

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Sebagaimana kita ketahui pada tahun 1997 terjadi krisis perbankan, namun hal tersebut tidak berdampak pada bank syari'ah. Bank Syari'ah tetap dapat beroperasi dan bertahan ditengah gejolak nilai tukar dan tingkat suku bunga yang tinggi. keadaan tersebut diantaranya dikarenakan oleh karakteristik dari usaha bank syari'ah yang melarang bunga konvensional dan memberlakukan nisbah bagi hasil sebagai pengganti serta melarang transaksi keuangan yang bersifat spekulatif (gharar) dan tanpa didasarkan pada kegiatan usaha yang riil. Hal ini membuat pengaruh luas terhadap upaya ekonomi dengan mengadopsi lembaga keuangan islam tersebut di Indonesia.

Bunga juga sering dikaitkan dengan riba yang didalam agama melarang adanya riba didalam transaksi. riba adalah pengambilan tambahan dari harta pokok atau modal secara batil. Umat Islam dilarang mengambil riba apapun jenisnya. Larangan supaya umat Islam tidak melibatkan diri dengan riba bersumber dari beberapa surah di dalam Al Qur'an yaitu ar- Ruum 39:





39. dan sesuatu Riba (tambahan) yang kamu berikan agar Dia bertambah pada harta manusia, Maka Riba itu tidak menambah pada sisi Allah. dan apa yang kamu berikan berupa zakat yang kamu maksudkan untuk mencapai keridhaan Allah, Maka (yang berbuat demikian) Itulah orang-orang yang melipat gandakan (pahalanya).

Seiring berkembangnya waktu, mulai bermunculan bank-bank yang mendasarkan pada sistem syari'ah, namun perkembangan tersebut tidak diiringi pengetahuan yang cukup sehingga masyarakat hanya mengetahui informasinya setengah-setengah. Banyak masyarakat yang tidak tahu seluk beluk, mekanisme, dan sistem bank syari'ah. Pendapat umum yang beredar pada masyarakat yang membedakan bank syari'ah dan bank konvensional adalah sebatas bunga dan bagi hasil, padahal masih banyak hal yang harusnya masyarakat ketahui mengenai bank syari'ah, karena bank syari'ah sekarang ini merupakan bagian dari masyarakat itu sendiri.

Tidak jauh berbeda kondisinya dengan masyarakat Wonosobo khususnya masyarakat Kecamatan Kalikajar yang sebagian telah menggunakan bank syari'ah ataupun lembaga keuangan syari'ah untuk menabung ataupun sekedar meminjam uang, namun mereka belum mengetahui sistem perbankan syari'ah. Maka tidak heran pada kenyataannya masih banyak dijumpai rentenir sebagai alternatif lain dalam transaksi keuangan yang terjadi didalam masyarakat. Karena kurangnya

pengetahuan tersebut tidak heran banyak dilakukan penelitian yang bertujuan untuk lebih mengembangkan Bank Syariah. Pada penelitian yang dilakukan oleh Wiwiek Rabiatus Adawiyah beliau meneliti mengenai pertimbangan, pengetahuan, dan sikap konsumen individu terhadap Bank Syariah, didapati bahwa masyarakat kurang mengetahui tentang bank syariah terkait produk maupun fasilitas yang ditawarkan, karena kurangnya promosi maupun edukasi pasar. Potensi Bank Syariah dengan karakteristik masyarakat juga pernah diteliti oleh Bank Indonesia dan beberapa lembaga penelitian. Didapati bahwa strategi sosialisasi dan pemasaran bagi bank Syariah dapat berjalan baik bila mengetahui kebiasaan dan perilaku dari calon pengguna jasa perbankan syariah.

