

RINGKASAN SKRIPSI
ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN NASABAH
DALAM MEMILIH BANK BNI SYARIAH KANTOR CABANG TERNATE



Oleh

IIN SUNDARI UMASUGI

N I M: 16.4.2.043

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN)
MANADO

1443 H/2020 M

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Mahasiswa yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : **Iin Sundari Umasugi**
N I M : **16.4.2.043**
Tempat/Tgl. Lahir : Waisakai 03 februari 1998
Fakultas : Ekonomi dan bisnis islam (FEBI)
Program Studi : Perbankan Syariah
Alamat : Maumbi, Jl Raya Manado Bitung Kecamatan
Kalawat Minahasa Utara
Judul : Analisis Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah
Dalam Memilih Bank Syariah (Studi Kasus Bank BNI Syariah KC Ternate)

Menyatakan dengan sesungguhnya dan penuh kesadaran bahwa skripsi ini benar adalah hasil karya sendiri. Jika di kemudian hari terbukti bahwa ia merupakan duplikat, tiruan, plagiat atau dibuat oleh orang lain, sebagian atau seluruhnya, maka Skripsi dan gelar yang diperoleh karenanya batal karna hukum.

Manado, 23 Juni 2022

Penulis,

A 10,000 Indonesian Rupiah postage stamp is shown, featuring a portrait of a man and the text '10000', 'METRAT', and 'TEMPER'. A handwritten signature in black ink is written over the stamp. The stamp's serial number '6A545AJXD17204510' is visible at the bottom.

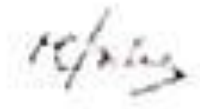
PERSETUJUAN PEMBIMBING

Pembimbing penulisan skripsi atas nama Muh. Ilham Daeng Paliweng NIM : 16.4.2.043, Mahasiswa Program Studi/Jurusan Perbankan Syariah pada fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Manado, setelah dengan seksama meneliti dan mengoreksi skripsi yang bersangkutan dengan judul, “ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN NASABAH DALAM MEMILIH BANK BNI SYARIAH STUDI KASUS BANK BNI SYARIAH TERNATE” memandang bahwa skripsi tersebut telah memenuhi syarat-syarat ilmiah dan dapat disetujui untuk diajukan ke sidang munaqasyah.

Demikian persetujuan ini diberikan untuk diproses lebih lanjut.

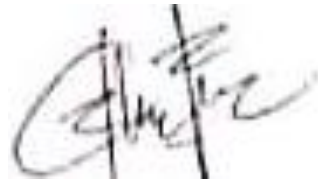
Manado, 23 Juni 2022

Pembimbing I



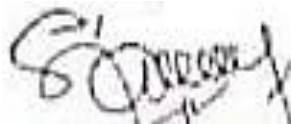
Dr. Hj Nurlaila Harun, M, Si
NIP. 19670041993022001

Pembimbing II



Dr. Anni Mukallamah Nagauleng, M.Pd
NIP. 19841012201012008

Mengetahui Ketua Program Studi



Nur Shadiq Sandimula, S.HI., M.E
NIP. 19920216201811001

PENGESAHAN TIM PENGUJI UJIAN SKRIPSI


Skripsi berjudul “Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Dalam Memilih Bank BNI Syariah Kantor Cabang Ternate” yang disusun oleh Iin Sundari Umasugi, Mahasiswi jurusan perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Manado, telah diuji dalam ujian dan dipertahankan dalam sidang Munaqasyah yang diselenggarakan pada tanggal 06 juli hari rabu tahun 2022, dinyatakan telah dapat diterima sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi, Jurusan Perbankan Syariah, tanpa (dengan beberapa) perbaikan.

Manado, 06 Juli 2022

DEWAN PENGUJI

Ketua	: Dr. Hj. Nurlaila Harun, M.Si.	(<i>Nurlaila Harun</i>)
Sekretaris	: Dr. Andi Mukarramah Nagaüleng, M.Pd	(<i>Andi Mukarramah Nagaüleng</i>)
Munaqisy I	: Sjamsuddin AK. Antuli, S.Ag.,M.A	(<i>Sjamsuddin AK. Antuli</i>)
Munaqisy II	: Nur Shadiq Sandimula, S.HI., M.E	(<i>Nur Shadiq Sandimula</i>)
Pembimbing I	: Dr. Hj. Nurlaila Harun, M.Si.	(<i>Nurlaila Harun</i>)
Pembimbing II	: Dr. Andi Mukarramah Nagauleng, M.Pd	(<i>Andi Mukarramah Nagauleng</i>)

Manado,


Dr. Rosdalina Bukido, M.Hum
NIP: 197611262003121003

KATA PENGANTAR



Assalamuallaikum Wr. Wb.

