

**PERSEPSI NASABAH TERHADAP PRODUK PEMBIAYAAN  
BNI SYARIAH CABANG BENGKULU**



**SKRIPSI**

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh  
Gelar Sarjana Ekonomi (S.E.)

OLEH:

**ARSELA ARI MURTI**  
**NIM. 1416142376**

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) BENGKULU  
2018 M / 1439 H**

## SURAT PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Skripsi dengan judul “Persepsi Nasabah Terhadap Produk Pembiayaan BNI Syariah Cabang Bengkulu”, adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapat gelar akademik, baik di IAIN Bengkulu maupun di Perguruan Tinggi Lainnya.
2. Skripsi ini murni gagasan, pemikiran, dan rumusan saya sendiri tanpa bantuan yang tidak sah dari pihak lain kecuali arahan dari tim pembimbing
3. Didalam skripsi ini tidak terdapat hasil karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali kutipan secara tertulis dengan jelas dan dicantumkan sebagai acuan didalam naskah saya dengan disebutkan nama pengarangnya dan dicantumkan pada daftar pustaka.
4. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya, dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran pernyataan ini, saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar sarjana, serta ketentuan lainnya sesuai dengan norma dan ketentuan yang berlaku.

Bengkulu, \_\_\_\_\_ 26 Juli 2018 M  
12 Dzulkaidah 1439 H

Mahasiswa yang Menyatakan



*Arsela Ari Murti*

Arsela Ari Murti  
NIM 1416142376

## SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Arsela Ari Murti

NIM : 1416142376

Jurusan/Prodi : EKIS/Perbankan Syariah

Menyatakan bahwa saya telah melakukan cek plagiat pada skripsi saya yang berjudul "Persepsi Nasabah Terhadap Produk Pembiayaan BNI Syariah Cabang Bengkulu". Cek plagiat tersebut saya lakukan dengan menggunakan layanan pada <https://smallseotools.com/plagiarism-checker/> dan telah dilakukan pemeriksaan oleh dosen pemeriksa.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sungguh-sungguh dalam keadaan sadar untuk memberikan pembuktian bahwa skripsi saya tersebut telah lolos dari plagiarisme.

Bengkulu, 30 Juli 2018 M  
17 Dzulkaedah 1439 H

Dosen Pemeriksa

Wakil Dekan 1



Andang Sunarto, Ph.D.  
NIP. 197611242006041002

Mahasiswa yang Menyatakan



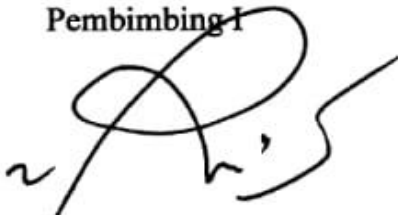
Arsela Ari Murti  
NIM. 1416142376

## PERSETUJUAN PEMBIMBING

Skripsi yang ditulis oleh Arsela Ari Murti, NIM 14126142376 dengan judul “Persepsi Nasabah Terhadap Produk Pembiayaan BNI Syariah Cabang Bengkulu”, Program Studi Perbankan Syariah Jurusan Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam telah diperiksa dan diperbaiki sesuai saran Pembimbing I dan Pembimbing II. Oleh karena itu, skripsi ini disetujui dan layak untuk diujikan dalam sidang Munaqasyah skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bengkulu.

Bengkulu, 26 Juli 2018 M  
12 Dzulkaidah 1439 H

Pembimbing I



Dr. Nurul Hak, M.A.  
NIP. 196606161995031002

Pembimbing II



Eka Sri Wahyuni, S.E., M.M.  
NIP. 197705092008012014





**KEMENTERIAN AGAMA RI  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI BENGKULU  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

**Jl. Raden Fatah Pagar Dewa Telp. (0736) 51276, 51171 Fax. (0736) 51771 Bengkulu**

**HALAMAN PENGESAHAN**

Skripsi yang berjudul “Persepsi Nasabah Terhadap Produk Pembiayaan BNI Syariah Cabang Bengkulu”, oleh Arsela Ari Murti NIM. 1416142376, Program Studi Perbankan Syariah Jurusan Ekonomi Islam, telah diuji dan dipertahankan di depan Tim Sidang Munaqasyah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bengkulu pada:

Hari : Selasa

Tanggal : 14 Agustus 2018 M/ 2 Dzulhijjah 1439 H

Dinyatakan LULUS. Telah diperbaiki, dapat diterima, dan disahkan sebagai syarat guna memperoleh gelar Sarjana dalam bidang Perbankan Syariah, dan diberi gelar Sarjana Ekonomi (S.E).

Bengkulu, 28 Agustus 2018 M

16 Dzulhijjah 1439 H

**Tim Sidang Munaqasyah**

**Ketua**

Dr. Nurul Hak, M.A.  
NIP. 196606161995031002

**Sekretaris**

Yosy Arisandy, M.M.  
NIP. 198508012014032001

**Penguji I**

Andang Sunarto, Ph.D.  
NIP. 197611242006041002

**Penguji II**

Idwal B, M.A.  
NIP. 198307092009121005



Mengetahui  
Dekan

Dr. Asnanini, M.A

NIP. 197304121998032003

## MOTTO

...وَاللَّهُ مَعَ الصَّابِرِينَ ﴿١١٦﴾

*...dan Allah beserta orang-orang yang sabar.*

*(Q.S. Al-anfal 8:66)*

لَا يُكَلِّفُ اللَّهُ نَفْسًا إِلَّا وُسْعَهَا ...

*Allah tidak membebani seseorang melainkan sesuai dengan kesanggupannya...*

*(Q.S Al-Baqarah 2:286)*

*“Better to feel how hard education at this time rather than fell the bitterness of stupidity  
later.”*

*(Lebih baik merasakan sulitnya pendidikan sekarang daripada rasa pahitnya kebodohan  
kelak.)*

## PERSEMBAHAN

*Skripsi ini ku persembahkan teruntuk:*

- *Ibuku dan Bapakku, yang telah memberikan motivasi dukungan baik dari segi moril dan materil, yang selalu kudoakan kesehatan dan rezekinya, sebab tanpa mereka aku tak mampu menempuh pendidikan sampai sejauh ini. Terimakasih bapak yang selalu memfasilitasi semua kebutuhanku selama kuliah, terimakasih ibu atas doa-doamu.*
- *Adikku Rahma Amelia, yang selalu menghiburku dengan prestasi-prestasimu. Lanjutkan dik, perjuanganmu masih panjang.*
- *Kakek dan Nenekku, yang telah menjadi orang tua selama kuliah ajauh dari Ibu dan Bapak.*
- *Sahabat-sahabatku SWALALA grup, kalian yang memotivasiku untuk segera menyelesaikan tugas akhir agar bisa lulus ditahun yang sama. Tujuh semester kita sama sama, KKN satu grup sama sama, dan sukses harus sama sama ya Mar'atul Khayati, Aisyah Marsela, Nurfitriyani, mety Yolanda, Cepti Dwi Anjani, dan Sekti Kurniawan.*
- *Sahabat-sahabatku Yeni Aseh, Dewi, yang selalu membuka pintu kos nya untuk berbagi cerita*
- *Bapak Evan Stiawan, M.M. yang telah memberikan kami peluang untuk bisa sertifikasi WPPE, menasihati dimanapun dan kapanpun.*

## ABSTRAK

### PERSEPSI NASABAH TERHADAP PRODUK PEMBIAYAAN BNI SYARIAH CABANG BENGKULU Oleh Arsela Ari Murti, NIM 1416142376

Penelitian bertujuan untuk mengetahui persepsi nasabah terhadap produk pembiayaan BNI Syariah Cabang Bengkulu dan upaya BNI Syariah dalam membentuk persepsi yang baik pada nasabah. Penelitian dengan bentuk penelitian kualitatif deskriptif ini merupakan bentuk upaya yang penulis lakukan untuk melihat kesalahpahaman nasabah dalam melihat dan memaknai sistem pembiayaan di perbankan syariah. Banyaknya berita miring sistem pembiayaan di bank-bank syariah menjadi fokus peneliti untuk menggali informasi lebih dalam mengenai persepsi nasabah melalui wawancara berdasarkan pedoman wawancara. Nasabah diketahui memiliki persepsi yang masih kurang baik mengenai pandangannya terhadap bank syariah. Hasil penelitiannya mengungkapkan bahwa nasabah dalam memilih produk produk pembiayaan masih berdasarkan kebutuhan, kurangnya modal usaha dan kemudahan dalam pengajuan prosedur pengajuannya. Sistem *murabahah* yang menjadi simbol kesyariahan produk pembiayaan tidak begitu dipentingkan selama jumlah pengembalian masih lebih tinggi dibanding dengan besarnya bunga di bank konvensional. Upaya yang dilakukan bank untuk membentuk persepsi yang baik pada nasabah yaitu menyediakan produk pembiayaan yang lebih kompetitif dari bank lainnya, memasarkan produk pembiayaan, memudahkan prosedur pengajuannya, dan sosialisasi kesyariahan dan keistimewaan produk pembiayaan kepada nasabah, namun dari upaya tersebut perlu dibuat strategi ulang yang baik agar mengurangi kekeliruan dalam menilai sistem pembiayaan diperbankan syariah.

Kata Kunci: *Nasabah, Produk Pembiayaan, Perbankan Syariah*



## **ABSTRACT**

### **PERCEPTION OF CUSTOMERS TOWARDS FINANCING PRODUCTS**

**BNI SYARIAH BRANCH BENGKULU**

By Arsela Ari Murti, NIM 1416142376

This study aims to determine the perception of customers in choosing BNI Syariah Branch and efforts made BNI Syariah in forming a good perception on the customer. This research using descriptive qualitative research method is one form of effort that writer do to see misunderstanding of customer in seeing or interpreting financing system in syariah banking. The number of oblique news about the financing system in Islamic banks became the focus of researchers to dig deeper information about customer perceptions through interviews that have been conducted based on interview guidelines. The Customer is known to have a perception that is still less good regarding his views on Islamic banks. The results of his research revealed that customers in choosing financing products is still based on the need, lack of capital efforts and ease in filing procedures. Murabahah system that became a symbol of the sophistication of financing products is not so important as long as the amount is still higher than the amount of interest in conventional banks. Efforts by banks to establish a good perception of customers are to provide competitive financing products with other bank financing products, market financing products, simplify the financing procedures, and socialize the sophistication and privilege of financing products to customers, but from those efforts need to be made a good enough re-strategy in order to reduce the mistake in assessing the system of financing in Islamic banking.

**Keywords:** *Customers, Financing Products, Syariah Banking*

## **KATA PENGANTAR**

Puji syukur ke kehadiran Allah SWT atas segala nikmat dan karunianya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Persepsi Nasabah dalam Memilih Produk Pembiayaan BNI Syariah Cabang Bengkulu”. Shalawat serta salam semoga senantiasa dilimpahkan pada junjungan kita nabi besar Muhammad SAW yang menjadi panutan dan uswatun hasanah bagi kita semua. Aamiin.

Penyusunan skripsi ini untuk memenuhi salah satu syarat guna untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E) pada Program Studi Perbankan Syariah Jurusan Ekonomi Islam pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bengkulu. Dalam proses penyusunan skripsi ini, penulis mendapat bantuan dari berbagai pihak. Izinkan penulis mengucapkan rasa terimakasih teriring doa semoga menjadi amal ibadah dan mendapat balasan dari Allah SWT, kepada:

1. Prof. Dr. H. Sirajudin M, M.Ag., M.H. selaku rektor IAIN Bengkulu yang telah memberikan kebijaksanaan kepada mahasiwanya.
2. Dr. Asnaini, M.A. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bengkulu yang telah memberi motivasi agar terciptanya pribadi yang unggul dan berintegritas.
3. Desi Isnaini, M.A. selaku Ketua Jurusan Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bengkulu

yang telah memberikan dorongan kepada mahasiswa agar tamat tepat waktu.

4. Yosy Arisandy, M.M., selaku ketua Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bengkulu yang telah melancarkan semua kegiatan program studi.
5. Dr. Nurul Hak, M.A selaku pembimbing I yang telah memberikan motivasi dan bimbingan.
6. Eka Sri Wahyuni, S.E., M.M. selaku pembimbing II yang telah memberikan arahan dan bimbingan penuh kesabaran.
7. Kedua Orang Tuaku Huri Rusdianto dan Murtilah yang selalu memberikan dukungan dan doa.
8. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bengkulu, yang telah mengajar dan berbagi ilmu dengan ikhlas.
9. Staf dan Karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bengkulu, yang telah memberikan pelayanan administrasi yang baik.
10. Semua pihak yang telah membantu dalam penyelesaian penulisan skripsi ini.

Dalam penyusunan skripsi ini penulis menyadari masih banyak kekurangan dari berbagai sisi. Oleh karena itu penulis mohon maaf dan mengharapkan kritik dan saran yang sifatnya membangun demi koreksi perbaikan penulis kedepan

Bengkulu, 31 Mei 2018

Arsela Ari Murti  
NIM.1416142376

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
SURAT PERNYATAAN .....	ii
SURAT PERNYATAAN PLAGIASI .....	iii
PERSETUJUAN PEMBIMBING.....	iv
PENGESAHAN .....	v
MOTTO .....	vi
PERSEMBAHAN .....	viii
ABSTRAK .....	ix
KATA PENGANTAR .....	x
DAFTAR ISI.....	xiii
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR GAMBAR .....	xvi

### BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Batasan Masalah.....	8
C. Rumusan Masalah .....	9
D. Tujuan Penelitian .....	9
E. Kegunaan Penelitian.....	9
F. Penelitian Terdahulu .....	10
G. Metode Penelitian.....	16
1. Jenis dan Pendekatan Penelitian.....	16
2. Waktu dan Lokasi Penelitian .....	17
3. Subjek/ Informan Penelitian.....	17
4. Sumber dan Teknik Pengumpulan Data.....	17
5. Teknik Analisis Data.....	18
6. Sistematika Penulisan .....	19

### BAB II KAJIAN TEORI

A. Perilaku Konsumen .....	22
1. Pengenalan Masalah.....	22
2. Motivasi Konsumen .....	22
3. Pencarian Informasi .....	23
4. Persepsi .....	23
5. Evaluasi Alternatif .....	24
6. Sikap.....	24
7. Proses Integrasi .....	25
8. Keputusan Pembelian.....	25
B. Persepsi.....	25
1. Pengertian Persepsi.....	25
2. Sifat-sifat Persepsi .....	27
3. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Persepsi .....	28
4. Proses Terjadinya Persepsi .....	29



C. Pembiayaan .....	30
1. Pengertian Pembiayaan .....	30
2. Unsur-unsur Pembiayaan .....	31
3. Fungsi Pembiayaan .....	33
4. Jenis-jenis Pembiayaan .....	34
5. Produk-produk Pembiayaan Bank Syariah .....	37
6. Pembiayaan dengan Prinsip Jual Beli .....	37
7. Pembiayaan dengan Prinsip Sewa.....	39
8. Pembiayaan dengan Prinsip Bagi Hasil .....	40
<b>BAB III GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN</b>	
A. Sejarah Singkat BNI Syariah .....	44
B. Sejarah Singkat Berdirinya BNI Syariah Bengkulu.....	45
C. Visi dan Misi BNI Syariah.....	46
1. Visi BNI Syariah .....	46
2. Misi BNI Syariah .....	46
D. Produk-produk Pembiayaan BNI Syariah.....	46
1. Pembiayaan Konsumtif .....	46
a. BNI Griya IB Hasanah .....	46
b. BNI Multiguna IB Hasanah .....	48
c. BNI Oto IB Hasanah .....	50
d. BNI Fleksi IB Hasanah .....	51
2. Pembiayaan Produktif .....	53
a. Pembiayaan Wirausaha Syariah.....	53
b. Pembiayaan Beragun Properti.....	54
c. Pembiayaan <i>Linkage</i> .....	54
E. Struktur Organisasi BNI Syariah Cabang Bengkulu.....	55
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN</b>	
A. Hasil Penelitian .....	56
B. Pembahasan.....	71
<b>BAB V PENUTUP</b>	
A. Simpulan .....	81
B. Saran.....	81
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>83</b>
<b>LAMPIRAN-LAMPIRAN</b>	

## **DAFTAR TABEL**

Tabel 1.1: Kegiatan Usaha Bank Umum Konvensional .....	5
Tabel 1.2: Kegiatan Usaha Bank Umum Syariah .....	5
Tabel 1.3: Ringkasan Penelitian Terdahulu .....	14
Tabel 4.1: Pengetahuan Nasabah Tentang Produk Pembiayaan .....	57
Tabel 4.2: Manfaat Produk Pembiayaan BNI Syariah bagi Nasabah .....	60

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1: Skema Pembiayaan Musyarakah.....	41
Gambar 2.2: Skema Pembiayaan Mudharabah .....	42
Gambar 3.1: Struktur Organisasi BNI Syariah Cabang Bengkulu.....	55

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Persepsi nasabah menjadi sesuatu yang sangat penting dalam dunia perbankan. Persaingan yang sangat ketat pun kini terjadi antara lembaga keuangan yang satu dengan yang lainnya, mulai dari persaingan antara bank konvensional dengan bank syariah hingga persaingan sesama bank syariah. Banyaknya bank syariah yang muncul dengan sistem yang berbeda dari bank konvensional maka akan berbeda pula persepsi yang akan timbul mengenai bank – bank tersebut, ditambah masyarakat di Kota Bengkulu sudah lebih dulu mengenal sistem bank konvensional, termasuk produk pembiayaannya.

Perbankan syariah mulai berkembang dengan pesat sejak tahun 1999 yaitu setelah berlakunya Undang – undang Nomor 10 Tahun 1998 yang merupakan penyempurnaan dari Undang – undang Nomor 7 tahun 1992 tentang perbankan.<sup>1</sup>

Saat ini banyak industri perbankan yang membuka bank dengan prinsip syariah, yaitu prinsip yang sesuai dengan aturan dalam hukum Islam yang melarang adanya *riba*, *maisir*, *gharar*, *haram* dan *zalim*.<sup>2</sup> Hal ini dikarenakan Perbankan Syariah memiliki sistem yang berbeda dengan

---

<sup>1</sup> Wiroso, *Akuntansi Transaksi Syariah*, (Jakarta: Ikatan Akuntan Indonesia, 2011), h. 1

<sup>2</sup> Any Nugroho, *Hukum Perbankan Syariah*, (Yogyakarta: Aswaja Presindo, 2015), h. 11

Perbankan Konvensional, dan memiliki potensi pasar yang cukup menjanjikan dimasa yang akan mendatang.

Salah satu Bank yang menyelenggarakan sistem operasional dan pelaksanaan dengan prinsip syariah adalah Bank Negara Indonesia Syariah atau yang sering disebut Bank BNI Syariah. Bank BNI Syariah mengawali eksisnya dengan lembaga yang berbentuk Unit Usaha Syariah, namun seiring dengan berjalannya waktu Bank BNI Syariah pada tanggal 19 Juni 2010 resmi menjadi Bank Umum Syariah dan kini sudah membuka cabang diberbagai tempat diseluruh wilayah Indonesia.<sup>3</sup>

Berdasar pada visi Bank BNI Syariah yaitu menjadi Bank Syariah pilihan masyarakat yang unggul dalam layanan dan kinerja, maka Bank BNI Syariah tentu akan melakukan beberapa strategi untuk mendongkrak popularitas produk pembiayaannya dengan strategi yang tepat dan efektif, termasuk pembentukan persepsi yang baik dimata masyarakat.

Tidak bisa dipungkiri, sikap pesimis masyarakat terhadap perbankan syariah kerap kali terdengar, masyarakat yang masih awam dengan budaya perbankan syariah karena terbiasa hidup dengan sistem ekonomi kapitalis sejak ratusan tahun lalu. Hal itulah yang menyebabkan timbulnya persepsi yang berbeda dari masyarakat kepada perbankan syariah. Ketidaktahuan masyarakat tentang lembaga keuangan syariah, sistem yang digunakan, dan jenis-jenis produknya menunjukkan belum meratanya sosialisasi informasi.

---

<sup>3</sup> *Sejarah BNI Syariah*, dikutip dari [www.bnisyariah.co.id](http://www.bnisyariah.co.id), pada hari Kamis, 28 September 2017, Pukul 20.42 WIB



Secara teori, persepsi itu sendiri diartikan sebagai pengamatan tentang objek, peristiwa atau hubungan- hubungan yang diperoleh dengan menyimpulkan informasi dan menafsirkan pesan.<sup>4</sup> Persepsi merupakan proses yang digunakan oleh individu untuk memilih, mengorganisasi, dan menginterpretasi masukan informasi, persepsi tidak hanya bergantung pada bentuk rangsangan fisik, tetapi juga tergantung pada lingkungan dan keadaan orang tersebut. Intinya, persepsi dapat sangat beragam antara orang yang satu dengan lainnya yang mengalami realitas yang sama.<sup>5</sup>

Pembentukan persepsi nasabah diharapkan dapat membantu pihak bank dalam memajukan perusahaannya dan mendorong masyarakat untuk dapat menggunakan produk-produk bank syariah.

