

Persepsi Masyarakat Terhadap Produk perbankan Syariah di Bandar Lor Kota Kediri

Public Perception of Sharia Banking Products in Bandar Lor Kediri City

Siti Rhomadoni¹, Khairan²

¹*Institut Agama Islam Tribakti Kediri*, ²*Institut Agama Islam Tribakti Kediri*

¹*sitirhamadani25@gmail.com*, ²*yanplosokandang@gmail.com*

Abstract

Public perception is a potential where the perception of people who seek and explore various kinds of knowledge, both general and religious in social life is very important, as is the perception/knowledge of something related to Islamic banking. Islamic banks that have their own sharia products. Public perception will affect deeper knowledge about the meaning of Islamic banking itself and Islamic banking products and interest in saving in Islamic banks. From the description above, the research problem can be formulated how the public perception of Islamic banking products in Bandarlor Kediri city and how the factors that influence public perception of Islamic banking products in Bandarlor Kediri City. This research is a qualitative research with a descriptive approach, with a total of six informants. This research was conducted in Bandarlor Village, Kediri City, collecting data using interviews, observations and documentation. The data were analyzed using the Milles and Humbles model (interactive model), namely data reduction, data presentation, and conclusions. The results of the study, namely public perception of Islamic banking products in Bandarlor Kediri City are still very lacking. The majority of people do not know about Islamic banking products and the contract system in Islamic banks. People think because the Islamic Bank itself is less socialized to the community, especially in the Bandarlor village community. Factors that influence public perception of Islamic banking products are factors of knowledge, attitudes, interests and needs.

Keywords: *Public Perception, Sharia Banking Products*

Abstrak

Persepsi masyarakat merupakan suatu potensi dimana persepsi orang yang mencari dan mendalamai berbagai macam ilmu, baik umum ataupun agama dalam kehidupan bermasyarakat itu sangat penting, seperti halnya persepsi/pengetahuan tentang sesuatu yang berhubungan dengan perbankan syariah. Bank syariah yang memiliki produk-produk syariah tersendiri. Persepsi masyarakat akan mempengaruhi lebih mendalamnya pengetahuan mengenai pengertian bank syariah itu sendiri dain produk-produk perbankan syariah dan minat menabung dibank syariah. Dari uraian di atas, dapat dirumuskan masalah penelitian bagaimana persepsi masyarakat terhadap produk-produk perbankan syariah di Bandarlor kota Kediri dan bagaimana faktor yang mempengaruhi persepsi masyarakat terhadap produk-produk perbankan syariah di Bandarlor Kota Kediri. Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif, dengan jumlah enam informan. Penelitian ini dilakukan di Kelurahan Bandarlor kota Kediri, pengumpulan data menggunakan wawancara, obsevasi dan dokumentasi. Data dianalisis dengan menggunakan model Milles and Humbles (*interactive model*) yaitu reduksi data, penyajian data, dan kesimpulan. Hasil penelitian, yaitu Persepsi masyarakat terhadap produk perbankan syariah di Bandarlor Kota Kediri masih sangat kurang. Mayoritas masyarakat belum mengetahui tentang produk-produk perbankan syariah dan sisitem akad-akad yang ada di bank syariah. Masyarakat beranggapan karena dari pihak Bank Syariah itu sendiri kurang bersosialisasi kepada masyarakat terutama pada masyarakat kelurahan Bandarlor. Faktor yang mempengaruhi persepsi masyarakat terhadap produk perbankan syariah adalah faktor pengetahuan, sikap, minat dan kebutuhan.

Kata Kunci: *Persepsi Masyarakat, Produk Perbankan Syariah*

Pendahuluan

Pertumbuhan ekonomi dalam perkembangannya tidak terlepas dari peran serta sektor perbankan. Bank merupakan salah satu lembaga keuangan yang mempunyai peran penting dalam perekonomian suatu negara. Bank adalah badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkanya

kepada masyarakat dalam bentuk Kredit dan/atau bentuk-bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup masyarakat banyak.¹ Jenis bank di Indonesia di bagi menjadi dua jenis bank yaitu konvensional dan bank Syariah. Bank Konvensional adalah bank yang menjalankan kegiatan usahanya secara Konvensional.²

