang telah disepakati.

3. Deposito berjangka

Menurut Undang-undang Nomor 7 Tahun 1992, Deposito Berjangka adalah simpanan yang penarikannya hanya dapat dilakukan pada waktu tertentu menurut perjanjian antara penyimpan dengan bank yang bersangkutan. Penghimpunan dana dalam bentuk deposito tersebut pada bank syariah didasarkan pada prinsip Al-Mudharabah. Sesuai dengan prinsip tersebut, kepada nasabah diberikan imbalan atas dasar pembagian keuntungan yang telah ditetapkan dan disetujui sebelumnya dalam bentuk Nisbah Bagi Hasil, selanjutnya jika bank mengalami kerugian maka deposan ikut menanggung resiko kerugian tersebut.

H. Keputusan Pelanggan

Pengambilan keputusan mempunyai arti penting bagi maju mundurnya suatu organisasi, terutama karena masa depan suatu organisasi banyak ditentukan oleh pengambilan keputusan sekarang.

Dalam tahap evaluasi, konsumen membentuk preferensi atas merek-merek dalam kumpulan pilihan. Konsumen juga mungkin membentuk niat untuk membeli produk yang paling disukai. Dua faktor yang dapat mempengaruhi niat pembelian dan keputusan pembelian, yaitu : *Faktor*

pertama adalah sikap orang lain. Se jauh mana sikap orang lain mengurangi alternatif yang disukai seseorang akan bergantung pada dua hal, yaitu sebagai berikut :

- 1) Intensitas sikap negatif orang lain terhadap alternatif yang disukai konsumen
- 2) Motivasi konsumen untuk mengikuti keinginan orang lain.

Pengaruh orang lain menjadi rumit saat beberapa orang yang dekat dengan pembeli memiliki pendapat yang berlawanan dengan pembeli yang ingin menyenangkan mereka semua. *Faktor Kedua* adalah faktor yang tidak terantisipasi yang dapat muncul dan mengubah niat pembelian.

Keputusan konsumen untuk memodifikasi, menunda, atau menghindari suatu keputusan pembelian sangat dipengaruhi oleh risiko yang dirasakan. Besarnya risiko yang dirasakan berbeda-beda menurut besarnya uang yang dipertaruhkan, besarnya ketidakpastian atribut, dan besarnya kepercayaan diri konsumen.

Dalam melaksanakan niat pembelian, konsumen dapat membuat lima sub keputusan pembelian : Keputusan merek, keputusan pemasok, keputusan kuantitas, keputusan waktu, dan keputusan metode dalam pembayaran.

Setelah membeli produk, konsumen akan mengalami level kepuasan atau ketidakpuasan tertentu. Tugas pemasar tidak berakhir saat produk dibeli, melainkan berlanjut hingga pasca pembelian. Pemasar harus

memantau kepuasan pasca pembelian, tindakan pasca pembelian, dan pemakaian produk pasca pembelian.

Pengambilan keputusan yang terbatas (*limited decision making*) terjadi bilamana tingkat keterlibatan konsumen terhadap produk yang akan dibeli rendah dan pembuatan keputusan didasarkan pada keinginan untuk mencari variasi. Dengan demikian banyak konsumen yang melakukan penggantian merek produk. Penggantian merek terjadi semata-mata untuk memperoleh keragaman, dan bukan karena ketidakpuasan konsumen.

Kotler (2002 : 192) menyusun konseptualisasi proses pembelian dalam 5 tahap yaitu,:

Tahap Pertama, proses membeli dimulai dengan pengenalan masalah (*problem recognition*). Proses pembelian dimulai dengan pengenalan masalah atau kebutuhan. Kebutuhan dapat digerakkan oleh rangsangan baik dari dalam diri pembeli maupun dari luar pembeli. Rangsangan dari dalam biasanya berasal dari adanya perubahan daya beli, pergeseran demografi, pergeseran struktur rumah tangga, ketenagakerjaan, pola pendapatan dan konsumsi. Faktor-faktor tersebut dapat membuat seseorang merasa lebih kaya/sejahtera, memiliki peranan yang lebih penting. Sedangkan rangsangan dari luar bisa berasal dari penglihatan sendiri, teman, tetangga ataupun iklan tentang adanya sesuatu yang baru dan lebih bagus.