Pada dasarnya pembiayaan ditujukan untuk menyalurkan investasi dan simpanan masyarakat ke sektor ril dengan tujuan produktif dalam bentuk investasi bersama (*investment financing*) yang dilakukan bersama mitra usaha menggunakan pola bagi hasil (*mudharabah* dan *musyarakah*) dan dalam bentuk investasi sendiri (*trade financing*) kepada yang membutuhkan pembiayaan menggunakan pola jual beli (*murabaha, salam dan istishna*) dan pola sewa (*ijarah dan ijarah mutahiya bittamlik*).<sup>6</sup>

Pembiayaan dalam Islam juga telah ditentukan dengan jelas oleh ayat-ayat Al Qur'an surat Al-Baqarah ayat 275 yang menghalalkan perdagangan,

---

<sup>4</sup> Jalaludin Rahmat, *Psikologi Komunikasi*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2014), h. 51

<sup>5</sup> Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran Edisi 12*, (Indonesia: PT Macana Jaya Cemerlang, 2009), h. 228

<sup>6</sup> Ascarya, *Akad dan Produk Bank Syariah*, ( Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2015), h. 123

dan mengaharamkan riba, bahkan pada surat Al-Maidah ayat 2 telah dijelaskan perintah tolong menolong.

.....وَتَعَاوَنُوا عَلَى الْبِرِّ وَالتَّقْوَىٰ وَلَا تَعَاوَنُوا عَلَى الْإِثْمِ وَالْعُدْوَانِ وَاتَّقُوا اللَّهَ

إِنَّ اللَّهَ شَدِيدُ الْعِقَابِ ﴿٢﴾

Artinya:

..... dan tolong-menolonglah kamu dalam (mengerjakan) kebajikan dan takwa, dan jangan tolong-menolong dalam berbuat dosa dan pelanggaran. dan bertakwalah kamu kepada Allah, Sesungguhnya Allah Amat berat siksa-Nya.(Q.S. Al-Maidah: 2)<sup>7</sup>

Ayat tersebut memerintahkan manusia untuk tolong menolong dalam kebajikan. Prinsip dan ketentuan ini membawa makna yang dalam dengan implikasi yang jauh terhadap pencapaian kemaslahatan duniawi masyarakat dan bernilai akhirati. Sebagai intinya, pembiayaan Islam harus menyatu dengan sektor ekonomi ril.

Karena ekonomi Islam merupakan kegiatan yang berkaitan dengan hubungan antara sesama manusia, atau hubungan muamalah, maka pembiayaan Islam juga harus mengacu ke pada ketentuan bermuammalah yang ada dalam Al Qur'an sebagai *kalam* Allah, dan Hadis Nabi Besar Muhammad Saw. Oleh karena itu dalam Islam, kegiatan ekonomi dan pembiayaan (bank) tidak terlepas dari unsur etika dan moralitas, karena

---

<sup>7</sup> Kementerian Agama Republik Indonesia, *Alquran dan Terjemahannya*. (Semarang: PT Karya Toha Putra, 1996), h. 85

tujuan manusia untuk hidup di dunia adalah untuk menyembah Allah Swt, dalam arti untuk mencapai kebahagiaan duniawi dan akhirati, serta untuk mencapai kemaslahatan atau kesejahteraan bersama dalam masyarakat.

Dalam hal pembiayaan, banyak masyarakat yang belum memahami perbedaan antara kredit oleh bank konvensional dengan pembiayaan oleh bank syariah. Hal ini terlihat dari jumlah pembiayaan yang dikeluarkan oleh bank syariah lebih sedikit dibanding dengan bank konvensional. Berikut Tabel jumlah penyaluran dana dari kredit dan pembiayaan yang dikeluarkan oleh Otoritas Jasa Keuangan dalam bentuk Statistik Perbankan Indonesia Tahun 2017:

Tabel 1.1 Kegiatan Usaha Bank Umum Konvensional – BUKU 1  
(*Commercial Conventional Banks – Group Of Business Activities 1*)  
Miliar Rp (*Billion Rp*)<sup>8</sup>

KET	2017		
	Oktober	November	Desember
Penyaluran Dana			
a. Kredit yang diberikan kepada pihak ketiga	41.518	42.560	42.987
Rupiah	41.509	42.551	42.978
Valas	9	9	9

Tabel 1.2 Kegiatan Usaha Bank Umum Syariah – BUKU 1  
(*Commercial Conventional Banks – Group Of Business Activities 1*)  
Miliar Rp (*Billion Rp*)<sup>9</sup>

KET	2017		
	Oktober	November	Desember
Penyaluran Dana			
a. Pembiayaan yang diberikan kepada	11.541	11.417	11.237

<sup>8</sup> “Statistik Perbankan Indonesia 2017”, *Otoritas Jasa Keuangan Republik Indonesia, Departmen Perizinan dan Informasi Perbankan*, Vol. 16, No.01, Tahun 2018 (Februari 2018), h. 5

<sup>9</sup> “Statistik Perbankan...”, h. 9

pihak ketiga			
Rupiah	11.541	11.417	11.237
Valas	-	-	-

Berdasarkan Statistik Perbankan Indonesia yang dikeluarkan oleh Otoritas Jasa Keuangan Indonesia Tahun 2017 yang telah penulis sajikan dengan ringkas di atas, terlihat bahwa perbandingan jumlah penyaluran dana kredit yang diberikan kepada pihak ketiga oleh bank konvensional dengan pembiayaan yang diberikan kepada pihak ketiga oleh bank syariah, dengan modal inti sampai dengan kurang dari Rp 1.000.000.000.000,00 (satu triliun rupiah) menunjukkan perbedaan yang signifikan, penyaluran dana dari pembiayaan yang diberikan kepada masyarakat terlihat lebih sedikit yaitu Rp11.237.000.000.000.000,00 dibanding dengan kredit dari bank konvensional yang mencapai Rp 42.987.000.000.000.000,00 pada bulan Desember. Maka dapat disimpulkan, minat masyarakat mengajukan pembiayaan di Indonesia sampai saat ini masih sedikit, itu artinya persepsi masyarakat mengenai produk pembiayaan syariah belum sepenuhnya benar benar paham dan mengerti.

Diperkuat dengan hasil wawancara yang telah penulis lakukan dengan karyawan Bank BNI syariah cabang Bengkulu, bahwa masalah yang sering dialami oleh bank adalah persepsi masyarakat yang sudah terbiasa dengan mekanisme bank konvensional dan etika pelaku nasabah peminjam modal

yang terbiasa dengan aturan-aturan bank konvensional sehingga ketika ada beberapa hal yang berbeda, nasabah belum mampu menerima.<sup>10</sup>

Hasil wawancara yang telah penulis lakukan dengan Nurkolis, staf instalasi di Rumah Sakit Jiwa Suprpto yang merupakan nasabah pembiayaan BNI Griya IB Hasanah mengatakan bahwa produk pembiayaan yang diketahui hanya produk yang ia gunakan saja, sementara produk produk lainnya tidak mengetahui.<sup>11</sup>

Hal yang sama juga diungkapkan oleh Ardiana Pondesta, staf di Stikes Bakti Husada yang juga merupakan nasabah pembiayaan di Bank BNI Syariah mengungkapkan, “ Saya tidak begitu mementingkan perhitungan keuntungan yang didapat oleh saya dan bank, yang jelas saya bisa dapat pinjaman”.<sup>12</sup>

Fakta yang terjadi, memang benar bahwa nasabah hanya mengetahui produk pembiayaan yang ia gunakan saja, bahkan mereka menyamakan prosedur dan perhitungan pembiayaan di Bank Syariah dengan pinjaman di Bank Konvensional. Hal ini dikarenakan sulitnya merubah pola pikir masyarakat untuk memilih produk-produk bank syariah, mereka masih terbiasa dengan produk-produk yang ditawarkan oleh Bank Konvensional mengingat di Kota Bengkulu telah lebih dulu di masuki oleh Bank- bank Konvensional.

---

<sup>10</sup> Rahmatin Nadia, Wawancara pada tanggal 13 November 2017

<sup>11</sup> Nurkholis, Staf Instalasi Rumah Sakit Jiwa Suprpto dan Nasabah Produk BNI Griya IB Hasanah, Wawancara apada tanggal 17 Januari 2018

<sup>12</sup> Ardiana Pondesta, Staf di Stikes Bakti Husada dan Nasabah Produk BNI Griya IB Hasanah, Wawancara pada Tanggal 22 Januari 2018



Artinya sosialisasi dan pengenalan terhadap produk-produk pembiayaan bank syariah harus benar benar terlaksana dengan baik agar tercapai pemahaman mengenai mekanisme pembiayaan bank syariah dengan benar. Bank tidak akan dapat menarik minat nasabah untuk mengajukan pembiayaan, jika nasabah sendiri tidak mengetahui produk-produk pembiayaan yang ditawarkan, dengan demikian Bank syariah harus meyakinkan para nasabah bahwa produk-produk pembiayaan bank syariah mempunyai keunggulan yang lebih dibanding dengan bank konvensional, dan diharapkan tidak ada lagi terdengar suara sumbang terhadap bank syariah yang bersumber dari ketidaktahuan.

Berdasarkan pada persepsi masyarakat yang selama ini menganggap bahwa pembiayaan yang ada di bank syariah itu sama dengan kredit yang ada di bank konvensional, maka penulis tertarik mengadakan penelitian yang penulis beri judul **Persepsi Nasabah Terhadap Produk Pembiayaan BNI Syariah Cabang Bengkulu.**

## **B. Rumusan Masalah**

Pokok permasalahan yang akan diteliti yaitu:

1. Bagaimana persepsi nasabah dalam memilih Produk pembiayaan BNI Syariah cabang Bengkulu?
2. Bagaimana upaya BNI Syariah dalam membentuk persepsi yang baik pada nasabah?

## **C. Tujuan Penelitian**

### **1. Tujuan Umum**

Tujuan penelitian secara umum adalah untuk dijadikan acuan Bni Syariah cabang Bengkulu dalam meningkatkan sosialisasi kepada masyarakat tentang produk pembiayaan yang dikeluarkan.

### **2. Tujuan Khusus**

Dari perumusan masalah, maka penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui persepsi nasabah dalam memilih produk pembiayaan Bni Syariah Cabang Bengkulu, dan mengetahui upaya yang dilakukan oleh pihak BNI Syariah dalam menciptakan persepsi nasabah yang baik.

## **D. Kegunaan Penelitian**

### **1. Kegunaan Teoritis**

Secara teoritis dan akademis, hasil dari penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai literasi dan referensi bagi akademisi serupa agar dapat memberikan sumbangan ilmu dan pemikiran dalam melakukan kajian persepsi nasabah dalam memilih produk pembiayaan bank syariah serta dapat dijadikan acuan agar masyarakat untuk tetap memilih produk-produk pembiayaan bank syariah.

### **2. Kegunaan Praktis**

Bagi Bank Bni Syariah Cabang Bengkulu, kegunaan dari penelitian ini adalah sebagai bahan masukan didalam pengambilan

kepentingan atau keputusan yang berhubungan dengan kegiatan pengenalan dan sosialisasi produk pembiayaan agar tercipta persepsi masyarakat yang baik.

#### **E. Penelitian Terdahulu**

Pertama dari segi penelitian internasional, yaitu penelitian yang dilakukan oleh Seethaletchumy Thambiah, Uchena Cyril Eze, dan Arumugam di Malaysia Bagian Barat, pada Tahun 2011 dengan judul penelitian *Customer's Perception on Islamic Retail Banking: Acomparative Analysis between the Urban and Rural Regions of Malaysia*. Tujuan penelitiannya yaitu untuk mengetahui persepsi masyarakat Malaysia Bagian barat bagian pedesaan dalam melihat perbankan syariah, pengetahuan nasabah tentang *Islamic Retail Banking*, dan persepsi masyarakat yang berada pada daerah perkotaan dengan persepsi masyarakat yang berada di daerah pedesaan terhadap perbankan syariah. Peneliti menggunakan metode penelitian Kuantitatif dengan menggunakan jenis penelitian random sampling.<sup>13</sup>

Persamaan antara penelitian yang dilakukan oleh Seethaletchumy Thambiah, Uchena Cyril Eze, dan Arumugam dengan penelitian yang dilakukan oleh penulis terletak pada variabel persepsi karena variabel tersebut juga dibahas pada penelitian yang dilakukan oleh penulis.

---

<sup>13</sup> Seethaletchumy Thambiah, Uchena Cyril Eze, dan Arumugam Kesavan, "Customer's Perception on Islamic Retail Banking: Acomparative Analysis between the Urban and Rural Regions of Malaysia", *International Journal of Business and Management*, Vol. 6, No. 1, E-ISSN 1833-8119, (Januari 2011)

Kemudian yang membedakan diantaranya terletak pada objek penelitian dan metode penelitiannya. Objek dari penelitian yang dilakukan oleh Seethaletchumy Thambiah, Uchena Cyril Eze, dan Arumugam adalah Masyarakat Malaysia bagian barat yang menjadi nasabah bank syariah dan metode penelitiannya menggunakan metode kuantitatif. Sedangkan objek pada penelitian yang akan penulis lakukan yaitu di Bank BNI Syariah Cabang Bengkulu dan men menggunakan metode kualitatif.

Kedua, penelitian yang dilakukan oleh Dede Nurdiansyah di Bogor pada Tahun 2009 dengan judul penelitian Persepsi Nasabah Terhadap Produk Pembiayaan Murabahah BPRS Al-Salam. Tujuan Penelitiannya yaitu untuk mengetahui jumlah nasabah yang mengetahui tentang pembiayaan murabahah dengan menggunakan metode penelitian kuantitatif.<sup>14</sup>

Persamaan antara penelitian yang dilakukan oleh Dede Nurdiansyah dengan penelitian yang dilakukan oleh penulis terletak pada beberapa variabel penelitiannya, yaitu pada persepsi nasabah dan produk pembiayaan.

Kemudian yang membedakan diantaranya terletak pada tujuan penelitian dan metode penelitiannya. Tujuan dari penelitian yang dilakukan oleh Dede Nurdiansyah adalah untuk mengetahui jumlah nasabah yang mengerti produk pembiayaan *murabahah* dan metode penelitiannya berupa metode penelitian kuantitatif, sedangkan pada penelitian yang penulis lakukan bertujuan untuk mengetahui persepsi nasabah dalam memilih produk

---

<sup>14</sup> Dede Nurdiansyah, "Persepsi Nasabah Terhadap Produk Pembiayaan Murabahah BPRS Al-Salam", *Al-Iqtishad*, Vol. 1, No. 1, (Januari 2009)

pembiayaan dan upaya BNI Syariah dalam menciptakan persepsi nasabah yang baik.

Ketiga, penelitian yang dilakukan oleh Marseli Tambayong di Bengkulu pada Tahun 2016 dengan judul penelitian Persepsi Nasabah Bank Sinarmas Syariah Cabang Bengkulu Tentang Tabungan Simas CERIA, dengan rumusan masalah yaitu bagaimana persepsi nasabah terhadap Tabungan Simas CERIA dan apa saja produk-produk yang dikeluarkan oleh Bank Sinarmas Syariah Cabang Bengkulu. Metode yang digunakan adalah metode penelitian kualitatif dan jenis penelitiannya berbentuk penelitian lapangan. Hasil penelitiannya menyatakan menyatakan bahwa persepsi nasabah dipengaruhi oleh promosi dan sosialisasi pihak bank.<sup>15</sup>

Persamaan antara penelitian yang dilakukan oleh Marseli Tambayong dengan penelitian yang dilakukan oleh penulis terletak pada fokus pembahasan dan metode penelitiannya, yaitu sama-sama membahas persepsi nasabah, dan metode penelitian juga menggunakan metode kualitatif dengan analisis deskriptif yang menggambarkan data dan informasi di lapangan.

Kemudian yang membedakannya terletak pada objek penelitian dan rumusan masalah. Penulis melakukan penelitian di Bank BNI Syariah Cabang Bengkulu sedangkan objek penelitian Marseli Tambayong dilakukan di Bank Sinarmas Syariah dan rumusan masalah pada penelitian yang dilakukan oleh penulis menitik beratkan pada mengetahui persepsi nasabah dalam memilih produk pembiayaan dan upaya bank BNI Syariah dalam menciptakan persepsi

---

<sup>15</sup> Marseli Tambayong, Persepsi Nasabah Bank Sinarmas Syariah Cabang Bengkulu Tentang Tabungan Simas CERIA, Skripsi, (Bengkulu: Institut Agama Islam Negeri Bengkulu, 2016)

nasabah yang baik, sedangkan rumusan masalah pada penelitian yang dilakukan oleh Marseli Tambayong menitik beratkan pada persepsi nasabah tentang tabungan Sinarmas Ceria.

Terakhir, penelitian yang dilakukan oleh Nurul Hanifah di Pekan Baru pada Tahun 2016 dengan judul penelitian Persepsi Nasabah Terhadap Produk Pembiayaan Musyarakah Pada Bri Syariah Dan Bni Syariah Cabang Pekanbaru, dengan rumusan masalah yaitu apakah ada perbedaan persepsi antara nasabah usaha kecil dan usaha menengah terhadap pembiayaan musyarakah pada BRI Syariah dan BNI Syariah cabang pekan baru. Metode yang digunakan adalah metode penelitian Kuantitatif dengan sampel berjumlah 30 nasabah. Hasil penelitiannya menyatakan bahwa tidak ada perbedaan persepsi antara nasavah usaha kecil dengan usaha menengah terhadap produk pembiayaan musyarakah BRI Syariah dan BNI Syariah cabang Pekan Baru.<sup>16</sup>

Persamaan antara penelitian yang dilakukan oleh Nurul Hanifah dengan penelitian yang dilakukan oleh penulis terletak pada variabel dan objek penelitian, yaitu membahas tentang persepsi nasabah dan objeknya pada produk pembiayaan.

Namun yang membedakannya diantaranya adalah pada segi lokasi penelitian, rumusan masalah dan metode penelitian. Penulis melakukan penelitian di BNI Syariah Cabang Bengkulu sedangkan lokasi penelitian yang dilakukan oleh Nurul Hanifah berlokasi di BRI Syariah dan BNI Syariah

---

<sup>16</sup> Nurul Hanifah, Persepsi Nasabah Terhadap Produk Pembiayaan Musyarakah pada BRI Syariah dan BNI Syariah Cabang Pekan Baru, Skripsi, (Riau: Universitas Islam Negri Sultan Syarif Kasim, 2010)

cabang Pekan Baru. Pada rumusan masalah penulis adalah tentang persepsi nasabah dalam memilih produk pembiayaan dan upaya bank BNI Syariah dalam menciptakan persepsi nasabah yang baik sedangkan rumusan masalah yang terdapat pada penelitian yang dilakukan oleh Nurul Hanifah adalah tentang ada atau tidaknya perbedaan persepsi nasabah usaha kecil dan usaha menengah terhadap pembiayaan musyarakah. Kemudian pada metode penelitian, penulis menggunakan metode penelitian kualitatif dengan analisis deskriptif sedangkan metode penelitian yang digunakan oleh Nurul Hanifah adalah metode penelitian kuantitatif.

Tabel 1.3 Ringkasan Penelitian Terdahulu

No	Nama / Judul Penelitian	Uraian		
		Metode dan Jenis Penelitian	Lokasi Penelitian	Informan Penelitian
1	Seethaetchumy Thambiah, Uchena Cyril Eze, dan Arumugam Kesavan / Customer's Perception on Islamic Retail Banking: Acomparative Analysis between the Urban and Rural Regions of Malaysia	a. Metode Kuantitatif b. Jenis Penelitian menggunakan Random Sampling	Kota dan Desa di Malaysia bagian barat.	a. Populasi: Masyarakat nasabah Islamic Retail Banking yang ada di wilayah Malaysia bagian barat. b. Sampel berjumlah 281 masyarakat kota dan 256 desa.
2	Dede Nurdiansyah / Persepsi Nasabah Terhadap Produk	a. Metode Kuantitatif b. Jenis Penelitian menggunakan random	Penelitian dilakukan di BPRS Al-Salam Bogor	80 Orang Nasabah BPRS Al-Salam

	Pembiayaan Murabahah BPRS Al-Salam, Jurnal Nasional Tahun 2009	sampling		
3	Marseli Tambayong / Persepsi Nasabah Bank Sinarmas Syariah Cabang Bengkulu Tentang Tabungan Simas CERIA, Skripsi, 2016	a. Metode Kualitatif b. Jenis Penelitian menggunakan penelitian lapangan ( <i>field research</i> )	Penelitian dilakukan di PT Bank Sinar Mas Syariah Tbk. Cabang Bengkulu	Branch Manager, Marketing Funding dan 10 Nasabah
4	Nurul Hanifah / Persepsi Nasabah Terhadap Produk Pembiayaan Musyarakah Pada Bri Syariah Dan Bni Syariah Cabang Pekanbaru, Skripsi Tahun 2010	a. Metode Kuantitatif b. Jenis Penelitian menggunakan survei ( <i>survey research</i> )	Penelitian dilakukan di Kantor Bri Syariah dan Bni Syariah Cabang Pekanbaru	a. Populasi adalah nasabah Bank Bri Syariah dan Bank Bni Syariah. b. Sampel berjumlah 30 nasabah

Dari ringkasan tabel yang memuat tentang penelitian terdahulu, dapat dilihat perbedaannya dengan peneliti yang peneliti lakukan yaitu pada metode dan jenis Penelitian. Metode yang digunakan adalah metode kualitatif dan jenis penelitian menggunakan penelitian lapangan (*Field research*).