Bank syariah menurut Sudarsono berpendapat yaitu lembaga keuangan yang pokoknya memberikan pembiayaan dan jenis lain dalam lalu lintas pembayaran serta peredaran uang yang operasinya sesuai dengan prinsip-prinsip syariah atau dalam kegiatannya tidak membebankan bunga maupun tidak membayar bunga kepada nasabah. Contoh bank syariah antara lain Bank Syariah Mandiri, BRI Syariah, Permata Syariah dan lain-lainya.³

Menurut Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 21 Tahun 2008 tentang perbankan syariah pada Bab 1 Pasal 1 ayat 7 disebutkan bahwa Bank Syariah adalah Bank yang menjalankan kegiatan usahanya berdasarkan prinsip syariah dan menurut jenisnya terdiri atas Bank Umum Syariah (BUS) dan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS).⁴

Dalam kaitan perbedaan antara bank konvensional dan bank syariah dapat dilihat pada tabel sebagai berikut:

¹ Veithzal Rivai, Sofyan Basir, dkk. *Commercial Bank Management Manajemen Perbankan Dari teori ke praktik*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2013), h. 1

² Irham Fahmi, *Bank & Lembaga Keuangan Lainya Teori dan Aplikasi*, (Bandung: Alfabeta, 2014) h.21

³ Irham Fahmi, *Bank & Lembaga Keuangan Lainya Teori dan Aplikasi*, (Bandung: Alfabeta, 2014) h.21

⁴ Irham Fahmi, *Manajemen Perbankan Konvensional & Syariah*, (Jakarta: Mitra Wacana Media, 2015) h.26

Tabel 1.1.

O	BUNGA	BAGI HASIL
	Penentuan bunga dibuat pada waktu akad dengan asumsi harus selalu untung	Penentuan besarnya rasio/ <i>nisbah</i> bagi hasil dibuat pada waktu akad dengan berpedoman pada kemungkinan untung rugi
	Besarnyapersentase berdasarkan jumlah uang (modal) yang dipinjamkan	Besarnya rasio bagi hasil berdasarkan pada jumlah keuntungan yang diperoleh
	Pembayaran bunga tetap seperti yang dijanjikan tanpa pertimbangan apakah proyek yang dijalankan oleh pihak nasabah untung atau rugi	Bagi hasil bergantung pada keuntungan proyek yang dijalankan. Bila usahanya merugi, kerugian akan ditanggung bersama oleh kedua kedua belah pihak
	Jumlah pembayaran bunga tidak meningkat sekalipun jumlah keuntungan berlipat atau keadaan ekonomi sedang “booming”	Jumlah pembagian laba meningkat sesuai peningkatan jumlah pendapatan
	Eksistensi bunga diragukan (kalau tidak dikecam) oleh semua agama,	Tidak ada yang meragukan keabsahan bagi hasil. ⁵

⁵ Irham Fahmi, *Pengantar Perbankan Teori dan Aplikasi*, (Bandung: Alfabetacv, 2014), h. 346

	termasuk islam.	
--	-----------------	--

Bank syariah memiliki peran sebagai lembaga intermediary antara orang/lembaga/badan yang mengalami kelebihan dana (surplus units) dengan orang/lembaga/badan yang mengalami kekurangan dana (deficit units). Secara umum produk-produk bank syariah dikelompokan menjadi 3 (tiga) bagian salah satunya adalah produk penyaluran dana (financing).⁶ Produk penyaluran dana bank syariah menurut Undang-undang Nomor 21 Tahun 2008 tentang bank syariah menjelaskan bahwa penyaluran/pembiayaan adalah penyediaan dana atau tagihan yang dipersamakan dengan itu berupa⁷ Transaksi bagi hasil dalam bentuk mudharabah dan musyarakah, Transaksi sewa-menyewa dalam bentuk ijarah atau sewa beli dalam bentuk ijarah muntahiya bittamlik (IMBT), Transaksi jual beli dalam bentuk piutang murabahah, salam, dan istisna, Transaksi pinjam meminjam dalam bentuk piutang qardh, Transaksi sewa-menyewa jasa dalam bentuk ijarah untuk transaksi multijasa.