Tahap kedua adalah pencarian informasi (*information search*) muncul ketika konsumen mulai tergugah minatnya terhadap suatu produk untuk memenuhi

kebutuhan maupun keinginannya. Dalam tahap ini konsumen dapat dibagi menjadi dua kategori yaitu konsumen dalam tahap perhatian meningkat yang ditandai dengan usahanya mencari informasi dalam ukuran yang sedang-sedang saja, dan konsumen dalam tahap berusaha aktif mencari informasi yaitu dengan usahanya mencari bahan bacaan, bertanya/bereduksi dengan temannya untuk menghimpun informasi tentang suatu produk. Bagi seorang pemasar yang lebih penting untuk diketahui adalah sumber-sumber informasi pokok yang akan diperhatikan konsumen dan pengaruh relatif masing-masing sumber informasi tersebut terhadap rangkaian keputusan membeli. Sumber informasi bisa berasal dari pribadi (keluarga, teman, tetangga, kenalan), niaga (periklanan, wiraniaga pameran), umum (media massa, organisasi konsumen), pengalaman (pernah mengkonsumsi, menguji, mempergunakan produk). Kebanyakan konsumen menerima informasi dari sumber niaga sebagai sarana pemberitahuan, namun sumber yang efektif dan bersifat sebagai pengukuran/penilaian adalah sumber pribadi.

Tahap ketiga adalah evaluasi alternatif (*evaluation of alternatif*). Dalam tahap ini tidak ada suatu proses penilaian yang sederhana dan tunggal yang dapat dipergunakan oleh semua konsumen atau bahkan oleh seseorang konsumen dalam semua situasi pembeliannya.

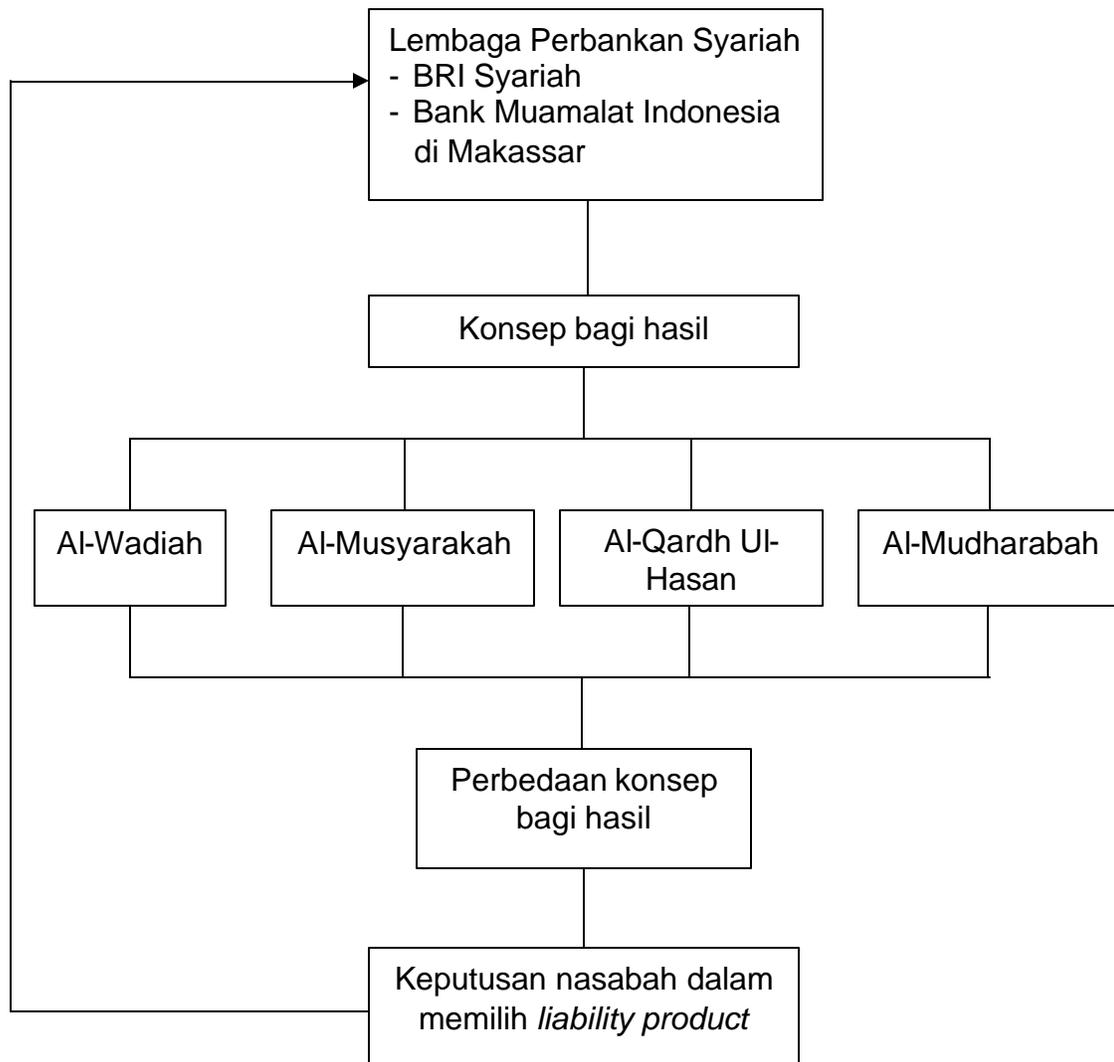
Tahap keempat adalah tahap keputusan membeli (*purchase decision*). Tahap ini diawali dengan tahap penilaian terhadap berbagai alternatif yang dapat dilihat dari atribut-atribut yang melekat pada produk tersebut. Dengan