Pada lokasi penelitian, peneliti melakukan penelitian di Kantor Bank Bni Syariah Cabang Bengkulu, Jalan Jendral Sudirman Pintu Batu, No 41-43 RT 09 RW 13, Kelurahan Tengah Padang, Kecamatan Teluk Segara, Bengkulu.



Kemudian pada informan Penelitian adalah *Operasional Manager* dan 10 orang Nasabah pembiayaan di Bni Syariah Cabang Bengkulu.

## **F. Metode Penelitian**

### **1. Jenis dan Pendekatan Penelitian**

#### **a. Jenis Penelitian**

Jenis penelitian yang dilakukan oleh penulis adalah penelitian *field research* (penelitian lapangan), yaitu meninjau langsung kelengkapan objek yang akan diteliti. Dalam penelitian ini, penulis melakukan penelitian langsung ke lapangan serta melakukan wawancara dengan pihak – pihak yang terkait dengan topik yang diteliti.

#### **b. Pendekatan Penelitian**

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah Pendekatan deskriptif kualitatif, karena penelitian ini bertujuan untuk memperoleh gambaran realitas yang terjadi pada persepsi nasabah dalam memilih produk pembiayaan Bni Syariah. Penggunaan metode kualitatif bertujuan untuk memperoleh pemahaman makna dengan menggunakan teknik pengamatan serta tidak memiliki hipotesis.<sup>17</sup>

### **2. Waktu dan Lokasi Penelitian**

Penelitian di mulai pada bulan Mei dan lokasi penelitian bertempat di Bank BNI Syariah Kantor Cabang Bengkulu dan rumah nasabah.

---

<sup>17</sup> Soejono dan Abdurrahman, *Metode Penelitian*, (Jakarta: Risaka Cpta, 1999), h. 28

### **3. Subjek/ Informan Penelitian**

Informan atau pihak yang dijadikan responden dari penelitian ini adalah *Head Of Financing Administration* yaitu Bapak Novan Zaman Herdiyanto dan Nasabah Produk Pembiayaan Bank Bni Syariah cabang Bengkulu sebanyak 10 orang nasabah.

### **4. Sumber dan Teknik Pengumpulan Data**

#### a. Sumber Data

##### 1. Data Primer

Data primer dalam penelitian ini adalah data yang didapat dari wawancara dengan Nasabah BNI Syariah Kantor Cabang Bengkulu dan informasi yang didapat dari pegawai Bank Bni Syariah cabang Bengkulu.

##### 2. Data Sekunder

Data sekunder dari penelitian ini adalah buku-buku, skripsi, jurnal dan media cetak yang membahas tentang teori persepsi, perbankan syariah dan pembiayaan.

#### b. Teknik Pengumpulan Data

Peneliti menggunakan teknik pengumpulan data sebagai berikut:

##### 1. Teknik Wawancara

Teknik ini dilaksanakan dengan cara komunikasi langsung untuk memperoleh data dan informasi terkait persepsi nasabah tentang produk pembiayaan di BNI Syariah.

## 2. Teknik Observasi

Penulis mengadakan penelitian langsung terhadap kegiatan yang dilakukan oleh Bank BNI Syariah, agar ada kesesuaian data yang diperoleh dari teknik observasi dengan data yang diperoleh dari Teknik Wawancara.

## 5. Teknik Analisis Data

Peneliti menggunakan teknik analisis data interaktif Mile dan Huberman.<sup>18</sup> Peneliti menganalisis data dengan cara mengumpulkan data, mereduksi data, penyajian data dan kemudian penarikan kesimpulan.<sup>19</sup>

### a. Pengumpulan Data

Peneliti mengumpulkan data dengan menggali data dari wawancara dengan nasabah pembiayaan dan kepala administrasi pembiayaan di BNI Syariah, kemudian ditulis dalam catatan, memanfaatkan dokumen pribadi, gambar dan foto.

### b. Reduksi Data

Reduksi data dilakukan dengan jalan membuat abstraksi dan menyusun dalam satuan-satuan, dimana satuan-satuan tersebut dibuat

---

<sup>18</sup> Sugiono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2013), h. 246

<sup>19</sup> Miles Matthew B dan A Micheal Huberman, *Analisis Data Kualitatif*, (Jakarta: Universitas Indonesia Press, 1992), h. 15-21

kategori sehingga diperoleh data halus yang memudahkan dalam penyajian data maupun penarikan kesimpulan.

c. Penyajian Data

Data yang telah direduksi selanjutnya akan disajikan dalam bentuk naratif yang berisi deskriptif sehingga tujuan penelitian dapat terjawab. Penyajian data mempermudah peneliti dalam melihat hasil penelitian.

d. Penarikan Kesimpulan

Pada tahap akhir, data yang tersaji harus dapat menjawab rumusan masalah. Penarikan kesimpulan menyangkut interpretasi peneliti, yaitu penggambaran makna dari data yang ditampilkan, sehingga memperoleh kesimpulan mengenai persepsi nasabah dalam memilih produk pembiayaan Bni syariah cabang Bengkulu.

## **6. Sistematika Penulisan**

### **Bab I Pendahuluan**

Dalam bab ini, peneliti mengungkapkan secara ringkas tentang latar belakang dari judul penelitian yaitu “Persepsi Nasabah dalam Memilih Produk Pembiayaan BNI Syariah Cabang Bengkulu” yang berisi tentang latar belakang, perumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, penelitian terdahulu, metode penelitian dan sistematika penulisan. Pada bagian metode penelitian menguraikan tentang metode penelitian yang

digunakan untuk menjawab permasalahan penelitian, data yang digunakan dan menganalisis data.

## **Bab II Kajian Teori**

Dalam bab ini menjelaskan tentang teori terkait dengan penelitian, yaitu tentang teori persepsi dan pembiayaan di bank syariah. Bab ini dapat membantu pembaca memahami lebih dalam mengenai masalah yang diangkat dari penelitian ini.

## **Bab III Gambaran Umum Objek Penelitian**

Bab ini berisikan gambaran umum objek penelitian yang berkaitan dengan masalah yang diteliti, dalam hal ini BNI Syariah dan produk pembiayaannya.

## **Bab IV Hasil Penelitian dan Pembahasan**

Pada bab ini akan dibagi menjadi dua bagian. Pertama hasil penelitian dan yang kedua pembahasan. Pada hasil penelitian, peneliti akan mengungkapkan secara jelas hasil wawancara dengan informan penelitian yaitu Kepala Administrasi Pembiayaan BNI Syariah dan 10 orang nasabah pembiayaan di BNI Syariah. kemudian pada pembahasan, Peneliti akan menjelaskan mengenai penelitian yang lakukan dengan menyimpulkan inti yang ada pada hasil penelitian.

## **Bab V Penutup**

Pada bab ini akan dibagi menjadi dua bagian, yaitu kesimpulan dan saran. Pada kesimpulan, peneliti akan mengambil inti dan menyimpulkan secara ringkas hasil dari penelitian yang dilakukan, kemudian pada bagian saran, peneliti akan memberikan masukan kepada tiga pihak yang terkait dengan penelitian yaitu kepada lembaga keuangan, nasabah dan akademisi.

#### **DAFTAR PUSTAKA**

Bagian ini untuk memberikan informasi tentang literatur yang ada pada pembuatan skripsi ini agar memperjelas pembaca dari mana sumber penulisan tersebut.

## **BAB II**

### **KAJIAN TEORI**

#### **A. Perilaku Konsumen**

Pada dasarnya persepsi merupakan bagian dari perilaku konsumen. Konsumen yang dalam hal ini adalah nasabah bagian utama dari bank sebagai tantangan terbesar mereka, khususnya bagian pemasaran yang bertujuan mempengaruhi konsumen untuk membeli atau menggunakan suatu produk. Tahapan pembelian dapat dimulai dari pengenalan masalah, motivasi konsumen, pencarian informasi, persepsi, sikap, proses integrasi, dan keputusan pembelian.<sup>20</sup>

##### **1. Pengenalan Masalah**

Biasanya Pengenalan masalah terjadi karena perbedaan kondisi dan situasi yang konsumen inginkan dengan kondisi dan situasi yang sebenarnya. Secara lebih rinci penyebab pengenalan nasabah dipengaruhi oleh faktor-faktor yang mencakup persediaan berkurang atau habis, ketidakpuasan, kebutuhan baru, keinginan, hubungan produk, peran pemasar, dan produk baru.

##### **2. Motivasi Konsumen**

Suatu proses keputusan pembelian oleh konsumen sangat bergantung pada cara konsumen memandang suatu masalah atau kebutuhan dan motivasi yang muncul dalam dirinya. ibarat seorang

---

<sup>20</sup> Morissan, M.A., *Periklanan Komunikasi Pemasaran Terpadu*, ( Jakarta: Kencana, 2010 ), h. 85

konsumen menganggap kebutuhan untuk melakukan pembiayaan dari segi manfaatnya saja dan fokus pada prosedurnya yang mudah. Namun konsumen lain memandang produk pembiayaan sebagai kebutuhan yang tidak terlalu bermanfaat karena ada pengembalian yang harus dilakukan secara terikat.

Agar dapat memahami alasan yang melatarbelakangi pembelian oleh konsumen, pemasar harus memperhatikan motif konsumen yaitu faktor-faktor yang mendorong konsumen melakukan tindakan tertentu. Sebuah kebutuhan akan menjadi motif jika didorong hingga mencapai tingkat intensitas yang sesuai dan memadai.<sup>21</sup>

### **3. Pencarian Informasi**

Ketika konsumen melihat adanya masalah atau kebutuhan yang hanya dapat dipuaskan melalui pembelian suatu produk, maka mereka mulai mencari informasi yang dibutuhkan untuk membuat keputusan pembelian. Upaya pencarian tahap awal sering kali berupaya untuk menggali informasi yang ada dalam ingatan yaitu mengingat pengalaman masa lalu dan atau pengetahuan yang sudah dimiliki.

### **4. Persepsi**

Gillbert Harrel dalam Buku Prinsip-prinsip Pemasaran menyatakan bahwa persepsi merupakan proses yang digunakan individu untuk memilih, mengorganisasi dan menginterpretasikan masukan-masukan informasi guna menciptakan gambaran dunia yang memiliki arti.

---

<sup>21</sup> Philip Kotler, *Prinsip – prinsip Pemasaran*, (Jakarta: Erlangga, 2010), h. 196



Pengetahuan mengenai bagaimana konsumen menerima dan menggunakan informasi dari sumber eksternal merupakan hal penting yang perlu diketahui pemasar dalam merancang strategi komunikasinya. Dalam hal ini, pemasar perlu mengetahui bagaimana konsumen menerima dan merasakan informasi eksternal, menanggapi berbagai sumber informasi, dan memaknai sebuah informasi.

Persepsi adalah suatu proses individual yang sangat bergantung pada faktor-faktor internal seperti kepercayaan, pengalaman, kebutuhan, suasana hati, serta harapan. Persepsi tidak hanya bergantung pada rangsangan fisik tetapi juga pada rangsangan yang berhubungan dengan lingkungan sekitar dan keadaan individu yang bersangkutan. Orang yang termotivasi siap bertindak, namun tindakan yang dilakukan akan dipengaruhi oleh persepsinya terhadap situasi tertentu.

## **5. Evaluasi Alternatif**

Tahap Evaluasi alternatif adalah tahap dimana konsumen membandingkan berbagai merek produk yang diharapkan dapat mengatasi masalah yang dihadapi dan memuaskan kebutuhan atau motif yang mengawali proses keputusan pembelian tersebut.

## **6. Sikap**

Sikap adalah salah satu konsep yang paling sering menjadi fokus perhatian dalam penelitian mengenai perilaku konsumen. Orang memiliki sikap terhadap semua hal. Sikap menempatkan semua hal itu dalam pemikiran konsumen untuk menyukai atau tidak menyukai suatu

objek dan apakah konsumen bergerak mendekati atau menjauhi objek tersebut.

## **7. Proses Intergrasi**

Proses integrasi adalah cara bagaimana pengetahuan, makna, dan kepercayaan terhadap produk dikombinasikan untuk melakukan evaluasi atas satu atau beberapa alternatif. Analisis proses integrasi memfokuskan diri pada tipe aturan pengambilan keputusan yang berbeda-beda atau strategi yang digunakan konsumen untuk memutuskan berbagai alternatif pembelian.

## **8. Keputusan Pembelian**

adalah setelah adanya niat atau keinginan membeli, tahap selanjutnya adalah keputusan pembelian. Namun keputusan pembelian tidak sama dengan pembelian yang sebenarnya. Saat konsumen memilih membeli suatu barang, ia masih harus melaksanakan keputusan dan melakukan pembelian yang sesungguhnya.

## **B. Persepsi**

### **1. Pengertian Persepsi**

Persepsi adalah proses neurologis ketika sensoris stimulus diterima, diketahui dan diakui sebagai makna yang sederhana. Istilah yang biasa dipakai untuk menjelaskan kontrol sensoris terhadap sesuatu yang kompleks seperti perilaku diinferensi dari perilaku lain dan suatu peristiwa

internal yang bersifat hipotesis yang mempunyai sifat yang tidak menentu, namun yang dikendalikan oleh sebagian besar rangsangan dari luar.<sup>22</sup>

Persepsi adalah proses dimana kita menjadi sadar akan banyaknya stimulus yang mempengaruhi indra kita. Persepsi mempengaruhi rangsangan atau pesan apa yang kita serap dan makna yang kita berikan kepada mereka saat mereka mencapai kesadaran. Kita dapat mengilustrasikan bagaimana persepsi bekerja dengan tiga langkah yang terlibat dalam proses ini. Tahap-tahap ini tidak saling berpisah, dalam kenyataan ketiganya bersifat kontinyu, bercampur-baur dan bertumpang tindih satu sama lain.<sup>23</sup>

Menurut Bilson Simamora persepsi adalah bagaimana seseorang melihat dunia sekitar. Menurutnya, persepsi merupakan suatu proses, seseorang menyelesaikan, mengorganisasikan, menginterpretasikan stimulasi kedalam gambaran dunia yang berarti dan menyeluruh.<sup>24</sup>

Menurut Bimo Walgito, persepsi ialah suatu proses yang didahului oleh pengindraan, yaitu merupakan proses yang berwujud diterimanya stimulus oleh individu melalui alat reseptornya.<sup>25</sup>

Tercantum dalam kamus besar Bahasa Indonesia, persepsi yaitu pemahaman, penafsiran, dan tanggapan individu dalam proses untuk mengingat dan mengidentifikasi sesuatu.

---

<sup>22</sup> Alo Liliweri, *Komunikasi Serba Ada Serba Makna*, ( Jakarta: Kencana, 2011), h. 153

<sup>23</sup> Joseph A. Devito, *Komunikasi Antarmanusia*, (Jakarta:Indonesia, 1997), h. 75

<sup>24</sup> Bilson Simamora, *Panduan Riset Perilaku Konsumen*, (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2002), h. 102

<sup>25</sup> Bimo Walgito, *Pengantar Psikologi Umum*, (Yogyakarta: Andi Ofset, 1990), h. 53

Pada intinya, dari penjelasan – penjelasan di atas dapat disimpulkan bahwa Persepsi adalah proses untuk memahami informasi dari suatu peristiwa yang mempengaruhi penginderaan sehingga menimbulkan reaksi atau respon terhadap suatu peristiwa tersebut.

## **2. Sifat-sifat Persepsi**

Ada beberapa sifat-sifat persepsi, yaitu sebagai berikut:

### **a. Persepsi Bersifat Dugaan**

Data yang didapat tentang objek melalui penginderaan tidak pernah sempurna, persepsi sering kali langsung menyimpulkan tentang suatu objek. Proses persepsi bersifat dugaan, hal ini memungkinkan kita untuk mengartikan objek dengan arti yang lebih lengkap pada suatu segi manapun. Itulah sebabnya informasi yang diperoleh tidak lengkap, dugaan diperlukan untuk membuat kesimpulan berdasarkan informasi yang tidak lengkap melalui pengindraan. Kita harus mengisi ruang kosong untuk melengkapi gambaran itu dan menyediakan informasi yang hilang. Dengan demikian persepsi juga diartikan sebagai suatu proses mengorganisasikan informasi yang tersedia, yang kita ketahui dalam suatu skema organisasional tertentu yang memungkinkan kita memperoleh suatu makna.

### **b. Persepsi Bersifat Kontekstual**

Dari seluruh pengaruh yang ada pada persepsi kita, konteks merupakan salah satu pengaruh yang paling kuat. Konteks yang mencakup ketika kita melihat seseorang, objek atau kejadian yang

mempengaruhi persepsi kita. Dalam mengorganisasikan suatu objek atau meletakkannya ke dalam suatu konteks tertentu, maka prinsip yang digunakan berupa struktur objek atau kejadian berdasarkan prinsip kemiripan atau kedekatan dan kelengkapannya, dan kita biasanya mempersepsi suatu kejadian yang terdiri dari objek dan latar belakangnya.<sup>26</sup>

c. Persepsi Bersifat Evaluatif

Persepsi merupakan suatu proses kognitif psikologis dalam diri individu yang mencerminkan sikap, kepercayaan, nilai, dan pengharapan yang digunakan untuk mengartikan suatu objek persepsi. Dengan demikian, persepsi bersifat pribadi dan subjektif. Menurut Andrea L Rich, “Persepsi pada dasarnya memiliki keadaan fisik dan psikologis individu, menunjukkan kualitas dan karakteristik mutlak objek yang dipersepsi.

### 3. Faktor-faktor yang mempengaruhi Persepsi

Ada beberapa faktor yang mempengaruhi persepsi antara lain:

a. Psikologi

Keadaan psikologi seseorang sangat mempengaruhi persepsi dalam menilai suatu hal, sebagai contoh seseorang yang buta tidak dapat melihat keindahan sebuah pemandangan yang menurut orang lain itu dapat dilihat keindahannya.

b. Keluarga

---

<sup>26</sup> Jalaludin Rahmat, *Psikologi Komunikasi*,... h. 55

Keluarga merupakan orang terdekat dalam proses pembentukan persepsi seseorang. Apabila seseorang lahir dalam keluarga yang mempunyai persepsi bahwa bunga bank itu riba, maka seseorang tersebut akan selamanya menganggap bunga bank itu riba.

c. Kebudayaan

Persepsi seseorang juga dapat dipengaruhi dari budaya dan adat. Seperti contoh persepsi dari suku batak yaitu laki-laki yang terlahir dari suku batak, tidak boleh menikah dengan wanita yang satu marga.

#### 4. Proses Terjadinya Persepsi

Persepsi terjadi melalui beberapa proses berikut:

a. Adanya Obyek Persepsi

Suatu obyek dapat menimbulkan stimulus yang mengenai alat indera atau reseptor, stimulus bisa saja datang dari luar individu yang memersepsi, tetapi juga bisa datang dari individu yang bersangkutan langsung mengenai syaraf penerima yang bekerja sebagai reseptor, namun sebagian besar stimulus datang dari luar individu.<sup>27</sup>

b. Adanya indera saraf dan pusat susunan saraf

Alat indera atau reseptor merupakan alat untuk menerima stimulus, disamping itu juga harus ada saraf sensoris sebagai alat untuk meneruskan stimulus yang diterima reseptor ke pusat susunan syaraf, yaitu otak sebagai pusat kesadaran. Suatu alat yang digunakan untuk mengadakan respon diperlukan syaraf motoris.<sup>28</sup>

---

<sup>27</sup> Bimo Walgito, *Pengantar Psikologi...*, h. 54

<sup>28</sup> Bimo Walgito, *Pengantar Psikologi...*, h. 57

c. Adanya perhatian

Perhatian adalah suatu langkah pertama untuk persiapan dalam rangka mengadakan persepsi. Perhatian adalah pemusatan atau konsentrasi dari segala aktivitas seseorang yang ditujukan kepada sekumpulan objek.<sup>29</sup>

## C. Pembiayaan

### 1. Pengertian Pembiayaan

Pembiayaan jika diartikan secara luas berarti *financing* atau pembelanjaan, artinya pendanaan yang dikeluarkan untuk mendukung investasi yang sudah direncanakan, baik dijalankan sendiri ataupun dijalankan oleh orang lain. Jika dalam arti sempit, pembiayaan merupakan pembiayaan yang dipakai untuk mendefinisikan pendanaan yang dilakukan oleh lembaga pembiayaan, seperti bank syariah kepada nasabah.<sup>30</sup>

Pembiayaan pada perbankan syariah dalam ketentuan Bank Indonesia adalah penanaman dana dalam bentuk rupiah atau valuta asing dalam bentuk pembiayaan, piutang *qardh*, surat berharga syariah, penyertaan modal sementara, komitmen dan kontijensi pada rekening administratif serta sertifikat hadiah Bank Indonesia.<sup>31</sup>

---

<sup>29</sup> Bimo Walgito, *Pengantar Psikologi...*, h. 62

<sup>30</sup> Muhammad, *Manajemen Bank Syariah*, (Yogyakarta: Fakultas Ekonomi UGM, 2002), h. 309

<sup>31</sup> Muhammad, *Manajemen Dana Bank Syariah*, (Jakarta: PT Raja Grafindo, 2004), h. 302

Pembiayaan sering disebut dengan kredit, kegiatan Bank dalam penyaluran dana kepada pihak lain, yang paling besar dalam bentuk kredit. Dalam neraca bank pada sisi aktiva, kredit merupakan aktiva produktif yang terbesar dan memberikan pendapat yang paling besar dibandingkan aktiva produktif lainnya.<sup>32</sup>

Menurut Undang-undang Nomor 21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah yang dimaksud dengan pembiayaan adalah penyediaan dana atau tagihan yang dipersamakan dengan itu berupa transaksi bagi hasil dalam bentuk *mudharabah* dan *musyarakah*, transaksi sewa menyewa dalam bentuk *ijarah* atau sewa beli dalam bentuk *ijarah muntahiya bittamlik*, transaksi jual beli dalam bentuk piutang *murabahah*, *salam*, dan *istishna*, transaksi pinjam meminjam dalam bentuk piutang *qardh*, dan transaksi sewa menyewa jasa dalam bentuk *ijarah* untuk transaksi multijasa.<sup>33</sup>

## 2. Unsur-Unsur Pembiayaan

### a. Pemberi dan Penerima Pembiayaan

Adanya kedua pihak yaitu pemberi pembiayaan (*shahibul mal*) dengan penerima pembiayaan (*mudharib*) yang merupakan hubungan kerjasama yang saling menguntungkan, dan dari kerjasama tersebut dapat pula dimaknai dengan hubungan saling tolong menolong.