Berdasarkan persetujuan atau kesepakatan antara bank syariah dan UUS dan pihak lain yang mewajibkan pihak yang dibiayai dan diberi fasilitas dana untuk mengembalikan dana tersebut setelah jangka waktu tertentu dengan imbalan ujrah, tanpa imbalan, atau bagi hasil.⁸

Perkembangan dunia perbankan yang diiringi pula dengan beragamnya jumlah produk pembiayaan yang memudahkan masyarakat dalam berusaha salah satunya dari pola bagi hasil (profit sharing) dengan menggunakan akad

⁶ Ikit, Akuntansi *Penghimpunan dana Bank Syariah*, (Yogyakarta: CV Budi Utama, 2015), h.64

⁷ Ikit, Akuntansi *Penghimpunan dana Bank Syariah*, (Yogyakarta: CV Budi Utama, 2015), h.75

⁸ Ikit, Akuntansi *Penghimpunan dana Bank Syariah*, (Yogyakarta: CV Budi Utama, 2015), h.75

Mudharabah atau Musyarakah yang ditawarkan, namun kemudahan itu berbanding terbalik dengan masyarakat yang lebih tertarik menggunakan bank konvensional dibandingkan bank syariah, hal ini merupakan salah satu permasalahan yang dihadapi perbankan syariah di kelurahan Bandarlor Kota Kediri.

Kota Kediri saat ini memiliki 6 kantor Bank Umum Syariah, yakni Bank Syariah Mandiri, Bank Muamalat, Bank Mega Syariah, Bank BNI Syariah, Bank BRI Syariah, Bank Syariah Indonesia, dengan jumlah penduduk yang mayoritas beragama Islam. Jumlah penduduk Kota Kediri saat ini ialah 292.363 jiwa, namun yang tercatat memiliki rekening pada perbankan syari'ah pertahun hanya sedikit, yang kemungkinan hanya 3% masyarakat Kota Kediri yang menggunakan produk perbankan syariah. Hal tersebut membuktikan bahwa masyarakat Kota Kediri belum memiliki minat yang tinggi terhadap perbankan syari'ah.⁹

Kelurahan Bandarlor adalah sebuah Kelurahan di wilayah Kecamatan Majoroto, Kota Kediri, Provinsi Jawa Timur. Bandarlor berasal dari dua suku kata bahasa jawa *Bandar* lan *lor*, Bandar artinya “tempat singgah” dan Lor artinya “utara”. Bandarlor terletak di +5 Km arah barat dari pusat Kota Kediri. Kelurahan Bandarlor yang masyarakatnya mayoritas muslim, namun hanya beberapa orang penduduk kelurahan Bandarlor yang menggunakan produk syariah, hal ini menandakan bahwa minat masyarakat menggunakan produk bank syari'ah dapat dikatakan rendah.¹⁰ Esso dan Dibb mengatakan bahwa perilaku konsumen dipengaruhi oleh pekerjaan, lingkungan sosial, religiusitas, pendidikan dan aktivitas rekreasi. Delener juga mengatakan bahwa religiusitas adalah salah satu faktor pendorong penting dan dapat berpengaruh terhadap perilaku konsumen. Hal ini didasari atas keputusan konsumen untuk membeli produk tergantung kadar

⁹ <https://idalamat.com/alamat/402291/bank-syariah-indonesia-kcp-kediri-kediri-jawa-timur>

¹⁰ Profil Kelurahan Bandarlor Kota Kediri Jawa Timur

keimanan mereka.¹¹ Sedang pada kasus di atas dikatakan bahwa meskipun masyarakat Bandarlor adalah mayoritas muslim, namun minat dalam menggunakan produk syariah adalah rendah. Masyarakat Kelurahan Bandarlor beranggapan bahwa Bank Konvensional lebih nyata hasilnya dari pada Bank Syariah yang masih diragukan hasilnya. Maka hal ini bertentangan dengan yang dikemukakan oleh Agustina Shinta yang berbunyi bahwa pengetahuan konsumen mempengaruhi keputusan konsumen dalam menggunakan produk.¹²