Kendala yang dihadapi oleh bank syariah pernah diungkapkan oleh (Subardjo dalam Antonio) seperti pemahaman masyarakat yang belum tepat terhadap kegiatan operasional bank syariah, peraturan perbankan yang berlaku belum sepenuhnya mengakomodasikan operasional bank syariah, jaringan kantor bank syariah yang belum luas, sumber daya manusia yang memiliki keahlian dalam bank syariah yang masih sedikit. Selain itu salah satu faktor yang mempengaruhi keputusan pengambilan produk pembiayaan adalah persepsi. Persepsi masyarakat terhadap produk pembiayaan bank syariah sangat penting karena persepsi konsumen mempengaruhi perilaku aktual konsumen. Perilaku konsumen adalah studi tentang bagaimana individu, kelompok, dan organisasi memilih, membeli, menggunakan, dan bagaimana barang, jasa, ide, atau

pengalaman untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan mereka (Kotler, 2009: 166).

Persepsi (*perception*) menurut Kotler (2009: 180) adalah proses dimana kita memilih, mengatur, dan menerjemahkan masukan informasi untuk menciptakan gambaran tentang sesuatu. Setiap orang mempunyai persepsi berbeda tentang onyek yang sama karena tiga proses pemahaman meliputi: atensi selektif (perhatian), distorsi selektif (rangsangan), serta retensi selektif (sikap dan keyakinan).

Atensi selektif (perhatian) adalah alokasi pemrosesan kapasitas terhadap beberapa rangsangan, antara lain: (1) Orang cenderung lebih memperhatikan rangsangan yang berhubungan dengan kebutuhan saat ini, (2) orang lebih cenderung memperhatikan rangsangan yang mereka antisipasi, (3) Orang cenderung lebih memperhatikan rangsangan yang devisiasinya lebih besar dalam hubungannya dengan ukuran normal rangsangan. Dalam masalah diatas dapat disimpulkan bahwa masyarakat lebih mengutamakan kebutuhan yang sifatnya memilih-milih dalam arti mencari solusi yang terbaik dalam memutuskan sesuatu agar tidak menimbulkan penyesalan dikemudian hari (Kotler, 2009:180).

Distorsi selektif (rangsangan) adalah kecenderungan untuk menerjemahkan informasi dengan cara yang sesuai dengan konsep awal. Konsumen sering mendistorsi informasi agar konsisten dengan keyakinan dan ekspektasi dari merek dan produk yang sudah ada sebelumnya.

Distorsi selektif dapat bekerja untuk keunggulan pemasaran yang memiliki merek kuat ketika konsumen mendistorsi informasi merek netral atau tidak jelas untuk membuatnya lebih positif (Kotler, 2009:180).

Retensi selektif (sikap dan keyakinan) adalah mengingat point bagus tentang sebuah produk yang kita sukai dan merupakan point bagus tentang point pesaing. Retensi selektif bekerja untuk keunggulan merek-merek kuat, artinya dalam hal ini konsumen lebih cenderung fokus kepada suatu produk yang mereka sukai berdasarkan pemikiran dan pertimbangan dalam pengambilan keputusan (Kotler, 2009: 180).

Dalam prinsip utama operasional bank adalah prinsip syari'ah hukum yang bersumber dari Al Qur'an dan Al Hadist. Sehingga, tidak menggunakan bunga dalam menentukan imbalan atas dana yang digunakan atau titipan oleh suatu pihak. Hal tersebut telah diatur dalam UU No. 7 tahun 1992 tentang perbankan dan sistem bagi hasil dan UU No. 10 tahun 1998 tentang jenis usaha yang dapat dioperasikan dan diimplementasikan oleh bank syari'ah.

Dengan melihat fenomena yang demikian, penulis bermaksud mengadakan penelitian dengan judul

“Analisis Pengetahuan Dan Persepsi Masyarakat Terhadap Produk Pembiayaan Yang Dikeluarkan Bank Syari'ah Mandiri Cabang Wonosobo”.

B. Rumusan Masalah

Dengan memperhatikan latar belakang masalah dalam penelitian ini, maka masalah yang dapat dirumuskan adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana pengetahuan masyarakat terhadap produk pembiayaan yang dikeluarkan Bank Syari'ah Mandiri Cabang Wonosobo?
2. Bagaimana persepsi masyarakat dengan produk yang dikeluarkan Bank Syari'ah Mandiri Cabang Wonosobo.