### b. Perjanjian

---

<sup>32</sup> Ismail, *Akuntansi Bank Teori dan Aplikasi dalam Rupiah*, (Jakarta: Kencana, 2010), h.190

<sup>33</sup> M Nur Rianto Al Arif, *Dasar-dasar Pemasaran Bank Syariah*, ( Jakarta: Alfabeta, 2012), h. 42



Adanya kesepakatan pihak *shahibul mal* dengan pihak lainnya berjanji membayar dari *mudharib* kepada *shahibul mal*. Setiap pembiayaan yang diberikan oleh bank harus didasari adanya perjanjian antara bank dengan nasabah pengguna pembiayaan, perjanjian akan mengikat kedua belah pihak untuk saling memenuhi apa yang diteluh ditulis dan disepakati dalam perjanjian.

c. *Time Element*

Unsur waktu adalah unsur esensial pembiayaan, pemilik uang memberikan pembiayaan untuk konsumsi yang besar di masa yang akan datang dan produsen membutuhkan pembiayaan karena adanya jarak dan waktu antara produksi dan konsumsi.

d. Kepercayaan

Kepercayaan (*trust*) oleh masyarakat sangat penting bagi bank syariah, karena bank dan nasabah adalah satu kesatuan yang saling membutuhkan.

Ismail dalam bukunya Perbankan Syariah menyatakan bahwa:

“Bank syariah menanamkan kepercayaan kepada pihak yang menerima pembiayaan bahwa mitra akan memenuhi kewajiban untuk mengembalikan dana bank syariah sesuai dengan jangka waktu yang telah diperjanjikan. Bank syariah memberikan pembiayaan kepada mitra usaha sama artinya dengan bank memberikan kepercayaan kepada pihak penerima, bahwa pihak penerima akan mampu memenuhi kewajibannya.”<sup>34</sup>

e. Risiko

---

<sup>34</sup> Ismail, *Perbankan Syariah*, (Jakarta: Kencana, 2017), h. 84

Dalam menjalankan kegiatan pembiayaan tidak menutup kemungkinan bank akan mengalami terjadinya risiko. Adanya unsur risiko (*degree of risk*) pada pembiayaan seharusnya bank dapat mengantisipasinya dengan menganalisis pembiayaan sebelum dilakukan persetujuan pembiayaan antara pihak bank dan nasabah. Risiko yang sering dialami oleh bank adalah risiko gagal bayar oleh nasabah.

### **3. Fungsi Pembiayaan**

Pembiayaan difungsikan agar dapat membantu masyarakat dalam meningkatkan kesejahteraan ekonomi. Ada beberapa Fungsi pembiayaan diantaranya:<sup>35</sup>

#### **a. Meningkatkan Daya Guna Uang**

Pengusaha menggunakan pembiayaan dari bank untuk memperluas usaha dalam meningkatkan produksi, perdagangan, untuk usaha rehabilitasi, atau peningkatan produktifitas secara menyeluruh. Semua itu didapat dari hasil penghimpunan dana oleh bank yang kemudian disalurkan menjadi pembiayaan.

#### **b. Meningkatkan Daya Guna Barang**

Prosedur dengan bantuan pembiayaan dapat memproduksi bahan jadi sehingga utility dari bahan tersebut meningkat.

---

<sup>35</sup> Abdul Ghofur Anshori, *Perbankan Syariah di Indonesia*, (Yogyakarta: Gadjah Mada University Press, 2007), h. 304

c. Meningkatkan Peredaran Uang

Pembiayaan yang disalurkan melalui rekening-rekening koran pengusaha menciptakan pertambahan peredaran uang giral dan sejenisnya seperti cek, bilyet giro, wesel, promes dan lain sebagainya.

d. Membantu dalam meningkatkan Pendapatan Nasional

pengusaha atau nasabah yang memperoleh pembiayaan dengan tujuan untuk meningkatkan usahanya, jika suatu usaha sudah meningkat, maka akan meningkatkan profit yang didapat. Seiring dengan pendapatan usaha yang terus meningkat maka pajak yang diperoleh oleh pemerintah pun juga akan meningkat. Ini menandakan bahwa pembiayaan membantu dalam meningkatkan pendapatan nasional.

#### **4. Jenis – jenis Pembiayaan**

a. Jenis Pembiayaan Menurut Akad

Pembiayaan menurut akadnya dibagi atas pinjaman dengan akad pembiayaan dan akad pinjaman tanpa akad pembiayaan.<sup>36</sup>

1. Pembiayaan Dengan Akad Pembiayaan

Pembiayaan dengan akad pembiayaan adalah pembiayaan yang disertai dengan suatu akad pembiayaan tertulis antara lembaga pembiayaan dan nasabah yang antara lain mengatur besarnya plafond pembiayaan, nisbah, jangka waktu, jaminan, cara-cara pelunasan dan lain sebagainya. Pembiayaan yang telah

---

<sup>36</sup> Abdul Ghofur Anshori, *Perbankan Syariah di Indonesia...*, h. 341

habis jangka waktunya (*overdue*) termasuk pula dalam kelompok ini. Pembiayaan yang diberikan dengan akad tersebut diperinci atas pembiayaan dalam rangka pembiayaan bersama, yaitu pembiayaan berdasarkan perjanjian konsorsium antara beberapa lembaga keuangan. Sedangkan pembiayaan lainnya, yaitu pembiayaan dengan akad pembiayaan tidak dalam rangka pembiayaan bersama.<sup>37</sup>

## 2. Pembiayaan Tanpa Akad Pembiayaan

Pembiayaan tanpa akad pembiayaan adalah pembiayaan yang disertai suatu akad tertulis. Pembiayaan yang diberikan tanpa akad pembiayaan tertulis itu diperinci atas cerukan (*overdraft*) karena penarikan yang terjadi karena penarikan/pembebasan simpanan giro yang melalui saldo debit pada simpanan giro yang bersangkutan. Sedangkan hal tersebut tidak ada suatu fasilitas pembiayaan berdasarkan pembiayaan tertulis, bisa juga terjadi karena penarikan yang melampaui jumlah plafond pembiayaan, dan terjadi karena pembebanan bagi hasil dan pembiayaan lainnta terhutang sehingga menyebabkan pelampauan plafond.<sup>38</sup>

### b. Jenis Pembiayaan Menurut Tujuannya

Secara garis besar pembiayaan dapat dibagi dua jenis yaitu:<sup>39</sup>

#### 1. Pembiayaan Konsumtif

---

<sup>37</sup> Abdul Ghofur Anshori, *Perbankan Syariah di Indonesia...*, h. 341

<sup>38</sup> Abdul Ghofur Anshori, *Perbankan Syariah di Indonesia...*, h. 342

<sup>39</sup> M Nur Rianto Al Arif, *Dasar-dasar Pemasaran...*, h. 43

Pembiayaan Konsumtif adalah pembiayaan yang ditujukan untuk pembiayaan yang bersifat konsumtif, seperti pembiayaan untuk pembelian rumah, kendaraan bermotor, pembiayaan pendidikan dan apapun yang sifatnya konsumtif.

## 2. Pembiayaan Produktif

Pembiayaan Produktif adalah pembiayaan yang ditujukan untuk pembiayaan sektor produktif, seperti pembiayaan modal kerja, pembiayaan pembelian barang modal dan lainnya yang mempunyai tujuan untuk pemberdayaan sektor ril.

### c. Jenis Pembiayaan Menurut Jangka Waktunya

#### 1. Pembiayaan Jangka Pendek

Pembiayaan jangka pendek adalah pembiayaan yang diebrikan dengan masa pembiayaan maksimum selama 1 tahun. Pembiayaan jangka pendek pada umumnya diberikan untuk pembiayaan modal kerja dan pembiayaan rekening koran.

#### 2. Pembiayaan Jangka Menengah

Pembiayaan jangka menengah adalah pembiayaan yang jangka waktunya antara 1 tahun sampai dengan 3 tahun. Pembiayaan ini biasanya diberikan untuk pembiayaan investasi yang nilai pembiayaannya tidak terlalu besar dan kredit konsumtif.

#### 3. Pembiayaan Jangka Panjang

Pembiayaan jangka panjang adalah pembiayaan yang diberikan oleh Bank dengan jangka waktu lebih dari 3 tahun.

## 5. Produk –produk Pembiayaan Bank Syariah

### a. Pembiayaan dengan Prinsip Jual Beli

Pembiayaan dengan prinsip jual beli ditujukan untuk memiliki barang, dimana keuntungan bank telah ditentukan di depan dan menjadi bagian harga atas barang atau jasa yang dijual. Barang yang diperjualbelikan dapat berupa barang konsumtif maupun produktif. Akad yang dipergunakan dalam produk jual beli ini adalah *murabahah*, *salam* dan *istishna*.<sup>40</sup>

#### 1. *Murabahah*

Akad *Murabahah* diartikan sebagai jual beli barang pada harga awal dengan tambahan keuntungan yang disepakati. Bank harus memberi tahu harga pokok produk yang dibeli dan menentukan suatu tingkat keuntungan sebagai tambahannya. Pada saat ini produk inilah yang banyak digunakan oleh bank karena dianggap paling mudah dalam implementasinya.

*Murabahah* memiliki syarat-syarat tertentu yaitu adanya penjual yang harus memberi tahu biaya modal kepada nasabah, kontrak pertama harus sah dengan rukun yang ditetapkan dan bebas dari riba, penjual harus menjelaskan kepada pembeli bila terjadi

---

<sup>40</sup> M Nur Rianto Al Arif, *Dasar-dasar Pemasaran...*, h. 43

cacat atas barang sesudah pembelian dan penjual harus menyampaikan semua hak yang berkaitan dengan pembelian.

Dasar hukum dari murabahah telah tertera dalam surat Al-Baqarah ayat 275 sebagai berikut:

الَّذِينَ يَأْكُلُونَ الرِّبَا لَا يَقُومُونَ إِلَّا كَمَا يَقُومُ الَّذِي يَتَخَبَّطُهُ  
الشَّيْطَانُ مِنَ الْمَسِّ ۚ ذَٰلِكَ بِأَنَّهُمْ قَالُوا إِنَّمَا الْبَيْعُ مِثْلُ الرِّبَا ۗ  
وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا ۚ فَمَنْ جَاءَهُ مَوْعِظَةٌ مِّن رَّبِّهِ فَانْتَهَىٰ  
فَلَهُ مَا سَلَفَ وَأَمْرُهُ إِلَى اللَّهِ ۗ وَمَنْ عَادَ فَأُولَٰئِكَ أَصْحَابُ النَّارِ ۗ  
هُم فِيهَا خَالِدُونَ

*Artinya: Orang-orang yang Makan (mengambil) riba tidak dapat berdiri melainkan seperti berdirinya orang yang kemasukan syaitan lantaran (tekanan) penyakit gila. Keadaan mereka yang demikian itu, adalah disebabkan mereka berkata (berpendapat), Sesungguhnya jual beli itu sama dengan riba, Padahal Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba. orang-orang yang telah sampai kepadanya larangan dari Tuhannya, lalu terus berhenti (dari mengambil riba), Maka baginya apa yang telah diambilnya dahulu (sebelum datang larangan); dan urusannya (terserah) kepada Allah. orang yang kembali (mengambil riba), Maka orang itu adalah penghuni-penghuni neraka; mereka kekal di dalamnya. (Q.S. Al-Baqarah:275)<sup>41</sup>*

Melalui ayat tersebut, Allah menceritakan bahwa seorang pemakan riba akan dibangkitkan pada hari kiamat layaknya orang gila yang mengamuk seperti kesurupan setan. Allah Swt menegaskan dihalalkan jual beli dan diharamkan riba, orang yang

<sup>41</sup> K Kementerian Agama Republik Indonesia, *Al-Quran dan Terjemahnya*, (Semarang: Karya Toha Putra, 2014), h. 36

mbolehkan riba dapat ditafsirkan sebagai pembantahan hukum-hukum yang telah ditetapkan oleh Allah Swt.

## 2. *Bai' As-Salam*

*Bai' As-Salam* berarti pengembalian barang yang diserahkan dikemudian hari, sedangkan pembayaran dilakukan pada saat awal transaksi dilakukan. Landasan syariah dari akad salam ini adalah:<sup>42</sup>

Ibnu Abbas meriwayatkan bahwa Rosulullah Saw datang ke Madinah yang penduduknya melakukan salaf (salam) dalam buah-buahan untuk jangka waktu satu, dua dan tiga tahun. Beliau berkata, “Barang siapa yang melakukan salaf (salam), hendaknya ia melakukan dengan takaran yang jelas dan timbangan yang jelas pula, untuk jangka waktu yang diketahui”.

## 3. *Istishna*

Transaksi *Istishna* adalah kontrak penjualan antara nasabah dan bank. Dalam kontrak ini, bank menerima pesanan dari nasabah. Bank akan melalui pihak lain untuk membuat atau membeli barang menurut spesifikasi yang sudah disepakati lalu menjualnya kepada nasabah.<sup>43</sup>

### b. Pembiayaan dengan Prinsip Sewa

Pembiayaan dengan prinsip sewa berfungsi untuk mendapatkan jasa, keuntungan bank ditentukan didepan dan menjadi bagian harga

---

<sup>42</sup> M Nur Rianto Al Arif, *Dasar-dasar Pemasaran...*, h. 46

<sup>43</sup> Muhammad Syafii Antonio, *Bank Syariah: Teori dan Praktik*, (Jakarta: Gema Insani Press, 2001), h. 113



atas barang atau jasa yang disewakan. Tetapi dalam beberapa peristiwa, prinsip sewa dapat pula disertai dengan opsi kepemilikan. Yang termasuk dalam kategori ini adalah *ijarah* dan *ijarah muntahiya bit tamlik*. Ijarah merupakan akad pemindahan hak guna barang atau jasa, melalui upah sewa, tanpa diikuti dengan pemindahan hak kepemilikan atas barang itu sendiri. Ijarah tanpa akad pemindahan kepemilikan dikenal dengan sebagai *operational lease* dalam ilmu keuangan konvensional. Sementara *ijarah muntahiya bit tamlik* yaitu pemindahan hak guna atas suatu barang dan jasa melalui pembayaran upah sewa, diikuti opsi kepemilikan atas barang tersebut diakhir kontrak. Sehingga penyewa memiliki hak untuk memiliki barang yang disewa pada akhir masa kontrak penyewaan dan ini yang disebut sebagai *financial lease* dalam ilmu keuangan konvensional. Pemindahan kepemilikan inilah yang membedakan antara *ijarah* dengan *ijarah muntahiya bit tamlik*.

c. Pembiayaan dengan Prinsip Bagi Hasil

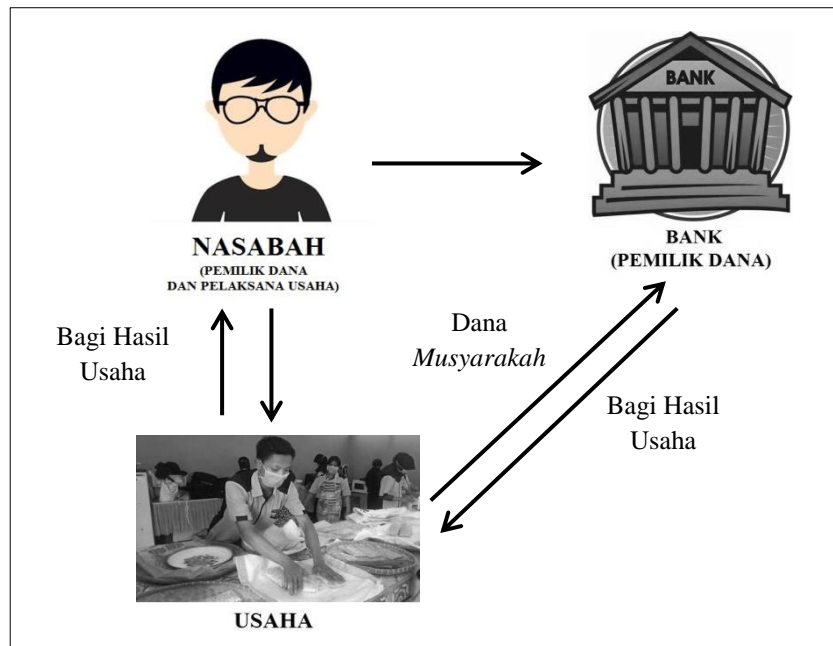
Pembiayaan dengan prinsip bagi hasil digunakan untuk usaha kerjasama yang ditujukan untuk mendapatkan barang dan jasa sekaligus, dimana tingkat keuntungan usaha sesuai dengan prinsip bagi hasil.

1. *Musyarakah*

Akad *Musyarakah* merupakan akad kerjasama antara dua pihak atau lebih untuk suatu usaha tertentu yang masing-masing pihak memberikan kontribusi dana dengan kesepakatan bahwa

keuntungan dan risiko akan ditanggung bersama sesuai kesepakatan.<sup>44</sup>

Gambar 2.1 Skema Pembiayaan *Musyarakah*<sup>45</sup>



Ketentuan umum pembiayaan *Musyarakah* yaitu semua modal distukan untuk untuk dijadikan modal proyek *musyarakah* dan dikelola bersama – sama, kemudian pemilik modal dipercaya untuk menjalankan proyek tersebut, lalu biaya yang timbul dalam pelaksanaan proyek dan jangka waktu proyek harus diketahui bersama dan proyek yang akan dijalankan harus diketahui bersama. Saat proyek telah selesai, nasabah mengembalikan dana tersebut beserta bagi hasil yang telah disepakati untuk bank.

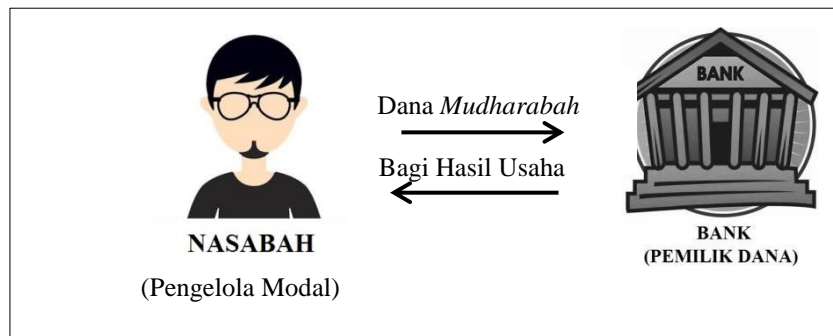
<sup>44</sup> M Nur Rianto Al Arif, *Dasar-dasar Pemasaran...*, h. 50

<sup>45</sup> Adiwarmarman A. Karim, *Bank Islam Analisis Fiqih dan Keuangan*, (Jakarta: PT Rajagrafindo Persada, 2016), h. 102

## 2. *Mudharabah*

Akad *Mudharabah* merupakan akad kerjasama antara dua pihak atau lebih, dimana pemilik modal mempercayakan sejumlah modalnya kepada pengelola dengan perjanjian keuntungan.<sup>46</sup> Tetapi apabila terjadi kerugian yang tidak disebabkan oleh kelalaian pengelola maka kerugian tersebut ditanggung oleh pemilik modal, namun apabila pengelola dengan sengaja melakukan kecurangan atau kelalaian maka pengelola harus bertanggung jawab atas kerugian tersebut.

Gambar 2.2 Skema Pembiayaan *Mudharabah*<sup>47</sup>



Ketentuan pembiayaan *mudharabah* adalah:<sup>48</sup>

- a. Sejumlah modal yang diserahkan pada nasabah harus diserahkan secara tunai, baik itu berbentuk uang atau barang yang bernilai dalam satuan uang, dan apabila modal yang diserahkan secara bertahap, maka harus jelas tahapannya dan disetujui bersama.