Secara etimologis, persepsi atau dalam bahasa Inggris *perception* berasal dari bahasa latin *perceptio* dari *percipere*, yang artinya menerima atau mengambil. Persepsi adalah pengalaman atau objek, peristiwa, atau hubungan-hubungan yang diperoleh dengan menyimpulkan informasi dan menafsirkan pesan. Persepsi ialah memberikan makna pada stimulus inderawi (*sensory stimuli*).¹³

Menurut Sugihartono mengemukakan bahwa persepsi merupakan kemampuan panca indera dalam menerjemahkan stimulus yang masuk kedalam alat indera manusia. Persepsi manusia terdapat perbedaan sudut pandang dalam penginderaan yang mempersepsikan sesuatu itu baik atau persepsi yang positif maupun persepsi negatif yang akan mempengaruhi tindakan manusia yang tampak atau nyata. ¹⁴ Menurut Rakhmat mengungkapkan bahwa persepsi adalah pengalaman tentang objek, peristiwa, atau hubungan-hubungan yang diperoleh dengan menyimpulkan informasi dan menafsirkan pesan. Persepsi ialah memberikan makna pada stimuli inderawi (Sensory stimuli). Sedangkan menurut

¹¹ Nejdet Deleaner, Religius Contransts In Consumer Decision Behavior Patterns: their Dimensions And Marketing Implications, *European Jurnal Of Marketing*, Vol. 28 No. 5, 1994, 35-53 19

¹² Agustina Shinta, *Manajemen Pemasaran* (Malang: UB Pres, 2011), 46. 21

¹³ Ristiyanti Prasetyo dan John Lhalauw, *Perilaku Konsumen*, (Jakarta: Kencana,2014), hal.68

¹⁴ Hadi Suprapto Arifin, “(Analisis faktor yang Mempengaruhi Persepsi Mahasiswa UNTIRTA Terhadap Perda Syariah dikota Serang)”, *Jurnal Penelitian Komunikasidan Opini Publik, No 1, Tahun 2017, (28 Juni 2017), Vol 21, h. 90*

Kimbal Young mengatakan, “persepsi adalah sesuatu yang menunjukkan aktivitas merasakan, menginterpretasikan dan memahami objek, baik fisik maupun social”.

Berdasarkan berbagai definisi persepsi di atas, persepsi dapat didefinisikan sebagai proses pemberian makna, interpretasi dari stimuli dan sensasi yang diterima oleh individu, dan sangat dipengaruhi faktor-faktor internal maupun eksternal masing-masing individu tersebut. Waligito menyatakan bahwa terjadinya persepsi merupakan suatu yang terjadi dalam tahap-tahap berikut, Tahap Pertama, merupakan tahap yang dikenal dengan nama proses kealamian atau proses fisik, merupakan proses ditangkapnya suatu stimulus oleh indera manusia. Tahap Kedua, merupakan tahap yang dikenal dengan proses fisiologi, merupakan proses diteruskanya stimulus yang diterima oleh reseptör (alat indera) melalui saraf-saraf sensoris. Tahap Ketiga, merupakan tahap yang dikenal dengan nama proses Psikologik. Tahap ke Empat, merupakan hasil yang diperoleh dari proses persepsi yaitu berupa tanggapan dan perilaku.¹⁵

Persepsi dapat diartikan sebagai proses diterimanya rangsang melalui pancha indra yang didahului oleh perhatian sehingga individu mampu mengetahui, mengartikan dan menghayati tentang hal yang diamati, baik yang ada diluar maupun dalam diri individu. Sunarto membagi dua macam persepsi, External Perception, yaitu persepsi yang terjadi karena adanya rangsangan yang datang dari luar individu. Self Perception, yaitu persepsi yang terjadi karena adanya rangsangan yang berasal dari dalam diri individu. Dalam hal ini yang menjadi objek adalah dirinya sendiri.¹⁶

¹ Hadi Suprapto Arifin, “(Analisis faktor yang Mempengaruhi Persepsi Mahasiswa UNTIRTA Terhadap Perda Syariah di kota Serang)”, *Jurnal Penelitian Komunikasi dan Opini Publik, No 1, Tahun 2017*, (28 Juni 2017), Vol 21, h. 91

¹⁶ Ristiyantri Prasetyo dan John Lhalauw, *Perilaku Konsumen*, (Jakarta: Kencana, 2014), hal.69