demikian, maka konsumen membentuk pilihan di antara beberapa produk yang tergabung dalam perangkat pilihan. Dalam tahap ini konsumen dapat juga membentuk suatu maksud memilih produk yang disukai. Namun ada dua faktor lain yang dapat mempengaruhi maksud memilih untuk menjadi keputusan membeli, yaitu sikap orang lain, baik yang sifatnya positif maupun negatif dan faktor-faktor situasional yang tidak terduga, seperti kehilangan pekerjaan, munculnya keperluan lain yang lebih penting atau keluhan seseorang teman tentang pelayanan dan kejelekan suatu produk.

Tahap kelima adalah perilaku pasca pembelian (*post purchase behaviour*). Setelah memilih suatu produk, konsumen akan mengalami beberapa tingkat kepuasan atau ketidakpuasan tergantung pada tingkat pemenuhan harapannya. Jika harapan konsumen terpenuhi, maka konsumen akan merasa puas dan jika terjadi sebaliknya, maka konsumen akan merasa tidak puas. Dalam pembentukan harapan-harapan konsumen adalah mengacu pada pesan-pesan yang mereka peroleh dari para penjual, teman-temannya dan sumber informasi lainnya.

H. Kerangka Pikir

Adapun kerangka pikir dalam penelitian ini dapat digambarkan sebagai berikut :



Bagan 1. Kerangka Pikir

Berdasarkan bagan tersebut di atas, nampak bahwa Bank BRI Syariah dan Bank Muamalat Indonesia merupakan lembaga keuangan perbankan yang menerapkan prinsip syariah. Prinsip Syariah, yakni bank yang beroperasi sesuai dengan prinsip-prinsip syariah Islam, atau dengan kata lain yaitu bank yang tata cara beroperasinya mengacu kepada ketentuan-ketentuan Islam, yakni memberikan imbal jasa dengan menggunakan konsep Bagi Hasil (*Profit Loss Sharing*) kepada pemilik dana atau penabung.

Adapun produk yang dikeluarkan oleh Bank Syariah dan Bank Muamalat Indonesia adalah Al-Wadiah, Al-Musyarakah, Al-Qardh Ul-Hasan, serta Al-Mudharabah. Keempat produk konsep bagi hasil inilah yang menimbulkan perbedaan persepsi antara Bank Syariah dan Bank Muamalat Indonesia, hal ini dimaksudkan untuk mengetahui sejauh mana keputusan nasabah dalam memilih *liability product*.

I. Hipotesis

Sejalan dengan kerangka pikir serta latar belakang yang telah penulis kemukakan sebelumnya, maka hipotesis yang penulis ajukan sebagai jawaban atau dugaan sementara atas rumusan masalah tersebut adalah sebagai berikut :

“ Terdapat perbedaan persepsi konsep bagi hasil Bank BRI Syariah dan Bank Muamalat Indonesia terhadap keputusan nasabah dalam memilih *liability product*.”