<sup>46</sup> M Nur Rianto Al Arif, *Dasar-dasar Pemasaran...*, h. 52

<sup>47</sup> Adiwarman A. Karim, *Bank Islam Analisis Fiqih dan Keuangan*, (Jakarta: PT Rajagrafindo Persada, 2016), h. 102

<sup>48</sup> Adiwarman A. Karim, *Bank Islam Analisi...*, h. 103

- b. Semua hasil pengelolaan modal pembiayaan *mudharabah* dapat diperhitungkan dengan cara:
  - 1. Perhitungan dari pendapatan proyek (*revenue sharing*).
  - 2. Perhitungan dari keuntungan proyek (*profit sharing*).
- c. Hasil usaha dibagi sesuai persetujuan dalam akad, pada setiap bulan atau waktu yang disepakati. Sebagai pemilik modal, Bank menanggung semua kerugian kecuali akibat dari kelalaian dan penyimpangan pihak nasabah, misalnya penyelewengan, kecurangan dan penyalahgunaan dana.
- d. Bank berhak mengawasi pekerjaan tetapi tidak berhak mencampuri urusan pekerjaan nasabah. Jika nasabah ingkar janji dengan sengaja, atau tidak mau membayarkan kewajiban atau menunda pembayaran kewajiban, maka ia dapat dikenakan sanksi administrasi.

## BAB III

### GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN

#### A. Sejarah Singkat BNI Syariah

Tempaan krisis moneter tahun 1997 membuktikan ketangguhan sistem perbankan syariah. Prinsip Syariah dengan 3 (tiga) pilarnya yaitu adil, transparan dan maslahat mampu menjawab kebutuhan masyarakat terhadap sistem perbankan yang lebih adil. Dengan berlandaskan pada Undang-undang No.10 Tahun 1998, pada tanggal tanggal 29 April 2000 didirikan Unit Usaha Syariah (UUS) BNI dengan 5 kantor cabang di Yogyakarta, Malang, Pekalongan, Jepara dan Banjarmasin. Selanjutnya UUS BNI terus berkembang menjadi 28 Kantor Cabang dan 31 Kantor Cabang Pembantu.<sup>49</sup>

Disamping itu nasabah juga dapat menikmati layanan syariah di Kantor Cabang BNI Konvensional (*office channelling*) dengan lebih kurang 1500 outlet yang tersebar di seluruh wilayah Indonesia. Di dalam pelaksanaan operasional perbankan, BNI Syariah tetap memperhatikan kepatuhan terhadap aspek syariah. Dengan Dewan Pengawas Syariah (DPS) yang saat ini diketuai oleh KH.Ma'ruf Amin, semua produk BNI Syariah telah melalui pengujian dari DPS sehingga telah memenuhi aturan syariah.

Berdasarkan Keputusan Gubernur Bank Indonesia Nomor 12/41/KEP.GBI/2010 tanggal 21 Mei 2010 mengenai pemberian izin usaha kepada PT Bank BNI Syariah. Dan di dalam *Corporate Plan* UUS BNI tahun

---

<sup>49</sup> BNI Syariah, *Sejarah BNI Syariah*, Dikutip dari <http://www.bnisyariah.co.id/sejarah-bni-syariah>, diakses 25 Februari 2018

2003 ditetapkan bahwa status UUS bersifat temporer dan akan dilakukan spin off tahun 2009. Rencana tersebut terlaksana pada tanggal 19 Juni 2010 dengan beroperasinya BNI Syariah sebagai Bank Umum Syariah (BUS). Realisasi waktu spin off bulan Juni 2010 tidak terlepas dari faktor eksternal berupa aspek regulasi yang kondusif yaitu dengan diterbitkannya UU No.19 tahun 2008 tentang Surat Berharga Syariah Negara (SBSN) dan UU No.21 tahun 2008 tentang Perbankan Syariah. Disamping itu, komitmen Pemerintah terhadap pengembangan perbankan syariah semakin kuat dan kesadaran terhadap keunggulan produk perbankan syariah juga semakin meningkat.

Pada bulan Juni 2014 jumlah cabang BNI Syariah mencapai 65 Kantor Cabang, 161 Kantor Cabang Pembantu, 17 Kantor Kas, 22 Mobil Layanan Gerak dan 20 Payment Point.

## **B. Sejarah Singkat Berdirinya BNI Syariah Bengkulu**

Seiring dengan perkembangan perbankan Syariah, BNI Syariah menambah satu cabang lagi di Bengkulu yang di resmikan pada tanggal 19 Juli 2012. Cabang yang beralamat di Jalan Jendral Sudirman Bengkulu ini di resmikan oleh Walikota Bengkulu yang di wakikan oleh Rusli Zaiwan selaku Sekretaris Daerah Kota Bengkulu, Causin Iman Karana selaku Pimpinan Bank Indonesia Provinsi Bengkulu serta disaksikan oleh Junaidi Hisom selaku Direktur Operasional dan Keuangan BNI Syariah dan Zulfahmi Ar selaku Pimpinan Cabang BNI Syariah.<sup>50</sup>

---

<sup>50</sup> Rahmatin Nadia, Wawancara pada tanggal 03 Mei 2018

## **C. Visi dan Misi BNI Syariah**

### **1. Visi BNI Syariah**

“Menjadi bank syariah pilihan masyarakat yang unggul dalam layanan dan kinerja”<sup>51</sup>

### **2. Misi BNI Syariah**

- a. Memberikan kontribusi positif kepada masyarakat dan peduli pada kelestarian lingkungan.
- b. Memberikan solusi bagi masyarakat untuk kebutuhan jasa perbankan syariah.
- c. Memberikan nilai investasi yang optimal bagi investor.
- d. Menciptakan wahana terbaik sebagai tempat kebanggaan untuk berkarya dan berprestasi bagi pegawai sebagai perwujudan ibadah.
- e. Menjadi acuan tata kelola perusahaan yang amanah.

## **D. Produk – produk Pembiayaan BNI Syariah Cabang Bengkulu**

### **1. Pembiayaan Konsumtif**

#### **a. BNI Griya IB Hasanah**

BNI Griya iB Hasanah adalah fasilitas pembiayaan konsumtif yang diberikan kepada anggota masyarakat untuk membeli, membangun, merenovasi rumah (termasuk ruko, rusun, rukan, apartemen dan sejenisnya), dan membeli tanah kavling serta rumah

---

<sup>51</sup>BNI Syariah, *Visi Misi BNI Syariah*, Dikutip dari <https://www.bnisyariah.co.id/id-id/perusahaan/tentangbnisyariah/visimisi>, diakses 25 Februari 2018

indent, yang besarnya disesuaikan dengan kebutuhan pembiayaan dan kemampuan membayar kembali masing-masing calon nasabah.<sup>52</sup>

Pembiayaan ini sangat diminati masyarakat Bengkulu karena prosesnya yang mudah dan sesuai dengan ketentuan syariah, besarnya disesuaikan dengan kebutuhan dan kemampuan membayar serta jangka waktu yang bisa mencapai 15 Tahun.

a. Keunggulan

1. Proses lebih cepat dengan persyaratan yang mudah sesuai dengan prinsip syariah.
2. Maksimum Pembiayaan sampai dengan Rp. 25 Milyar.
3. Jangka waktu pembiayaan sampai dengan 15 tahun kecuali untuk pembelian kavling maksimal 10 tahun atau disesuaikan dengan kemampuan pembayaran.
4. Jangka waktu sampai dengan 20 tahun untuk nasabah fixed-income.
5. Uang muka ringan yang dikaitkan dengan penggunaan pembiayaan.
6. Harga jual tetap tidak berubah sampai lunas.
7. Pembayaran angsuran melalui debet rekening secara otomatis atau dapat dilakukan di seluruh Kantor Cabang BNI Syariah maupun BNI Konvensional.

---

<sup>52</sup> BNI Syariah, *BNI Griya IB Hasanah*, Dikutip dari <https://www.bnisyariah.co.id/id-id/personal/pembiayaan/konsumer/bni-griya-ib-hasanah>, diakses 25 Februari 2018



b. Akad

Akad yang dipergunakan oleh produk pembiayaan BNI Griya iB Hasanah ini adalah *Murabahah*, *Musyarakah* *Mutanaqisah*.

c. Persyaratan

1. Warga Negara Indonesia.
2. Usia minimal 21 tahun dan maksimal sampai dengan saat pensiun pembiayaan harus lunas.
3. Berpenghasilan tetap dan masa kerja minimal 2 tahun.
4. Mengisi formulir dan melengkapi dokumen yang dibutuhkan.

b. BNI Multiguna IB Hasanah

Fasilitas Pembiayaan Konsumtif yang diberikan kepada anggota masyarakat untuk pembelian barang kebutuhan konsumtif dan/atau jasa sesuai prinsip syariah dengan disertai agunan berupa tanah dan bangunan yang ditinggali berstatus SHM atau SHGB dan bukan barang yang dibiayai.<sup>53</sup>

Pembiayaan Multiguna ib Hasanah dapat digunakan untuk semua tujuan konsumtif dengan disertai agunan berupa aset yang dimiliki dan dalam jangka waktu sampai dengan 10 Tahun.

a. Keunggulan

1. Proses cepat dengan persyaratan yang mudah sesuai dengan prinsip syariah.

---

<sup>53</sup> BNI Syariah, *BNI Multiguna IB Hasanah*, Dikutip dari <https://www.bnisyariah.co.id/id-id/personal/pembiayaan/konsumer/bni-multiguna-ib-hasanah>, diakses 25 Februari 2018

2. Minimal pembiayaan Rp. 50 juta dan maksimum Rp. 2 Milyar.
3. Jangka waktu pembiayaan sampai dengan 10 tahun.
4. Uang muka ringan.
5. Angsuran tetap tidak berubah sampai lunas.
6. Pembayaran angsuran melalui debet rekening secara otomatis atau dapat dilakukan di seluruh Kantor Cabang BNI Syariah maupun BNI Konvensional.

b. Akad

Akad yang dipergunakan oleh produk pembiayaan BNI Multiguna iB Hasanah ini adalah *Murabahah* atau *Ijarah Multijasa*.

c. Persyaratan

1. Warga Negara Indonesia.
2. Usia minimal 21 tahun dan maksimal berusia 60 tahun (pensiun) pembiayaan harus lunas.
3. Memiliki penghasilan tetap dan mampu mengangsur.
4. Melengkapi persyaratan dokumen yang ditentukan.

d. Ketentuan Biaya

1. Asuransi : Jiwa dan kerugian.
2. Notaris, Materai, dll : sesuai ketentuan yang berlaku

c. BNI Oto IB Hasanah

BNI Oto iB Hasanah adalah fasilitas pembiayaan konsumtif murabahah yang diberikan kepada anggota masyarakat untuk pembelian kendaraan bermotor dengan agunan kendaraan bermotor yang dibiayai dengan pembiayaan ini.<sup>54</sup>

a. Keunggulan

1. Proses lebih cepat dengan persyaratan yang mudah sesuai dengan prinsip syariah.
2. Minimal pembiayaan Rp.5 Juta dan maksimum Rp.1 Milyar.
3. Jangka waktu pembiayaan sampai dengan 5 tahun.
4. Uang muka ringan.
5. Harga Jual tetap tidak berubah sampai lunas.
6. Pembayaran angsuran melalui debet rekening secara otomatis atau dapat dilakukan di seluruh Kantor Cabang BNI Syariah maupun BNI Konvensional.

b. Akad

Akad yang dipergunakan oleh produk pembiayaan BNI Oto iB Hasanah ini adalah *Murabahah*.

c. Persyaratan

1. Warga Negara Indonesia.
2. Usia minimal 21 tahun dan maksimal sampai dengan saat pembiayaan lunas berusia maksimal 60 tahun.

---

<sup>54</sup> BNI Syariah, *BNI Oto IB Hasanah*, Dikutip dari <https://www.bnisyariah.co.id/id-id/personal/pembiayaan/konsumer/bni-oto-ib-hasanah>, diakses 25 Februari 2018

3. Berpenghasilan tetap dan masa kerja minimal 2 tahun.
  4. Mengisi formulir dan melengkapi dokumen yang dibutuhkan.
- d. Ketentuan Biaya
1. Asuransi : Jiwa dan Kerugian
  2. Notaris, Meterai, dll : Sesuai ketentuan yang berlaku.
  3. Biaya sewaktu-waktu dapat berubah tanpa pemberitahuan terlebih dahulu.

d. BNI Fleksi IB Hasanah

Fleksi iB Hasanah Umroh (Fleksi Umroh) adalah Pembiayaan konsumtif bagi anggota masyarakat untuk memenuhi kebutuhan pembelian Jasa Paket Perjalanan Ibadah Umroh melalui BNI Syariah yang telah bekerja sama dengan *Travel Agent* sesuai dengan prinsip syariah.<sup>55</sup>

Pembiayaan Fleksi ib Hasanah adalah pembiayaan konsumtif yang diberikan untuk memenuhi kebutuhan pembelian jasa paket perjalanan umroh, tetapi di Bengkulu hanya diminati oleh nasabah *Payroll* BNI Syariah. untuk nasabah *payroll*, sistem pemotongan angsurannya melalui penggajian. Pembiayaan ini hanya bisa sampai Rp 50 Juta.

a. Keunggulan

1. Proses cepat dengan persyaratan yang mudah sesuai dengan prinsip syariah.

---

<sup>55</sup> BNI Syariah, *BNI CCF IB Hasanah*, Dikutip dari <https://www.bnisyariah.co.id/id-id/personal/pembiayaan/konsumer/bni-fleksi-umroh-ib-hasanah>, diakses 25 Februari 2018

2. Dapat membiayai perjalanan ibadah umroh orang tua/mertua, suami/istri, dan anak-anak.
3. Maksimum pembiayaan Rp. 200 juta.
4. Jangka waktu pembiayaan sampai dengan 3 tahun atau 5 tahun untuk Nasabah payroll BNI atau BNI Syariah.
5. Tanpa agunan untuk nasabah payroll BNI Syariah.
6. Uang muka ringan.
7. Angsuran tetap tidak berubah sampai lunas.
8. Pembayaran angsuran melalui debet rekening secara otomatis atau dapat dilakukan di seluruh Kantor Cabang BNI Syariah maupun BNI Konvensional.

b. Akad

Akad yang dipergunakan oleh produk pembiayaan BNI Fleksi IB Hasanah ini adalah *Ijarah* Multijasa.

c. Persyaratan

1. Warga Negara Indonesia.
2. Usia minimal 21 tahun dan maksimal berusia 60 tahun (pensiun) pembiayaan harus lunas.
3. Memiliki penghasilan tetap dan mampu mengangsur.
4. Melengkapi persyaratan dokumen yang ditentukan.

d. Ketentuan Biaya

Biaya Asuransi, Biaya Administrasi, Notaris, Materai, dll: sesuai ketentuan yang berlaku.

## 2. Pembiayaan Produktif

### a. Pembiayaan Wira Usaha Syariah (WUS)

Pembiayaan wira usaha syariah adalah fasilitas pembiayaan produktif yang bertujuan memenuhi kebutuhan pembiayaan usaha-usaha produktif yang tidak bertentangan dengan syariah dan ketentuan perundangan yang berlaku. Besarnya pembiayaan mulai dari Rp 50 juta sampai dengan Rp 1 Milyar.

Di provinsi Bengkulu, pembiayaan ini banyak diminati oleh para wirausaha yang ingin mengembangkan usahanya, karena dianggap paling pas sebagai pemenuhan penambahan modal usaha.

#### 1. Keunggulan

- a. Proses lebih cepat dengan persyaratan yang mudah sesuai dengan prinsip syariah.
- b. Jangka waktu pembiayaan sampai dengan tujuh tahun.
- c. Plafond pembiayaan minimal Rp 50 Juta dan maksimumnya Rp 1 Milyar.
- d. Pembiayaan angsuran dapat dilakukan diseluruh kantor Cabang BNI Syariah maupun Konvensional.

#### 2. Akad

- a. *Murabahah*
- b. *Musyarakah*
- c. *Mudharabah*

b. Pembiayaan Beragun Properti

Pembiayaan beragun properti adalah pembiayaan produktif yang diberikan kepada masyarakat yang memiliki usaha dengan agunan pembiayaan adalah properti seperti toko, kios, dan bangunan.

c. Pembiayaan *Linkage*

Pembiayaan *linkage* adalah pembiayaan yang dilakukan untuk membantu usaha mikro kecil dan menengah untuk penyaluran pembiayaan dan akad yang digunakan adalah akad *mudharabah* bagi hasil. Pembiayaan *linkage* di Bengkulu banyak dilakukan Koperasi-koperasi yang memenuhi syarat dan layak untuk diberi pembiayaan *linkage*.





## BAB IV

### HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

#### F. Hasil Penelitian

##### 1. Persepsi Nasabah dalam Memilih Produk Pembiayaan BNI Syariah

###### Cabang Bengkulu

Berdasarkan pernyataan yang telah ditegaskan oleh Kepala Adminstrasi Pembiayaan:

“...Tidak banyak dari mereka yang paham dengan sistem perbankan syariah yang telah kami jelaskan, banyak dari mereka, atau bahkan kalau di presentasikan mungkin 60 persen dari nasabah yang memiliki pembiayaan disini hanya bertujuan sebagai kebutuhan saja, tidak mementingkan syariah atau tidaknya suatu pembiayaan, bahkan mereka hanya menginginkan pembiayaan yang mereka ajukan bisa segera disetujui...”<sup>56</sup>

Dari pernyataan yang telah dikemukakan oleh Kepala Administrasi Pembiayaan tersebut, maka peneliti menggolongkan persepsi nasabah dilihat dari pengetahuan nasabah tentang produk pembiayaan BNI Syariah, tanggapan nasabah tentang produk pembiayaan yang mereka gunakan, manfaat produk pembiayaan, keputusan nasabah memilih pembiayaan BNI Syariah, Keputusan Nasabah untuk beralih dari Bank Konvensional ke Pembiayaan BNI Syariah, persepsi nasabah tentang perbedaan pembiayaan di BNI Syariah dengan Bank lainnya, dan tanggapan bank terhadap pertanyaan nasabah tentang kesyariahan produk pembiayaan BNI Syariah.

---

<sup>56</sup> Novan Zaman Herdyanto, (Kepala Administrasi Pembiayaan) wawancara 03 Mei 2018

- a. Apakah sebelum memutuskan untuk menjadi nasabah BNI Syariah telah lebih dulu mengetahui produk pembiayaan di BNI Syariah? Jika iya, produk apa saja yang di ketahui?

Jawaban dari pernyataan tersebut dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 4.1 Pengetahuan Nasabah Tentang Produk-produk Pembiayaan BNI Syariah

No	Nama	Produk Pembiayaan yang di gunakan		Produk-produk Pembiayaan Lainnya	
		Tahu	Tidak Tahu	Tahu	Tidak Tahu
1	Beta Panca Desta	√		√	
2	Hazuaini		√		√
3	Nil	√			√
4	Rita Tri Wahyuni	√			√
5	Rudi Sabidin	√			√
6	Rudini		√		√
7	Sumarsih	√		√	
8	Suparno	√		√	
9	Suyono		√		√
10	Waskito	√			√

Dari tabel tersebut dapat disimpulkan bahwa terdapat 70 persen nasabah telah mengetahui produk pembiayaan yang digunakan dan 30 persen lainnya tidak mengetahui produk pembiayaan yang digunakan.

Kemudian terdapat 70 persen nasabah yang tidak mengetahui produk selain yang digunakan, sedangkan 30 persen lainnya mengetahui.

- b. Bagaimana anda bisa mengetahui produk-produk itu? Apakah ada pihak bank yang memberitahu anda atau dengan cara apa anda bisa mengetahuinya?

Dari keseluruhan jawaban, terdapat informasi diketahui adanya pembiayaan di BNI Syariah yaitu 3 orang mengetahui informasi dari keluarga, 3 orang mengetahui informasi dari iklan, kemudian lainnya mengetahui informasi adanya pembiayaan dari pihak bank secara langsung.

Berikut jawaban yang mewakili jawaban yang mengetahui informasi adanya pembiayaan di BNI Syariah dari keluarga:

“...saya dapat informasi dari keluarga saya, karena dari keluarga saya banyak yang meminjam di BNI Syariah, dengan pinjaman yang sedikit dan banyak...”<sup>57</sup>

Kemudian jawaban yang mewakili 3 jawaban nasabah lainnya tentang informasi adanya pembiayaan dari iklan:

“...saya dapat infonya dari iklan, BNI juga namanya sudah banyak orang kenal, jadi saya menggunakan pinjaman dari BNI Syariah, siapa tau lebih ringan dibanding bank lain...”<sup>58</sup>

Jawaban lainnya yang mewakili jawaban nasabah lainnya adalah:

---

<sup>57</sup> Beta Panca Desta, (Nasabah Pembiayaan Griya IB Hasanah BNI Syariah), Wawancara 16 Mei 2018

<sup>58</sup> Suyono, (Nasabah Pembiayaan BNI Syariah), Wawancara 16 Mei 2018

“...Saya menggunakan produk pinjaman BNI Syariah awalnya dari pihak bank yang sedang memasarkan, disini BNI Syariah baru, jadi dia memasarkan dan saya coba karena saya juga butuh dana besar jadi saya putuskan ambil di BNI Syariah...”<sup>59</sup>

Intinya, sosialisasi yang telah diberikan oleh BNI Syariah sudah cukup bagus, dan informasi dari nasabah ternyata dapat membantu pihak bank untuk memasarkan produk pembiayaan.