Faktor-faktor yang mempengaruhi persepsi seseorang menurut Bloom adalah Pengetahuan, Sikap, Psikomotorik, Suasana Hati, Minat, perhatian, kebutuhan, nilai dan keperibadian. Pengetahuan pada hakikatnya merupakan segenap apa yang di ketahui tentang suatu obyek tertentu. Menurut Suhartono pengetahuan adalah hasil kegiatan ingin tahu manusia tentang apa saja melalui cara-cara dan dengan alat-alat tertentu. Pengetahuan ini bermacam-macam jenis dan sifatnya ada yang langsung dan ada yang tidak langsung, ada yang bersifat tidak tetap (berubah-ubah) subyektif dan khusus, dan adapula yang bersifat tetap obyektif dan umum.

Sikap adalah suatu bentuk evaluasi atau reaksi perasaan. Sikap seseorang terhadap suatu obyek adalah perasaan mendukung atau memihak (favorable) maupun perasaan tidak mendukung atau tidak memihak (unfavorable) pada obyek tersebut.¹⁷ Menurut Sabur (1) sikap adalah kecenderungan bertindak, berperilaku, berpresepsi dalam menghadapi obyek, ide. (2) sikap bukanlah sekedar rekaman masa lampau, tetapi menentukan seseorang untuk setuju atau tidak setuju. (3) sikap relatif lebih menetap. (4) sikap lebih mengandung aspek evaluative. (5) sikap timbul dari pengalaman.¹⁸

Keterampilan menurut Bloom adalah kemampuan seseorang dalam melakukan sesuatu terutama yang berkaitan dengan kegiatan fisik dari kemampuan sederhana sampai mahir.¹⁹ Keadaan emosi mempengaruhi perilaku seseorang, mood ini menunjukan bagaimana perasaan seseorang pada waktu yang dapat mempengaruhi bagaimana seseorang dalam menerima, bereaksi dan mengingat.

Selain itu persepsi terhadap suatu obyek sangat bervariasi tergantung pada seberapa banyak energi atau perceptual vigilance yang dapat digerakan untuk

¹⁸ Budi Purwantiningsih, *Serangga Polinator*, (Malang: Universitas Brawijaya Press (UB Press), 2014), h. 37.

¹⁹ Budi Purwantiningsih, *Serangga Polinator*., h. 39.

mempersepsikan suatu obyek. Perceptual vigilance adalah kecenderungan seseorang untuk memperhatikan tipe tertentu dari rangsangan atau dapat dikatakan sebagai minat. Minat orang juga berbeda dan tergantung pada bagaimana ia mampu melakukan dalam kehidupan sehari harinya.

Kebutuhan merupakan kebutuhan sesaat maupun menetap pada diri individu akan mempengaruhi persepsi orang tersebut. Yang berkaitan dengan hal-hal yang dirasakan konsumen ketika ia sedang mencoba melakukan transaksi dengan produsen-pemasok produk (perusahaan). Jika pada saat itu kebutuhan dan keinginanya besar, harapan atau ekspektas konsumen akan tinggi, demikian pada sebaliknya. Perhatian Biasanya tidak menangkap seluruh rangsangan yang ada disekitar kita sekaligus, tetapi memfokuskan perhatian pada suatu atau dua objek saja. Perbedaan fokus perhatian antara satu dengan orang lain akan menyebabkan perbedaan persepsi.²⁰ Sistem nilai yang berlaku dalam suatu masyarakat juga berpengaruh pula terhadap persepsi. Pola keperibadian yang dimiliki oleh individu akan menghasilkan persepsi yang berbeda. Sehubung dengan itu maka proses terbentuknya persepsi dipengaruhi oleh diri seseorang persepsi antara satu orang dengan yang lain itu berbeda.²¹

Dari uraian di atas, penelitian ini akan membahas tentang bagaimana persepsi masyarakat terhadap produk-produk perbankan syariah di Bandarlor kota Kediri dan apa saja faktor yang mempengaruhi persepsi masyarakat terhadap produk-produk perbankan syariah di Bandarlor Kota Kediri.

²⁰ Hadi Suprapto Arifin, (Analisis faktor yang Mempengaruhi Persepsi Mahasiswa UNTIRTA Terhadap Perda Syariah dikota Serang), *Jurnal Penelitian Komunikasidan opini publik*, No 1, Tahun 2017, (28 Juni 2017), Vol 21, h. 91

²¹ Hadi, Analisis...

Metode

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif, Penelitian ini dilakukan di Kelurahan Bandarlor kota Kediri. Alasan peneliti memilih Kelurahan Bandarlor sebagai objek penelitian, yaitu karena lokasi tersebut mendukung untuk diteliti, karena penulis menjumpai mayoritas masyarakatnya beragam Islam dan tetap memilih untuk menabung di bank konvensional dari pada menabung di bank syariah. pengumpulan data menggunakan wawancara, obsevasi dan dokumentasi. Data dianalisis dengan menggunakan model Miles and Humbles (*interactive model*) yaitu reduksi data, penyajian data, dan kesimpulan.

Hasil dan Pembahasan

Persepsi Masyarakat Terhadap Produk Perbankan Syariah

Pada sistem operasi bank syariah, pemilik dana menanamkan uangnya di bank tidak dengan tujuan mendapatkan bunga, melainkan dalam rangka mendapatkan keuntungan bagi hasil. Dana nasabah tersebut kemudian disalurkan kepada mereka yang membutuhkan, dengan perjanjian pembagian keuntungan sesuai dengan kesepakatan.

Berdasarkan hasil wawancara dengan Ibu Komala, Ibu Nurul, Ibu Devi, Bapak Norman, Ibu Rimawati, dan Bapak Wasis Triyulantoko hasil yang diperoleh adalah:

Berdasarkan wawancara dengan Ibu Komala mengatakan bahwa bank syariah didalam pengoperasiannya tidak menggunakan bunga dan bank syariah juga boleh meminjam uang dengan jumlah yang sangat besar, kalau masalah mengetahui atau tidak nya produk-produk dibank syariah kurang mengetahui

karena mendapatkan informasi tentang bank syariah ini hanya dari tetangga saja yang pernah meminjam uang di bank syariah.²²

Berdasarkan wawancara dengan ibu Nurul hanya mengetahui sedikit tentang produk-produk di bank syariah , sekedar bagi hasil dan itupun tidak tahu apa nama bahasa arabnya, sebenarnya jika pihak dari bank mau bersosialisasi atau promosi dan memberikan pengetahuan tentang apa yang ada di bank syariah masyarakat banyak yang tertarik dengan bank syariah, karena mayoritas masyarakat beragama Islam.²³

Berdasarkan wawancara dengan ibu devi mengatakan bahwa masyarakat kurang paham apa itu bank syariah, karena masyarakat banyak yang lebih tertarik di bank konvensional seperti bank BRI dan bank MANDIRI Dimana pihak dari bank tersebut sering bersosialisasi kepada masyarakat dan menjelaskan kalau bunga yang dipakai itu sedikit.²⁴

Berdasarkan hasil wawancara dengan Bapak Norman mengatakan bahwa Bank syariah itu mejalankan tugasnya sesuai dengan prinsip syariah islam dan bank syariah juga memiliki macam-macam produk dimana didalam produk tersebut terdapat banyak akad diantaranya mudharabah dan musyarakah kalau tidak salah system bagi hasil padahal itu sangat cocok bagi seorang pedagang, namun tidak mau menggunakan akad tersebut dikarenakan usaha dagang sudah mencukupi untuk kebutuhan sehari-hari.²⁵

²² Komala, Wawancara, Kelurahan Bandarlor Kota Kediri Jawa Timur, pada tanggal 2 juni 2022

²³ Nurul, Wawancara, Kelurahan Bandarlor Kota Kediri Jawa Timur, pada tanggal 2 juni 2022

²⁴ Devi, Wawancara, Kelurahan Bandarlor Kota Kediri Jawa Timur, pada tanggal 6 juni 2022

²⁵ Norman, Wawancara, Kelurahan Bandarlor Kota Kediri Jawa Timur, pada tanggal 6 juni 2022