- c. Bagaimana respon atau pendapat anda pertama kali setelah mengetahui produk pembiayaan di BNI Syariah?

Berikut jawaban dari Ibu Sumarsih:

“...Pembiayaan di BNI Syariah itu bagus, karena pelayanannya sangat sopan, pakai sistem syariah, pegawainya baik dan tidak ada denda dan tanggal jatuh tempo, yang penting dalam satu bulan kita bayar angsuran, tetapi kalau masalah besarnya angsuran, sama saja. Tidak ada bedanya dengan bank konvensional...”<sup>60</sup>

Kemudian di perkuat jawaban dari Bapak Suparno yang mengatakan

bahwa:

“...di BNI Syariah yang kurang bagus dibagian jumlah angsurannya itu, kok gak ada bedanya dengan bank konvensional, tapi kalau masalah pelayanan, prosedur pengajuannya ya lumayan memudahkan jika dibanding dengan bank-bank lain. Masalahnya kalau ada bank lain yang prosedurnya bagus juga, bisa kesaingan dong, pasti orang pilih yang mudah dan jumlah angsuran yang rendah juga, walaupun bedanya Cuma sedikit tetapi bagi nasabah itu juga berpengaruh...”<sup>61</sup>

---

<sup>59</sup> Rudi Sabidin, (Nasabah Pembiayaan Griya IB Hasnah BNI Syariah), Wawancara 16 Mei 2018

<sup>60</sup> Sumarsih, (Nasabah pembiayaan beragun properti BNI Syariah), wawancara 11 Mei 2018

<sup>61</sup> Suparno, (Nasabah Pembiayaan Griya IB Hasanah BNI Syariah), Wawancara 16 Mei 2018

Dari beberapa pernyataan jawaban nasabah, dapat diambil kesimpulan bahwa terdapat 60 persen mengatakan pelayanan di BNI Syariah sangat bagus dan memuaskan, tidak ada tagihan serta prosedur pengajuannya yang mudah, namun dalam segi angsuran bulanan di pembiayaan mereka mengatakan lebih tinggi dibanding dengan bank lain, sedangkan 40 persen lainnya mengatakan tidak ada perbedaan yang begitu antara bank konvensional dengan BNI Syariah, terutama dalam jumlah angsuran.

- d. Apakah manfaat produk Pembiayaan BNI Syariah yang diberikan sudah sesuai dengan harapan anda?

Jawaban dari 10 informan ada yang berpendapat bahwa manfaat produk pembiayaan di BNI Syariah sudah sesuai harapan nasabah, namun ada juga yang mengatakan belum sesuai dengan harapan nasabah. Berikut jawaban dari masing-masing informan yang disajikan dalam bentuk tabel dibawah ini:

Tabel 4.2 Manfaat Produk Pembiayaan BNI Syariah bagi Nasabah

No	Nama	Manfaat Pembiayaan BNI Syariah	
		Sesuai Harapan	Tidak Sesuai Harapan
1	Beta Panca Desta	√	
2	Hazuaini	√	
3	Nil	√	
4	Rita Tri Wahyuni		√
5	Rudi Sabidin	√	
6	Rudini		√
7	Sumarsih	√	
8	Suparno	√	
9	Suyono	√	
10	Waskito		√

Dari tabel tersebut terdapat 7 nasabah yang mengatakan bahwa manfaat produk pembiayaan BNI Syariah sudah sesuai harapan, sedangkan 3 lainnya mengatakan belum sesuai harapan.

- e. Mengapa nasabah kemudian memutuskan untuk menjadi nasabah di produk pembiayaan BNI Syariah?

Pada dasarnya, keputusan nasabah dalam memilih pembiayaan dilatar belakangi faktor-faktor tertentu, maka jawaban atas pertanyaan tentang bagaimana nasabah kemudian memutuskan untuk menjadi nasabah di produk pembiayaan tersebut adalah karena kebutuhan dan tambahan modal, seperti yang dikatakan oleh para nasabah sebagai berikut:

“...saya memutuskan meminjam dana di BNI Syariah karena kebutuhan yang mengharuskan. Saya perlu membuat rumah, dan harga jual rumah kalau dibeli sekaligus pasti gak akan sanggup. Karena ada KPR di BNI Syariah, jadi saya coba...”<sup>62</sup>

Kemudian diperkuat lagi jawaban dari Bapak Hazuaini:

“...saya mengajukan pembiayaan untuk memperluas kebun sebagai tabungan nanti di masa tua, kalau kita ajukan pembiayaan untuk beli kebun, hasil kebunnya bisa buat mengangsur dan nanti kalau sudah lunas, hasil kebun bisa buat tabungan di masa tua kita...”<sup>63</sup>

Dari semua jawaban nasabah tersebut dapat disimpulkan bahwa terdapat nasabah beralasan menjadi nasabah pembiayaan BNI Syariah karena kebutuhan dan tambahan modal, nasabah

---

<sup>62</sup> Rudini, (Nasabah Pembiayaan BNI Syariah), Wawancara 16 Mei 2018

<sup>63</sup> Hazuani, (Nasabah Pembiayaan BNI Syariah), Wawancara 16 Mei 2018

beralasan karena agar tidak tertinggal dengan masyarakat lainnya dan nasabah lainnya mengatakan karena produk pembiayaan di BNI Syariah sesuai dengan prinsip syariah.

- f. Apakah anda menjadi nasabah dan menggunakan produk pembiayaan di BNI Syariah berdasarkan niatan hati beralih dari bank konvensional?

Berikut jawaban dari 10 nasabah informan:

1. Jawaban dari Ibu Beta Panca Desta:

“...Alasan kenapa saya beralih dari pinjaman bank yang lama ke bank yang baru ini, BNI Syariah ya, karena ini jujur aja ya, bank lain gak bisa penuhi berapa yang saya mau, BNI Syariah bisa. Jadi kita cari yang bisa aja, berunding sama pihak bank nya, dan akhirnya mereka mau kasih jumlah pembiayaan yang saya butuh, itu alasan nya...”<sup>64</sup>

2. Jawaban dari Bapak Hazuani:

“...BNI Syariah menawarkan kemudahan dan keringanan. Tidak ada denda keterlambatan...”<sup>65</sup>

3. Jawaban dari Ibu Nil:

“... sebenarnya kalau ditanya alasan atau keputusan kenapa milih ke BNI Syariah, alasan pertama karena syariah ya. Kita kan muslim, sudah seharusnya kita itu berinvestasi, atau minjam modal nya ke lembaga yang syariah, biar bebas dari riba, kalau ada pilihan yang syariah kenapa enggak?, kalau dari segi sistem atau apa ya, kayak syarat-syaratnya gitu, saya pikir sama aja lah ya. Ya mungkin memang kalau di syariah itu ada istilah nisbah, bagi hasil, margin jual beli dan sebagainya, itu memang beda sama bank umum, bank konvensional lah kalau kata orang, itu memang beda, mereka pakai sistem bunga, kalau disyariah jual beli. Dari situ aja

---

<sup>64</sup> Beta Panca Desta, (Nasabah Pembiayaan Konsumtif BNI Syariah), wawancara 16 Mei 2018

<sup>65</sup> Hazuani, (Nasabah Pembiayaan BNI Syariah), Wawancara 16 Mei 2018

kita bisa tuh ambil keputusan pilih aja yang syariah, gak ada salahnya juga. BNI sendiri terlepas dari kata syariah nya kan emang udah ada nama baik lah istilahnya. Jadi kalau untuk pilih BNI Syariah itu udah tau alasannya karena dia syariah, dan kita muslim pilih yang syariah...”<sup>66</sup>

4. Jawaban dari Bapak Suyono:

“...Kalau saya ambil keputusan kenapa milih ke BNI Syariah, karena kalau bank lain, itu pengalaman saya kalau jatuh tempo tanggal 20 ya harus dibayar sebelum tanggal itu, kalau sudah lewat tanggal kita baru bayar dapat denda, nah kalau di BNI Syariah kan enggak, asal jangan lewat bulan kita gak dapat yang namanya denda, dan selama saya bayar angsuran BNI gak pernah tuh ngasih denda jatuh tempo, ya paling kalau diakhir bulan diingatkan aja, itu lumrah lah kalau di bank manapun....”<sup>67</sup>

Berdasarkan hasil wawancara yang telah dilakukan pada 10 nasabah mengenai pertanyaan tentang penggunaan pembiayaan berdasarkan niatan hati untuk beralih dari bank konvensional, maka terdapat beberapa jawaban yang beragam. Ada 5 nasabah mengatakan beralih dari bank konvensional ke BNI Syariah karena sistem syariah dan pelayanan yang baik, 4 nasabah berikutnya mengatakan karena tidak ada sistem denda jatuh tempo pembayaran angsuran, dan 1 nasabah lainnya mengatakan jumlah pembiayaan di BNI Syariah sesuai dengan keinginan sedangkan bank konvensional tidak mampu memberikan jumlah pinjaman yang diminta.

- g. Apakah anda merasa produk pembiayaan di BNI Syariah sama saja dengan produk pinjaman di Bank Konvensional?

Berikut jawaban yang mewakili 10 nasabah informan:

Ibu Beta Panca Desta berpendapat bahwa:

---

<sup>66</sup> Nil, (Nasabah Pembiayaan Konsumtif BNI Syariah), wawancara 16 Mei 2018

<sup>67</sup> Suyono, (Nasabah Pembiayaan BNI Syariah), Wawancara 16 Mei 2018



“...dari sistemnya memang berbeda, bank konvensional pakai sistem bunga, kalau bank syariah pakai sistem bagi hasil, tapi kalau dilihat dari prosedur persyaratan pembiayaan masih sama saja, walaupun di bank syariah pakai sistem bagi hasil, margin murabahah tetapi jatuhnya sama saja dengan bank konvensional, kita balikannya juga nambah...”<sup>68</sup>

Kemudian diperkuat dengan jawaban dari Ibu Nil:

“... kalau dilihat kayaknya sih masih sama saja, ajukan pembiayaan pun ya sama saja, itu itu juga syaratnya, uang yang harus dikembalikan juga nambah, sama aja kayak bank biasanya kan jadinya, tidak ada perbedaan yang mengistimewakan, kalau masalah tidak ada denda jatuh tempo, itu tergantung nasabahnya, kalau di bank konvensional nasabahnya taat aturan pasti tidak kena denda...”<sup>69</sup>

Dari pendapat 10 nasabah informan, terdapat 7 nasabah mengatakan sama saja antara prosedur produk pembiayaan di BNI Syariah dengan Bank Konvensional lainnya, sedangkan 3 nasabah lainnya mengatakan ada perbedaan pada sistem dan pelayanannya.

- h. Apakah anda pernah mempertanyakan kesyariahan produk yang anda gunakan kepada pihak bank dan bagaimana tanggapan dari pihak bank?

Jawaban dari Bapak Hazuani:

“...sebelum saya memakai pembiayaan di BNI Syariah saya nanya dulu sama bagian marketing bagaimana syarat pengajuan pembiayaan, dan pihak dari mereka pun menjawab bahwa pengajuan pembiayaan di BNI Syariah menggunakan sistem akad murabahah jual beli...”<sup>70</sup>

---

<sup>68</sup> Beta Panca Desta, (Nasabah Pembiayaan Konsumtif BNI Syariah), wawancara 16 Mei 2018

<sup>69</sup> Nil, (Nasabah Pembiayaan Konsumtif BNI Syariah), wawancara 16 Mei 2018

<sup>70</sup> Hazuani, (Nasabah Pembiayaan BNI Syariah), Wawancara 16 Mei 2018

Kemudian Ibu Rita Tri Wahyuni juga menambahkan sebagai berikut:

“...saya pernah menanyakan kepada pihak bank, bagaimana sistem pembiayaan di BNI Syariah itu berjalan, mereka pun menjelaskan dengan detail, tetapi yang masih belum saya pahami adalah bagaimana ketentuan margin itu bisa tidak jauh berbeda dengan bunga bank, sama sama minjam dengan nominal yang sama, saya sudah bandingkan dengan bank lainnya, perbedaannya tidak terlalu jumlahnya juga mirip-mirip, ya mungkin sistemnya memang syariah, tetapi kalau bisa tambahannya jangan terlalu tinggi...”<sup>71</sup>

Dari hasil wawancara dengan nasabah pembiayaan BNI Syariah, semuanya mengatakan pernah menanyakan tentang kesyariahan produk pembiayaan BNI Syariah dan pihak *marketing* pembiayaan juga telah menjelaskan dengan baik.

## **2. Upaya BNI Syariah dalam membentuk Persepsi yang Baik pada Nasabah**

- a. Apa saja produk pembiayaan yang ada di Bank BNI Syariah Cabang Bengkulu ?

Kepala Administrasi Pembiayaan, Bapak Novan Zaman Herdyanto menjawab:

“...Kalau dilihat dari jenis pembiayaan yang kami sediakan, produk kami lumayan kompetitif untuk dijual dipasaran. Produk pembiayaan yang ada disini dari segi pembiayaan konsumtif ada pembiayaan Griya, Oto, Fleksi, Multiguna ib hasanah, iu ada di BNI Syariah. Belum lagi dari segi pembiayaan yang produktif, ada pembiayaan beragun properti, ada pembiayaan wirausaha, linkage juga ada...”

Jadi pembiayaan yang tersedia di BNI Syraiah Cabang Bengkulu dibedakan atas dua kategori yaitu konsumtif dan produktif.

---

<sup>71</sup> Rita Tri Wahyuni, (Nasabah Pembiayaan Konsumtif BNI Syariah), Wawancara 16 Mei 2018

Pada pembiayaan konsumtif terdapat pembiayaan Griya ib Hasanah, Oto ib Hasanah, Fleksi ib Hasanah, dan Multiguna ib Hasanah.

Pada pembiayaan Fleksi ib Hasanah hanya diminati oleh nasabah *Payroll* BNI Syariah.

“...Pembiayaan Fleksi ib Hasanah di Bengkulu hanya khusus untuk *payroll*, yang mana sistem pemotongan angsurannya melalui *payroll* atau sistem penggajiannya dilakukan di BNI Syariah. Pembiayaan ini hanya bisa sampai Rp 50 Juta...”<sup>72</sup>

Pada pembiayaan Produktif terdapat Pembiayaan Wirausaha Syariah, Pembiayaan Beragun Properti dan pembiayaan Linkage. Pada Pembiayaan linkage di Bengkulu banyak dilakukan Koperasi-koperasi yang memenuhi syarat dan layak untuk diberi pembiayaan *linkage*, seperti yang telah dikemukakan oleh Kepala Administrasi Pembiayaan.

“...Pembiayaan *linkage* di Bengkulu banyak ke koperasi yang nanti koperasi menyalurkan kembali kepada anggota-anggotanya. Koperasi yang dipilih juga koperasi yang sehat seperti koperasi pegawai negeri karena risikonya rendah...”<sup>73</sup>

b. Bagaimana bank memasarkan produk-produk pembiayaannya?

Sebagai jawaban atas pertanyaan tentang pemasaran produk pembiayaan BNI Syariah, maka pihak bank menjawab bahwa

---

<sup>72</sup> Novan Zaman Herdyanto, (Kepala Administrasi Pembiayaan) wawancara 03 Mei 2018

<sup>73</sup> Novan Zaman Herdyanto, (Kepala Administrasi Pembiayaan) wawancara 03 Mei 2018

pemasaran produk- produk pembiayaan telah dilakukan oleh BNI Syariah sebagai salah satu cara untuk meningkatkan jumlah nasabah. Kepala Administrasi Pembiayaan mengatakan bahwa:

“...Setiap bank pasti memiliki marketing. Melalui iklan di radio, media cetak, online dan televisi. Pemasaran langsung juga dilakukan pada even-even masa seperti vestival dan acara acara publik lainnya...”<sup>74</sup>

c. Bagaimana prosedur pengajuan pembiayaan hingga akad disetujui?

Sebagai jawaban atas pertanyaan tentang bagaimana prosedur pengajuan pembiayaan hingga akad disetujui, maka pada prosedur pembiayaan di BNI Syariah tidak jauh berbeda dengan bank lainnya, seperti yang telah di katakan oleh Kepala Administrasi Pembiayaa berikut ini:

“...Kalau dalam prosedur, kami menjalankan hampir mirp dengan bank-bank lainnya, namun ketika kami berhadapan dengan nasabah saat akad, kami melangsungkan brand wash yang bertujuan menggeser mindset masyarakat bahwa ada perbedaan antara bank syariah dengan bank konvensional, biasanya kami luangkan waktu selama kurang lebih 30 menit untuk menjelaskan kepada nasabah tentang keistimewaan produk pembiayaan BNI Syariah...”<sup>75</sup>

d. Apakah pihak bank menjelaskan kesyariahan dan keistimewaan produknya?

---

<sup>74</sup> Novan Zaman Herdyanto, (Kepala Administrasi Pembiayaan) wawancara 03 Mei 2018

<sup>75</sup> Novan Zaman Herdyanto, (Kepala Administrasi Pembiayaan) wawancara 03 Mei 2018

Sebagai jawaban atas pertanyaan tentang apakah pihak bank menjelaskan kesyariahan dan keistimewaan produknya, Kepala Administrasi Pembiayaan BNI Syariah menjawab:

“...Kami sebagai pihak bank yang menangani bagian pembiayaan selalu melakukan tindakan apapun untuk menjelaskan kepada nasabah tentang kesyariahan produk kami, terlebih pada saat pemasaran. Namun tidak banyak dari mereka yang paham dengan sistem perbankan syariah yang telah kami jelaskan, banyak dari mereka, atau bahkan kalau di presentasikan mungkin 60 persen dari nasabah yang memiliki pembiayaan disini hanya bertujuan sebagai kebutuhan saja, tidak mementingkan syariah atau tidaknya suatu pembiayaan, bahkan mereka hanya menginginkan pembiayaan yang mereka ajukan bisa segera disetujui. Jika ada bank yang lain yang lebih mudah mungkin tidak menutup kemungkinan mereka akan memilih bank tersebut untuk mengajukan pembiayaan. Dalam mencari nasabah kami juga menjelaskan bahwa di BNI Syariah memiliki keistimewaan yang belum tentu ada di bank lainnya, seperti tidak diterapkannya bunga berjalan atau denda pada saat jatuh tempo pembayaran angsuran bulanan pembiayaan...”<sup>76</sup>

Kemudian beliau menambahkan bahwa sosialisasi langsung kepada nasabah pun butuh strategi yang cukup tepat, karena sifat setiap nasabah berbeda-beda.

“...Dalam melakukan brand wash kepada nasabah, kami tidak secara langsung dengan kata kata yang menggurui, setidaknya kami menjelaskan secara lebih mudah agar mereka mau mendengar. Kadang brand wash yang kami lakukan sekurang kurang 30 menit tidak cukup untuk mengalihkan pandangan mereka tentang bank syariah. Namun, itu tetap kami lakukan, karena menjelaskan sistem pembiayaan bank syariah yang menggunakan sistem margin murabahah adalah dakwah secara tidak langsung. Sekalipun kami melakukan *brand wash* secara intensif hanya kepada nasabah pembiayaan, setidaknya jika mereka paham dan mengerti, mereka akan menginformasikan kepada kerabat dan teman-teman mereka tentang perbedaan tersebut. Jika

---

<sup>76</sup> Novan Zaman Herdyanto, (Kepala Administrasi Pembiayaan) wawancara 03 Mei 2018

dilihat dari prosesnya, kami banyak menemui nasabah yang sifatnya bermacam macam, ada yang ingin tahu bagaimana sistemnya tetapi ada juga yang tidak ingin tahu. Bahkan tidak sedikit dari mereka adalah orang-orang yang mempunyai latar belakang pendidikan yang tinggi...”<sup>77</sup>

- e. Kapan dan siapa yang bertanggung jawab menjelaskan kepada nasabah mengenai kesyariahan produk dan keistimewaannya?

Kepala Administrasi Pembiayaan BNI Syariah menjawab:

“...kami semua bertanggung jawab menjelaskan kepada nasabah mengenai kesyariahan produk, terutama pada bagian pembiayaan, karena memang itu sudah jadi tugas mereka, namun bukan berarti yang lain tidak punya kewajiban, bahkan satuan keamananpun harus turut mempromosikan pembiayaan BNI Syariah. kami semua punya kewajiban menyampaikan penjelasan kepada nasabah maupun calon nasabah kami untuk mengetahui produk pembiayaan kami...”<sup>78</sup>

- f. Apakah dalam prosesnya terdapat nasabah yang meragukan dan masih menanyakan tentang kesamaan produk BNI Syariah dengan produk di Bank Konvensional?

“...banyak, banyak sekali nasabah yang masih menanyakan tentang kesamaan produk BNI Syariah dengan pinjaman di Bank Konvensional, tetapi berulang kali kami menjelaskan kepada mereka tentang perbedaan yang cukup mendasar antara Bank Syariah dengan Bank Konvensional, yaitu pada akad *murabahah* yang tidak digunakan di Bank Konvensional...”<sup>79</sup>

- g. Jika pernah, bagaimana respon dan tanggapan dari bank?