Berdasarkan hasil wawancara dengan Ibu Rimawati mengatakan bahwa “Perbankan syariah adalah bank yang menjalankan transaksinya sesuai dengan syariat Islam, tidak ada riba, jujur dalam transaksinya, dan akad-akad yang ada dalam bank syariah juga sesuai dengan syariat islam. Ada akad murhabahah, mudharabah. Namun dikalangan masyarakat yang di bilang masih Awam kurang tau mengenai bank syariah, dikarenakan bank syariah itu jauh dan masih diragukan hasilnya. Masyarakat sampai sekarang masih menggunakan bank konvensional. Mungkin juga karena pihak bank syariah kurang bersosialisasi dengan masyarakat, jadi tidak banyak tau mengenai perbankan syariah.²⁶

Menurut Bapak Wasis Tri Yuliantoko bank syariah adalah bank yang menggunakan sistem syariah disana juga sudah disahkan oleh MUI bahwa bank syariah adalah bank yang menggunakan *syariat* islam. Disisi lain, jika kita melakukan transaksi itu menggunakan akad-akad seperti contohnya bagi hasil yang menggunakan akad mudharabah keuntungan dan kerugian akan dibagi sesuai kesepakatan diawal.²⁷

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan pada masyarakat Kelurahan Bandarlor Kecamatan Majoroto Kota Kediri, di atas dapat disimpulkan bahwa masyarakat disana belum begitu memahami produk-produk perbankan syariah. Pemilik dana menanamkan uangnya dibank tidak dengan motif mendapatkan bunga, tapi dalam rangka mendapatkan keuntungan bagi hasil. Dana nasabah tersebut kemudian disalurkan kepada mereka yang membutuhkan, dengan perjanjian pembagian keuntungan sesuai dengan kesepakatan. Namun sebagian masyarakat di atas juga menunjukan bahwa usaha yang dijalankan sudah

²⁶ Rimawati, Wawancara, Kelurahan Bandarlor Kota Kediri Jawa Timur, pada tanggal 6 juni 2022

²⁷ Wasis Triyulantoko, Wawancara, Kelurahan Bandarlor Kota Kediri Jawa Timur, pada tanggal 7 juni 2022

mencukupi kebutuhannya sehari-hari yang tidak membutuhkan dana/modal dari pihak bank syariah, sehingga mereka tidak berniat menggunakan jasa bank syariah karena masyarakat beranggapan bahwa bank syariah masih diragukan hasilnya.

Dari beberapa wawancara kepada beberapa masyarakat diatas maka disimpulkan bahwa persepsi masyarakat digolongkan dari menerjemahkan atau (translation) pengalihan dari bahasa satu kedalam bahasa yang lainnya, dari hasil penelitian masyarakat hanya mampu menterjemahkan dari persepsi mereka sendiri.

Faktor yang mempengaruhi persepsi masyarakat terhadap produk perbankan syariah

Faktor-faktor yang mempengaruhi persepsi masyarakat desa Bandar lor terhadap produk-produk perbankan syariah, yaitu faktor pengetahuan. Berdasarkan wawancara kepada ibu Devi mengatakan bahwa faktor yang mempengaruhi persepsi/pengetahuan masyarakat terhadap produk perbankan syariah adalah salah satunya faktor pengetahuan, karena pengetahuan membuat seseorang lebih *mengenal tentang* bank syariah dan produk-produk yang ada di bank syariah.²⁸

Faktor lain adalah minat, berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan kepada ibu Nurul faktor minat itu penting untuk setiap orang karena mempengaruhi keinginan, menggunakan bank syariah untuk menabung dan lain sebagainya, tetapi masyarakat kebanyakan lebih memilih menggunakan bank umum/bank konvensional karena merasakan hasilnya itu nyata dan tidak meragukan.²⁹ informan lain menyebutkan bahwa faktor yang mempengaruhi persepsi masyarakat terhadap produk perbankan syariah adalah karena sampai saat ini mayoritas masyarakat

²⁸ Devi, Wawancara, Kelurahan Bandarlor Kota Kediri Jawa Timur, pada tanggal 7 juni 2022

²⁹ Nurul, Wawancara, Kelurahan Bandarlor Kota Kediri Jawa Timur, pada tanggal 8 juni 2022