“...kami hanya akan terus menjelaskan kepada nasabah atau calon nasabah semampu kami dan di setiap ada kesempatan

---

<sup>77</sup> Novan Zaman Herdyanto, (Kepala Administrasi Pembiayaan) wawancara 03 Mei 2018

<sup>78</sup> Novan Zaman Herdyanto, (Kepala Administrasi Pembiayaan) wawancara 03 Mei 2018

<sup>79</sup> Novan Zaman Herdyanto, (Kepala Administrasi Pembiayaan) wawancara 03 Mei 2018

agar mereka mengerti, sekalipun kadang kami tidak didengarkan atau bahkan diremehkan oleh nasabah, hanya dengan cara tatap muka yang paling efektif agar mereka dapat mengetahui dengan jelas, Cuma kadang nasabah hanya dianggap penjelasan itu hanyalah kewajiban dalam menjalankan tugas...”<sup>80</sup>

- h. Apakah nasabah kemudian memahami apa yang menjadi respon dan tanggapan dari bank sehingga nasabah tetap melangsungkan untuk menjadi nasabah di produk pembiayaan tersebut?

“...nasabah yang mengerti mekanisme perbankan syariah dan hukum nya mungkin hanya sekitar 40 persen, sementara yang lainnya itu mereka hanya ingin mencairkan dana pinjaman mereka tanpa ingin tahu bagaimana sistemnya, sekalipun mereka tau apa akad yang digunakan dalam perbankan syariah, tetapi mereka selalu menganggap sama dengan Bank Konvensional...”<sup>81</sup>

- i. Berdasarkan penelitian terdahulu, diketahui bahwa persepsi nasabah cenderung sama saja untuk membedakan antara produk pembiayaan di bank syariah dengan produk pinjaman bank konvensional, bagaimana pendapat anda?

“...memang benar persepsi nasabah masih menganggap sama antara Bank Syariah dengan Bank Konvensional, bahkan hingga saat ini masih banyak juga. Tugas kami untuk selalu menyiarkan apa yang menjadi kewajiban umat islam yaitu berdakwah menyampaikan kebaikan, sekalipun banyak yang tidak mempedulikan tetapi kami akan tetap terus menjalankan dakwah demi kebaikan ekonomi umat...”<sup>82</sup>

---

<sup>80</sup> Novan Zaman Herdyanto, (Kepala Administrasi Pembiayaan) wawancara 03 Mei 2018

<sup>81</sup> Novan Zaman Herdyanto, (Kepala Administrasi Pembiayaan) wawancara 03 Mei 2018

<sup>82</sup> Novan Zaman Herdyanto, (Kepala Administrasi Pembiayaan) wawancara 03 Mei 2018

- j. Bagaimana sikap, tindakan, dan perlakuan bank untuk membentuk persepsi yang baik mengenai produk pembiayaan di BNI Syariah kepada nasabahnya?

“...kami akan meningkatkan pelayanan pada produk pembiayaan yang kami punya, serta kemudahan dalam pengajuan agar masyarakat tertarik. Dari segi pemasaran kami juga akan meningkatkan pemasaran langsung yang akan membantu merubah pandangan miring masyarakat tentang perbankan syariah, kami akan selalu melakukan *brand wash* kepada nasabah, memperkenalkan keistimewaan yang ada pada produk kami dan mensosialisasikannya melalui media cetak internet atau elektronik...”

## **G. Pembahasan**

### **1. Persepsi Nasabah dalam Memilih Produk Pembiayaan BNI Syariah**

#### **Cabang Bengkulu**

Sebagaimana telah dijelaskan pada kajian teori, bahwa persepsi adalah proses untuk memahami informasi dari suatu peristiwa yang mempengaruhi penginderaan sehingga menimbulkan reaksi atau respon terhadap suatu peristiwa, maka persepsi nasabah juga akan berbeda antara nasabah yang satu dengan yang lainnya. Dengan demikian peneliti akan memfokuskan kepada 10 nasabah yang memiliki persepsi yang belum diharapkan.

Dari segi pengetahuan tentang produk pembiayaan yang digunakan, mereka sudah cukup mengetahui. Dari 10 nasabah yang telah diwawancarai, terdapat 3 orang nasabah yang belum mengetahui produk pembiayaan yang mereka gunakan, mereka hanya mengetahui berapa pembiayaan yang dilakukan dan agunan yang mereka berikan sebagai



jaminan. Kemudian dari 10 nasabah informan tidak ada yang mengetahui produk pembiayaan lain selain yang digunakan, hal ini menandakan belum meratanya pemasaran pihak bank kepada nasabah-nasabahnya.

Dari segi informasi tentang produk pembiayaan BNI Syariah, terdapat 7 nasabah yang mendapatkan informasi dari pihak *marketing* pembiayaan dan 3 lainnya mendapat informasi dari keluarga dekat.

- a. Informasi dari pihak *marketing*, terdiri dari pihak marketing yang datang langsung menemui nasabah, iklan di televisi dan media cetak.
- b. Informasi dari keluarga atau kerabat nasabah, hal ini sangat membantu pihak bank dalam pemasarannya, karena masyarakat yang sudah menjadi nasabah dan merasa puas dengan jasa perbankan tersebut akan memberitahu kepada keluarga dan kerabat dekatnya tentang jasa perbankan yang digunakan.

Dari sini dapat diketahui bahwa pemasaran tentang Pembiayaan di BNI Syariah sudah cukup bagus, faktor iklan dari mulut ke mulut dapat membantu pihak bank memperkenalkan produk pembiayaannya kepada masyarakat.

Dari segi tanggapan nasabah tentang produk pembiayaan, Respon atau pendapat dari 10 nasabah informan mengatakan bahwa sistem pelayanan di BNI Syariah sudah cukup baik, namun masih banyak yang memiliki persepsi bahwa sistem bank syariah tidak jauh berbeda dengan sistem bank konvensional.

- a. Sistem margin *murabahah* yang dikatakan sebagai konsep perbankan syariah hanya dianggap istilah syariah saja, namun dalam pelaksanaannya tetap sama. Seharusnya persepsi ini tidak terjadi kepada nasabah yang telah melakukan pembiayaan, karena pihak bank melakukan sosialisasi dan penjelasan kepada calon nasabah sebelum melakukan pembiayaan, hal ini menandakan bahwa sosialisasi dan penjelasan mengenai keistimewaan produk pembiayaan di BNI Syariah belum cukup untuk merubah pandangan masyarakat tentang perbedaan sistem perbankan konvensional dengan sistem perbankan syariah.
- b. Sistem margin *murabahah* dianggap terlalu tinggi di banding dengan sistem bunga di bank konvensional, Dalam hal ini pihak bank belum mampu menggeser pemikiran masyarakat mengenai sistem murabahah yang diterapkan berdasarkan syariah islam.
- c. Sistem margin yang terlalu tinggi dibanding bunga di bank konvensional akan dianggap tidak syariah, hal ini menjadi masalah ketika nasabah menganggap jika angsuran yang mereka bayarkan lebih tinggi dibanding dengan angsuran yang ada di bank konvensional dengan jumlah pembiayaan yang sama maka hal itu dianggap tidak syariah karena semakin memberatkan nasabah.

Dari pernyataan nasabah tersebut, terlihat bahwa nasabah belum bisa membedakan sistem pembiayaan di bank syariah yang konsepnya menggunakan margin dengan bunga yang ada di bank konvensional.

Konsep bunga yang sudah terlalu lama menjejali pikiran masyarakat inilah yang kadang menghalangi perkembangan majunya perbankan syariah.

Boleh diakui, pelayanan di BNI Syariah memang sudah cukup memuaskan. Namun dari segi biaya angsuran bulanan banyak nasabah yang mengatakan tidak jauh berbeda dengan bank konvensional, bahkan bisa lebih tinggi BNI Syariah. Hal inilah yang menimbulkan persepsi yang kurang baik terhadap bank syariah, mereka menyamakan sistem bunga yang ada di Bank Konvensional dengan sistem margin murabahah di Bank Syariah, padahal keduanya sangatlah jauh berbeda.

Dari segi manfaat yang di berikan oleh adanya produk pembiayaan BNI Syariah, produk pembiayaan BNI Syariah bermanfaat untuk sebagai:

- a. Kelangsungan usaha nasabah. Dengan menggunakan pembiayaan, nasabah dapat memodali usaha agar semakin maju dan besar, sehingga dapat bersaing dan berkompetisi dengan yang lain.
- b. Memenuhi kebutuhan nasabah seperti barang yang menurut mereka tidak cukup dibeli dalam satu kali bayar, seperti kendaraan mobil, yang harganya mahal yang tidak akan mungkin terjangkau oleh nasabah jika dalam satu kali bayar, pembiayaan konsumtif di BNI Syariah sangat bermanfaat untuk membantu nasabah dalam pembelian kendaraan.
- c. Kemajuan taraf hidup, dengan memiliki pembiayaan di bank syariah, maka nasabah akan terdorong untuk rajin bekerja agar dapat membayar angsuran bulanan dari pembiayaan tersebut.

Pada teorinya, pembiayaan memang digunakan untuk memperluas usaha baik untuk meningkatkan produksi, perdagangan untuk usaha rehabilitasi, ataupun usaha peningkatan produktifitas secara menyeluruh.<sup>83</sup>

Dari segi keputusan untuk menjadi nasabah produk pembiayaan BNI Syariah, nasabah memutuskan melakukan pembiayaan berdasarkan kebutuhan, dan kurangnya modal usaha. Kebutuhan hidup yang semakin lama semakin meningkat, mengharuskan masyarakat untuk melakukan pembiayaan seperti kredit rumah, tanah maupun kendaraan sebagai sarana transportasi. Kurangnya modal usaha juga menjadi alasan masyarakat untuk memutuskan melakukan pembiayaan agar dapat melangsungkan usaha yang dijalankan.

Dari segi keputusan nasabah untuk beralih dari pinjaman bank konvensional ke pembiayaan di BNI Syariah, yaitu sebagai berikut:

- a. Bank lain tidak mampu memberikan jumlah pembiayaan yang diinginkan nasabah.
- b. BNI Syariah tidak menerapkan sistem bunga berjalan atau denda yang diberlakukan di bank lain
- c. Sistem syariah yang lebih aman terbebas dari riba.

Dari segi perbedaan dan persamaan antara produk pembiayaan BNI Syariah dengan produk pinjaman di Bank Konvensional, BNI Syariah masih dianggap mempunyai banyak kesamaan dengan bank lain, yaitu pada prosedur pengajuan, pelayanan dan jumlah tambahan keuntungan,

---

<sup>83</sup> Abdul Ghofur Anshori, *Perbankan Syariah di Indonesia*, (Yogyakarta:Gadjah Mada University Press, 2007), h. 305

sementara perbedaan dengan Bank Konvensional, yaitu tidak diterapkannya sistem bunga berjalan atau denda seperti yang diberlakukan di bank lain.

## **2. Upaya BNI Syariah dalam membentuk Persepsi yang baik pada Nasabah**

Sebagai upaya BNI syariah dalam membentuk persepsi yang baik pada nasabah, BNI Syariah menyediakan produk pembiayaan yang kompetitif dengan produk pembiayaan bank-bank lainnya, memasarkan produk pembiayaan, memudahkan dalam prosedur pengajuan pembiayaan, dan sosialisasi kesyariahan dan keistimewaan produk pembiayaan kepada nasabah.

Upaya pertama yang dilakukan oleh BNI Syariah Cabang Bengkulu adalah dengan menyediakan produk pembiayaan yang beragam dan dengan persyaratan yang mudah dipenuhi oleh calon nasabah. Walaupun produknya mirip dengan bank konvensional namun ada hal-hal didalamnya yang membuatnya menjadi berbeda. Seperti sistem perhitungan margin murabahah yang jelas pada bank konvensional menggunakan sistem bunga yang dilarang oleh ajaran Islam.

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan dengan Kepala Administrasi Pembiayaan, Produk Pembiayaan yang tersedia di BNI Syariah Cabang Bengkulu meliputi Pembiayaan Konsumtif dan Produktif. Pada pembiayaan Konsumtif terdiri dari pembiayaan Griya ib Hasanah, Multiguna ib Hasanah, Oto ib Hasanah, dan Fleksi ib Hasanah. sedangkan

pada pembiayaan produktif terdiri dari pembiayaan Wirausaha Syariah, pembiayaan beragun properti dan pembiayaan *Linkage*.

Upaya yang kedua yang dilakukan oleh bank untuk membentuk persepsi yang baik pada nasabah adalah pemasaran produk-produk pembiayaan BNI Syariah, kerana dengan pemasaran yang bagus akan merubah persepsi nasabah tentang bank syariah menjadi lebih baik.

Pada umumnya setiap lembaga keuangan baik konvensional maupun syariah pasti memiliki strategi pemasaran masing-masing, namun biasanya tidak jauh berbeda. Pemasaran yang dilakukan oleh BNI Syariah Cabang Bengkulu yaitu meliputi:

a. Pemasaran Langsung

Pemasaran secara langsung dilakukan oleh BNI Syariah melalui even- even publik dan vestifal. Pemasaran secara langsung juga dalam bentuk sosialisasi kepada masyarakat mengenai produk pembiayaan BNI Syariah.

b. Pemasaran Tidak Langsung

Pemasaran secara tidak langsung juga menjadi pilihan BNI Syariah dalam memperkenalkan produk pembiayaannya kepada masyarakat. Seperti pemasaran melalui iklan di radio, media cetak seperti koran, internet, instagram dan televisi.

Upaya ketiga yang dilakukan oleh BNI Syariah adalah prosedur pengajuan pembiayaan yang mudah. Ada pembeda antara bank

konvensional dengan BNI Syariah yaitu pada proses akad dan pemberian penjelasan mengenai sistem pembiayaan di BNI Syariah yang menggunakan sistem Margin Murabahah.

Secara umum, prosedur pengajuan pembiayaan di BNI Syariah adalah sebagai berikut:

- a. Pihak bank memberikan penjelasan kepada calon nasabah mengenai kelebihan dan kelemahan produk pembiayaan yang akan diambil.
- b. Petugas marketing pembiayaan akan melakukan pengecekan di *I-Debt* untuk melihat berapa kewajiban yang telah dimiliki, mengetahui karakter nasabah dalam membayar pembiayaan, dan adanya keterlambatan atau tepat waktu.
- c. Proses, terdiri dari menilai jaminan, memverifikasi pembiayaan, melakukan taksasi agunan. Taksasi agunan dilakukan agar ada kesesuaian nilai agunan dengan jumlah pembiayaan yang diajukan.
- d. Pihak pembiayaan mengusulkan ke kantor wilayah cabang atau pusat untuk di setujui.
- e. Unit operasional akan memberikan Surat Keputusan Pembiayaan (SKP), yaitu bukti putusan yang berupa persetujuan jumlah pembiayaan yang bisa diajukan. Terkadang jumlah yang disetujui belum tentu sebesar dengan jumlah pembiayaan yang diajukan oleh nasabah.
- f. Bank membuat jadwal akad. Mendatangkan notaris, nasabah dan pihak bank untuk pengikatan jaminan.

g. Setelah akad dan semua prosedur telah dilakukan, maka pencairan dilakukan.

Pada saat proses akad, disinilah Bank akan melakukan *Brand Wash* terhadap nasabah atas kesyariahan produk pembiayaan yang akan nasabah gunakan, karena hal ini menjadi sangat penting bagi bank agar nasabah dapat membedakan pembiayaan di bank syariah yang menggunakan margin *murabahah* dengan pinjaman di bank konvensional yang menggunakan sistem bunga.

Upaya yang ke empat adalah Sosialisasi Kesyariahan dan Keistimewaan Produk Pembiayaan kepada Nasabah. Dalam menjalankan aktifitas pembiayaannya, BNI Syariah selalu melakukan kegiatan sosialisasi kepada masyarakat secara intensif mengenai perbedaan sistem pembiayaan di bank syariah dengan sistem pinjaman di bank konvensional, salah satu yang tidak ada pada bank lainnya adalah tidak diterapkannya bunga berjalan atau denda pada saat jatuh tempo pembayaran angsuran bulanan pembiayaan selama tidak lewat bulan.

dapat dikatakan bahwa memang masyarakat belum banyak mengetahui sistem margin *murabahah* pada pembiayaan bank syariah, hal ini dikarenakan lamanya bank konvensional menguasai dunia bisnis dan keuangan masyarakat, sehingga pemikiran mereka atas sistem bunga di bank konvensional pun dianggap sama dengan sistem margin *murabahah* di bank syariah.



Sebagai upaya BNI Syariah dalam menjelaskan kesyariahan produk pembiayaan yang dimiliki, saat ada kesempatan bertemu dengan nasabah, pihak marketing pembiayaan selalu melakukan *brand wash* kepada masyarakat agar terciptanya persepsi masyarakat yang baik kepada produk pembiayaan di BNI Syariah. Bukan hanya dari pihak marketing, tetapi seluruh karyawan yang ada di BNI Syariah juga tetap harus menyiarkan bagaimana mekanisme Perbankan Syariah yang memang berbeda dengan Perbankan Konvensional.

sudah ada upaya dari BNI Syariah untuk menjelaskan kepada masyarakat selain dari pemasaran langsung dan tidak langsung, yaitu *brand wash* kepada nasabah, Namun pada prosesnya, terdapat nasabah yang meragukan dan masih menanyakan tentang kesamaan produk BNI Syariah dengan produk di Bank Konvensional.

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Simpulan**

1. Persepsi nasabah dalam memilih produk pembiayaan BNI Syariah cabang Bengkulu masih berdasarkan kebutuhan, kurangnya modal usaha dan kemudahan dalam prosedur pengajuan. Jika jumlah angsuran pembiayaan di bank syariah masih sebanding atau lebih tinggi dari Bank Konvensional, maka nasabah menganggap sistem murabahah yang menjadi simbol kesyariahan produk pembiayaan di bank syariah dianggap tidak begitu dipentingkan.
2. Upaya BNI Syariah dalam membentuk persepsi yang baik pada nasabah adalah dengan menyediakan produk pembiayaan yang kompetitif dengan produk pembiayaan bank-bank lainnya, memasarkan produk pembiayaan, dan sosialisasi kesyariahan dan keistimewaan produk pembiayaan kepada nasabah, seperti tidak diterapkannya bunga berjalan atau denda jatuh tempo angsuran pembiayaan.

#### **B. Saran**

1. Sebagai pelaku industri keuangan yang berhadapan langsung dengan nasabah dan calon debitur, BNI Syariah harus benar-benar mencari strategi yang cukup bagus agar dalam memberikan penjelasan kepada nasabah tentang akad produk pembiayaan dapat dimengerti dan tidak menimbulkan persepsi yang tidak diharap akan. BNI Syariah juga perlu memberikan

penjelasan kepada calon nasabah agar nasabah dapat mengetahui produk yang ia gunakan adalah produk pembiayaan yang terbebas dari sistem bunga atau riba.

2. Sebagai nasabah pembiayaan di perbankan syariah, nasabah perlu membuka wawasan tentang mekanisme yang dijalankan di perbankan syariah sehingga ada kesiapan dari diri sendiri untuk menjadi nasabah di bank syariah.
3. Sebagai akademisi, perlu usaha yang lebih lagi dalam mencetak generasi melek perbankan syariah dan hukum ekonomi islam, agar tidak ada lagi suara-suara sumbang yang memojokkan sistem di perbankan syariah.

## DAFTAR PUSTAKA

- Al Arif, M Nur Rianto. *Dasar-dasar Pemasaran Bank Syariah*. Jakarta: Alfabeta. 2012.
- Anshori, Abdul Ghofur . *Perbankan Syariah di Indonesia*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press. 2007.
- Antonio, Muhammad Syafii. *Bank Syariah: Teori dan Praktik*. Jakarta: Gema Insani Press. 2001.
- Ascarya. *Akad dan Produk Bank Syariah*. Jakarta: PT Rajagrafindo Persada. 2015.
- Devito, Joseph A. *Komunikasi Antarmanusia*. Jakarta:Indonesia. 1997.
- Hanifah, Nurul. *Persepsi Nasabah Terhadap Produk Pembiayaan Musyarakah pada BRI Syariah dan BNI Syariah Cabang Pekan Baru*. Skripsi. Riau: Universitas Islam Negri Sultan Syarif Kasim. 2010.
- Ismail. *Perbankan Syariah*. Jakarta: Kencana. 2017.
- Ismail. *Akuntansi Bank Teori dan Aplikasi dalam Rupiah*. Jakarta: Kencana. 2010.
- Jalaludin Rahmat. *Psikologi Komunikasi*. Bandung: Remaja Rosdakarya. 2007.
- Kamus Besar Bahasa Indonesia*, cet. 2. Jakarta: tim Pustaka Phoenix. 2007.
- Karim, Adiwarman. *Bank Islam Analisis Fiqih dan Keuangan*. Jakarta: PT Rajagrafindo Persada. 2016.
- Kotler, Philip. Kevin Lane Keller. *Manajemen Pemasaran Edisi 12*. Indonesia: PT Macana Jaya Cemerlang. 2009.
- Matthew, Miles. A Micheal Huberman. *Analisis Data Kualitatif*. Jakarta: Universitas Indonesia Press. 1992.

- Muhammad. *Manajemen Bank Syariah*. Yogyakarta: Fakultas Ekonomi UGM. 2002.
- Muhammad. *Manajemen Dana Bank Syariah*. Jakarta: PT Raja Grafindo. 2004.
- Nugroho, Any. *Hukum Perbankan Syariah*. Yogyakarta: Aswaja Presindo. 2015.
- Nurdiansyah, Dede. *Persepsi Nasabah Terhadap Produk Pembiayaan Murabahah BPRS Al-Salam*. Al-Iqtishad. Vol. 1. No. 1. Januari 2009.
- Pedoman Penulisan Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam*. Bengkulu: Institut Agama Islam Negeri Bengkulu. 2016.
- Sejarah BNI Syariah*, dikutip dari [www.bnisyariah.co.id](http://www.bnisyariah.co.id), pada hari Kamis, 28 September 2017, Pukul 20.42 WIB
- Simamora, Bilson. *Panduan Riset Perilaku Konsumen*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama. 2002.
- Soejono. Abdurrahman. *Metode Penelitian*. Jakarta: Risaka Cpta. 1999.
- Sugiono. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta. 2013P.
- Tambayong, Marseli. *Persepsi Nasabah Bank Sinarmas Syariah Cabang Bengkulu Tentang Tabungan Simas CERIA*, Skripsi. Bengkulu: Institut Agama Islam Negeri Bengkulu, 2016.
- Thambiah, Seethaetchumy. Uchena Cyril Eze. Arumugam Kesavan. *Customer's Perception on Islamic Retail Banking: Acomparative Analysis between the Urban and Rural Regions of Malaysia*. International Journal of Business and Management. Vol. 6. No. 1. E-ISSN 1833-8119. Januari 2011.
- Walgito, Bimo. *Pengantar Psikologi Umum*. Yogyakarta: Andi Ofset. 1990.
- Wiroso. *Akuntansi Transaksi Syariah*. Jakarta: Ikatan Akuntan Indonesia. 2011.

**L**

**A**

**M**

**P**

**I**

**R**

**A**

**N**

### SCHEDULE PENELITIAN

No	Nama Kegiatan	2017				2018						
		Sep	Okt	Nov	Des	Jan	Feb	Maret	April	Mei	Juni	Juli
1.	Tahap Persiapan awal											
	a. Penelitian awal dan pengajuan judul											
	b. Pengajuan proposal											
	c. Seminar proposal											
	d. Revisi Proposal											
	e. Pembuatan sk penunjukan pembimbing											
	f. Perizinan penelitian											
2.	Tahap Pelaksanaan Penelitian											
	a. Pengumpulan data											
	b. Analisis data											
3.	Tahap Penyusunan											
	a. Penyusunan Skripsi											

- Tahap Persiapan Awal
- Tahap Pelaksanaan Penelitian
- Tahap Penyusunan

## DOKUMENTASI WAWANCARA

Narasumber : Novan Zaman Herdyanto

Jabatan : Financing Administration Head

BNI Syariah Cabang Bengkulu Tahun 2018







Nama : Rudi Sabidin  
 Nara Sumber : Nasabah Pembiayaan BNI Syariah  
 Jumlah Pembiayaan : Rp 200.000.000,00



CONTOH TANDA TANGAN

Pengesahan Petugas  
 Cabang  
 17 Dec 2013

Kantor Cabang : SYARIAH MIKRO KITA BENGKULU  
 No. Rekening : 0324101150  
 Nama : DOK RUDI SABIDIN

No. TK 0146988  
 972 - 76045

Tabunganku (MPL) 2012 (PS)

Solo Tabunganku per Kredit di BNI Syariah  
 terdapat pada Lembar 1 hingga 40.

Perhatikan

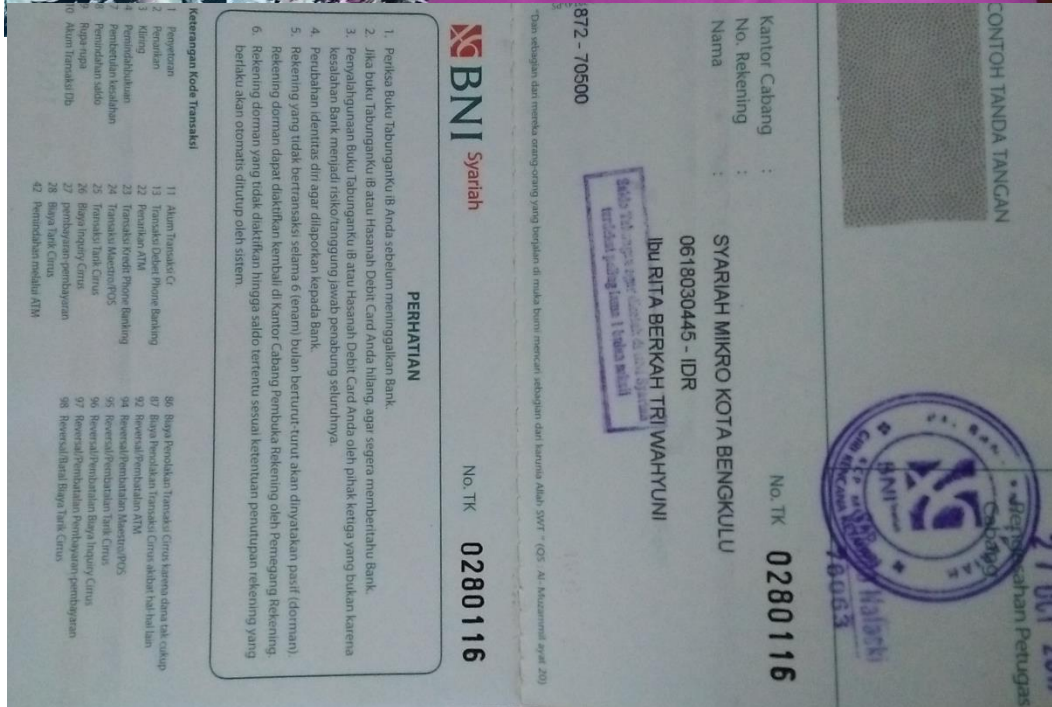
- Periksa Buku Tabunganku IB Anda sebelum meninggalkan Bank.
- Jika buku Tabunganku IB atau BNI Syariah Card Anda hilang, agar segera memberitahu Bank.
- Penyelenggaraan Buku Tabunganku IB atau BNI Syariah Card Anda oleh pihak ketiga yang bukan karena kesalahan Bank menjadi resiko/tanggung jawab penabung selurunya.
- Perubahan identitas diri agar dilaporkan kepada Bank.
- Rekening yang tidak bertransaksi selama 6 bulan berturut-turut akan dinyatakan pasif (dorman). Rekening dorman dapat diaktifkan kembali di kantor cabang Pembiada Rekening oleh Pemegang Rekening.
- Rekening dorman yang tidak diaktifkan hingga saldo terentu sesuai ketentuan penutupan rekening yang berlaku akan otomatis ditutup oleh sistem.

**Keterangan Kode Transaksi**

1. Pengisian	11. Akun Transaksi C
2. Revisi	13. Transaksi Debet Phone Banking
3. Alang	22. Penarikan ATM
4. Revisi/kebalikan	23. Transaksi Kredit Phone Banking
5. Revisi/kebalikan	24. Transaksi Kredit TMS
6. Revisi/kebalikan	25. Transaksi Saldo Cera
7. Revisi/kebalikan	26. Biaya Inquiry Cera
8. Revisi/kebalikan	27. pencadangan/pembayaran
9. Revisi/kebalikan	28. Biaya Saldo Cera
10. Akun Transaksi IB	42. Revisi/kebalikan melalui ATM
	86. Biaya Pembelian Transaksi Cera hapus dan/atau tak hapus
	87. Biaya Pembelian Transaksi Cera alih/bahasilaham
	92. Revisi/kebalikan ATM
	94. Revisi/kebalikan Manajer/POS
	95. Revisi/kebalikan Transaksi Cera
	96. Revisi/kebalikan Biaya Inquiry Cera
	97. Revisi/kebalikan Pembelian/pembayaran
	98. Revisi/kebalikan Biaya Saldo Cera



Nama : Rita Berkah Tri Wahyuni  
 Nara Sumber : Nasabah Pembiayaan BNI Syariah  
 Jumlah Pembiayaan : Rp 300.000.000,00

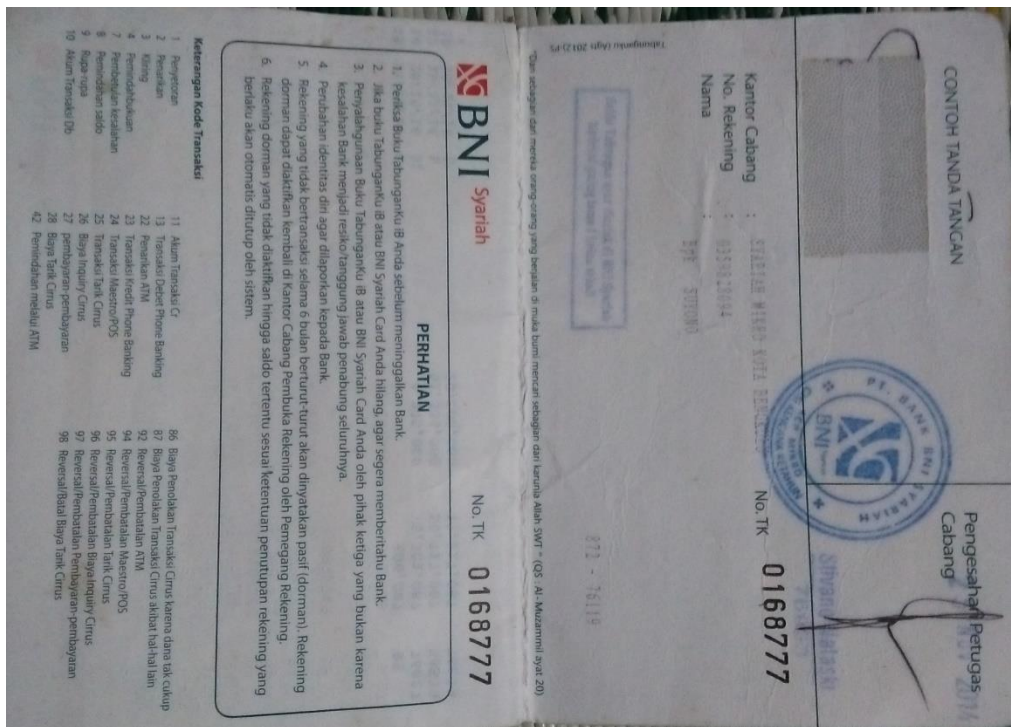


Nama : Suyono

Nara Sumber : Nasabah Pembiayaan BNI Syariah

Jumlah Pembiayaan : Rp 300.000.000,00





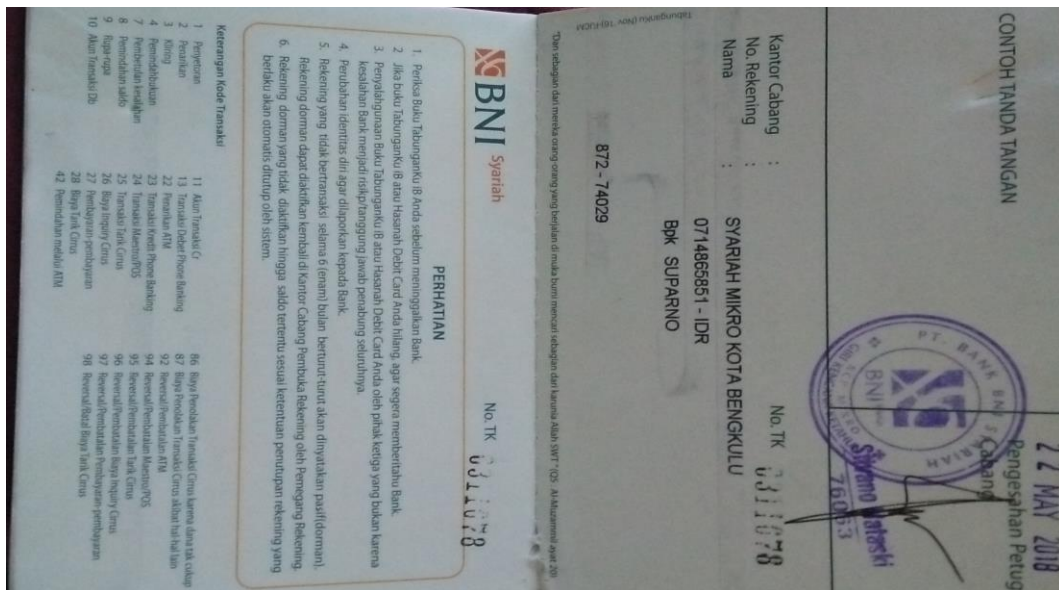
Nama : Suparno

Nara Sumber : Nasabah Pembiayaan BNI Syariah

Jumlah Pembiayaan : Rp 200.000.000,00

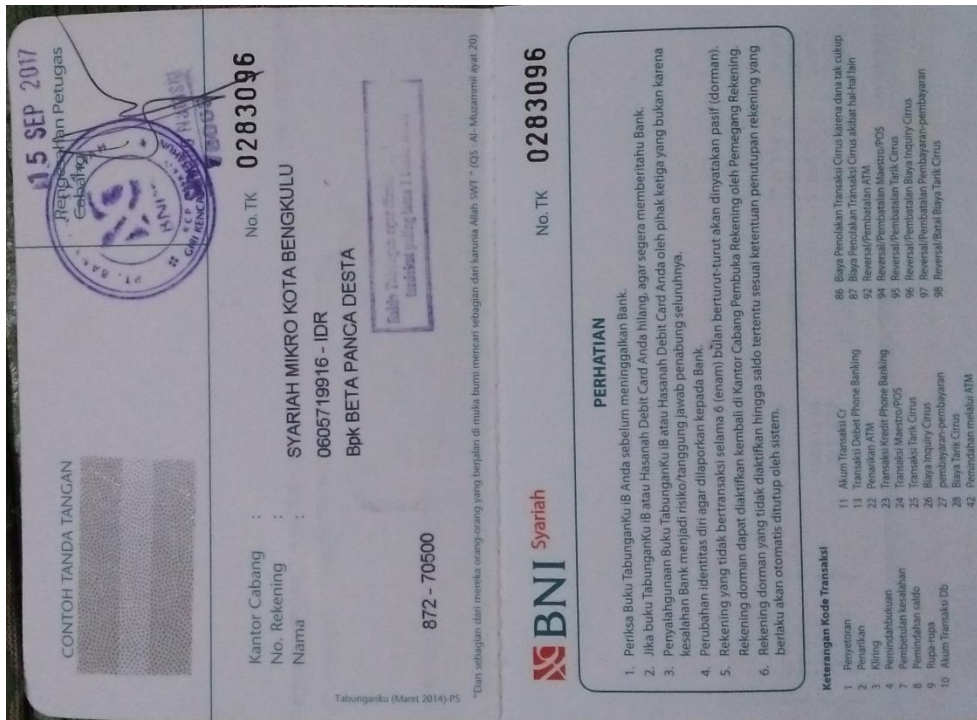






Nama : Beta Panca Desta  
 Nara Sumber : Nasabah Pembiayaan BNI Syariah  
 Jumlah Pembiayaan : Rp 300.000.000,00





Nama : Sumarsih

Nara Sumber : Nasabah Pembiayaan BNI Syariah

Jumlah Pembiayaan : Rp 200.000.000,00



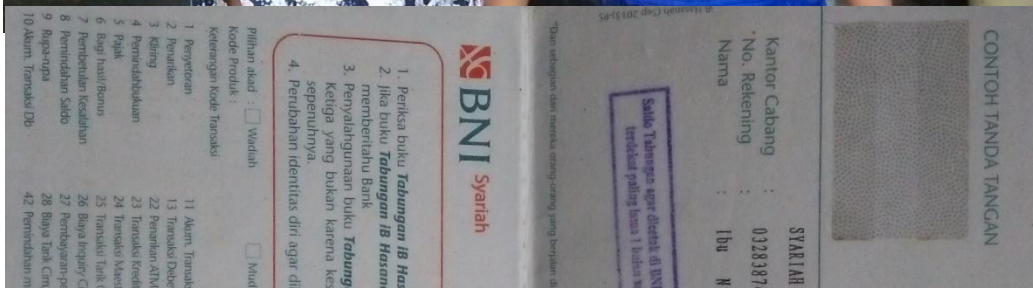
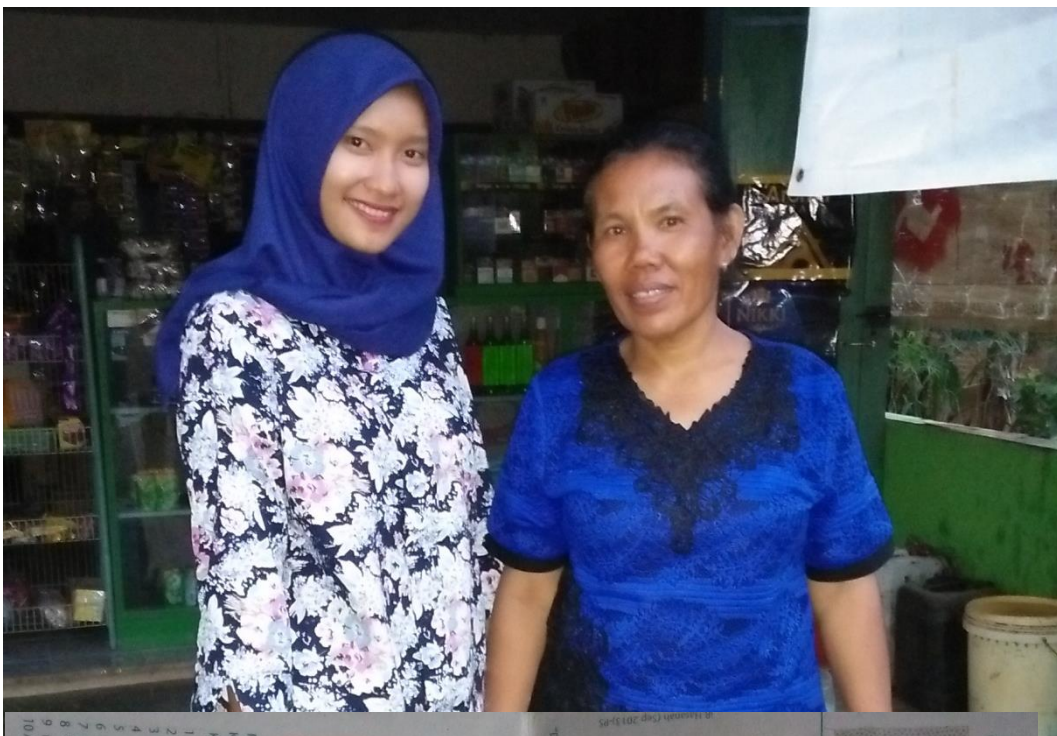




Nama : Nil

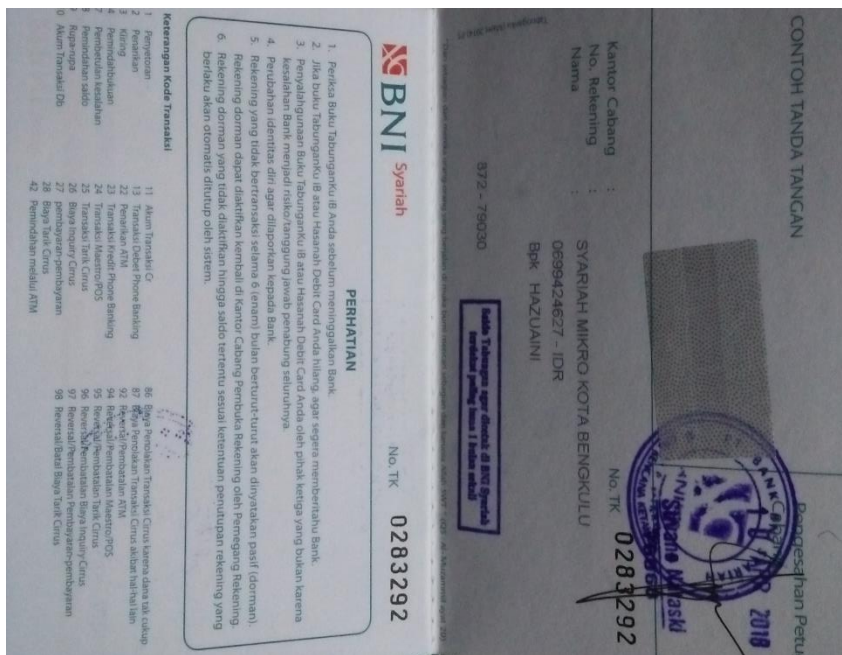
Nara Sumber : Nasabah Pembiayaan BNI Syariah

Jumlah Pembiayaan : Rp 300.000.000,00





Nama : Hazuaini  
Nara Sumber : Nasabah Pembiayaan BNI Syariah  
Jumlah Pembiayaan : Rp 400.000.000,00



Nama : Rudini  
 Nara Sumber : Nasabah Pembiayaan BNI Syariah  
 Jumlah Pembiayaan : Rp 400.000.000,00