Kelurahan Bandarlor masih menggunakan bank umum dan belum berminat menggunakan bank syariah, menurut mereka bank konvensional lebih nyata hasilnya.³⁰

Selain faktor pengetahuan dan minat, ada faktor kebutuhan yang menyebabkan masyarakat belum tertarik dengan bank syariah. berdasarkan wawancara kepada Bapak Norman, masyarakat desa Bandar lor pengasilannya berbeda-beda, masyarakat desa Bandar lor sampai sekarang masih menggunakan bank umum/konvensional seperti bank BRI, bank Mandiri dan lain sebagainya, karena bank umum/konvensional lebih nyata hasilnya, sehingga bisa memenuhi kebutuhan keluarga sehari-hari.³¹

Dari pernyataan informan di atas terhadap produk-produk perbankan syariah masih rendah, pengetahuan mereka mengenai produk-produk perbankan syariah hanya tahu saja hal ini dikarenakan dari pihak bank kurangnya sosialisasi dan promosi kepada masyarakat desa Bandarlor Kota Kediri. faktor-faktor yang mempengaruhi persepsi masyarakat terhadap produk-produk perbankan syariah yang paling dominan yaitu: Faktor Pengetahuan, Faktor Sikap, Faktor Minat, dan Faktor Kebutuhan.

Kesimpulan

Persepsi masyarakat Kelurahan Bandarlor terhadap produk-produk perbankan syariah, mayoritas masyarakat belum mengetahui tentang produk-produk perbankan syariah dan sistem akad-akad yang ada dibank syariah. Persepsi masyarakat masih sangat rendah untuk mengetahui produk-produk perbankan

³⁰ Rimawati, Wawancara, Kelurahan Bandarlor Kota Kediri Jawa Timur, pada tanggal 8 juni 2022

³¹ Norman, Wawancara, Kelurahan bandarlor Kota Kediri Jawa Timur, pada tanggal 8 juni 2022

syariah, hal ini karena kurangnya sosialisasi dan promosi dari pihak bank syariah, sehingga banyak pihak dari masyarakat belum memutuskan untuk menggunakan atau bertransaksi di bank syariah.

Faktor-faktor yang mempengaruhi persepsi masyarakat terhadap produk perbankan syariah yang berdasarkan dalam teori meliputi beberapa faktor diantaranya: faktor pengetahuan, faktor sikap, faktor minat, dan faktor kebutuhan. Faktor pengetahuan, sikap, minat, dan kebutuhan yang mempengaruhi persepsi masyarakat belum memutuskan untuk menggunakan atau bertransaksi di bank syariah karena pemahaman tentang produk-produk perbankan syariah masih sangat rendah.

Daftar Pustaka

Fahmi Irham, *Bank & Lembaga Keuangan Lainnya Teori dan Aplikasi*, Bandung: Alfabeta, 2014.

Fahmi Irham, *Manajemen Perbankkan Konvensional dan Syariah*, Jakarta: Mitra Wacana Media, 2015.

Fahmi Irham, *Pengantar Perbankan Teori dan Aplikasi*, Bandung: Alfabeta,cv, 2014.

Hadi Suprapto Arifin, “Analisis faktor yang Mempengaruhi Persepsi Mahasiswa UNTIRTA Terhadap Perda Syariah dikota Serang”, *Jurnal Penelitian Komunikasidan opini publik*, I, (28 Juni 2017).

Ikit, *Akuntansi Penghimpunan dana Bank Syariah*, Yogyakarta: CV BUDI UTAMA, 2015.

Prihanto Hendi, “Analisis Terhadap Faktor-Faktor yang mempengaruhi masayrakat untuk menabung di bank syariah”, *Jurnal Provita*, I, (April 2017).

Ristiyanti Prasetyo dan John Lhalaauw, *Perilaku Konsumen*, (Jakarta:

Rivai Veithzal, *et.al. Commercial Bank Management Manajemen Perbankan Dari teori ke praktik*, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2013.

Sudarsono Heri , *Bank Dan Lenbaga Keuangan Syariah, Yogyakarta: Ekonesia, 2012.*

This article is under:



Copyright Holder :

© Siti Rhomadoni, Khairan (2022).

First Publication Right :

© Jurnal At-Tamwil: Kajian Ekonomi Syariah