Puji dan Syukur sedalam-dalamnya atas segala limpahan karunia dan nikmat Allah SWT yang tidak ternilai dan tidak pernah terputus diberikan kepada hamba-Nya. Nikmat dan karunia itu pula yang menjadi kekuatan sehinggalah peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul “**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI NASABAH DALAM MEMILIH BANK SYARIAH.**”

Penulis menyadari bahwa selama proses kuliah sampai dengan penyusunan dan penyelesaian skripsi ini banyak pihak yang telah membantu, baik dalam bentuk waktu, tenaga, perhatian saran atau pendapat, informasi serta dukungan moril maupun materiil. Oleh karena itu dengan kerendahan hati penulis menyampaikan ucapan terimakasih atas bantuan tersebut. Semoga apa yang telah diberikan menjadi suatu yang bermanfaat dan bernilai ibadah di hadapan Allah SWT. Untuk itu tanpa mengurangi rasa hormat pada semuanya izinkan penulis menyampaikan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Delmus Puneri Salim, S. Ag., M.A., M.Res., Ph.D. Rektor Insitut Agama Islam Negeri (IAIN) Manado, Dr. Ahmad Rajafi, M.HI. Wakil Rektor I, Dr. Radlyah Hasan Jan, M.Si. Wakil Rektor II, dan Dr. Musdalifah Dachrud, S.Ag., S.Psi., M.Si. Wakil Rektor III.
2. Dr. Rosdalina Bukido, M.Hum. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Dr. Andi Mukarramah Naggauleng, M.Pd. Wakil Dekan I, Wakil Dekan II, Hi. Ridwan Jamal, M.HI. dan Wakil Dekan III. Dr. Munir Tubagus, S.Kom., M.Cs.
3. Nur Shadiq Sandimula, S.HI., M.E Ketua Program Studi Perbankan Syariah dan Ekonomi Syariah, Muhammad Azhar Muslihin, MM. Sekretaris Prodi Perbankan Syariah.
4. Dr. hj. Nurlaila Harun, M, Si selaku Pembimbing I dan Dr. Aandi Mukarramah Nagauleng, M.Pd, selaku pembimbing II. Penghargaan setinggi-tingginya dan diberikan kepada para pembimbing yang telah sabar dan ikhlas membimbing dan mengarahkan penulis dalam penyusunan hingga penyelesaian skripsi ini.
5. Seluruh dosen dan pegawai pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang telah banyak membantu penulis selama perkuliahan hingga akhir studi.

6. Kedua orang tua tercinta. Ayahanda tercinta Abd Rauf Umasugi dan ibunda Talmi Atmo. Terima kasih atas cinta, kasih doa, dukungan, nasihat dan motivasi selama peneliti menempuh studi.
7. Kepada Kakaku Irawati Umasugi, Ramli Umasugi, Nanang Muhammad Umasugi, yang selalu memberikan motivasi serta dukungan moril dan materil selama menjalankan proses studi. Kepada semua keluarga yang selalu memberikan doa, semangat, dukungan untuk menyelesaikan studi ini.
8. Terima kasih kepada teman-teman, Sarwa, Hubi, Anti, Ina, yang selalu menemani penulis dalam suka dan duka serta memberi semangat kepada penulis, dan juga teman-teman seperjuangan perbankan B Mardan, Rafiq, Umair, Farhan, Aswan, Andri, Egi, Fajrin, Fahri, Dara F, Dara Poli, Gina, Ima. Terima kasih untuk sikap saling memotivasi dan saling mendukung bagi penulis.
9. Semua pihak yang ikut serta dalam membantu proses penyelesaian skripsi ini yang tidak dapat penulis sebut satu persatu.

Terima kasih untuk semuanya, semoga budi baik bapak/ibu/saudara/saudari yang telah membantu penulis dalam penyelesaian skripsi ini akan mendapatkan balasan dari ALLAH SWT. *Amiinn yarobbal alamin.*

Manado, 23 Juni 2022
Penulis



Iin Sundari Umasugi
N I M: 16.4.2.043

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	ii
PERSETUJUAN PEMBIMBING	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR LAMPIRAN	ix
ABSTRAK	x
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Tujuan Penelitian.....	8
C. Manfaat Penelitian.....	8
D. Definisi Operasional	9
E. Penelitian Terdahulu Yang Relevan	9
F. Penelitian Terdahulu Yang Relevan.....	11
BAB II KAJIAN TEORI	18
A. Keputusan Nasabah	18
B. Perbankan Syariah	28
C. Pengertian Bank Negara Indonesia (BNI)	35
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	39
A. Lokasi Dan Waktu Penelitian	39
B. Rancangan Penelitian	39
C. Subjek Dan Objek Penelitian	39
D. Data Penelitian	40
E. Teknik Pengumpulan Data	41
F. Teknik Analisis Data	43
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	45
A. Sejarah Bank BNI Syari'ah	45
B. Sejarah Bank BNI Syariah Kantor Cabang Ternate	47

C. Deskripsi Hasil Penelitian	47
D. Struktur Organisasi Bank BNI Syariah Kantor Cabang Ternate	58
BAB V PENUTUP	65
A. Kesimpulan	65
B. Saran	65
DAFTAR PUSTAKA	66
LAMPIRAN	69
PEDOMAN WAWANCARA	71
DOKUMENTASI	75
BIODATA PENULIS	78

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Surat Izin Penelitian

Lampiran 2 Pedoman Wawancara

Lampiran 3 Surat keterangan Wawancara

Lampiran 4 Dokumentasi Penelitian

ABSTRAK

Nama : In Sundari Umasugi
N I M : 16.4.2.043
Program Studi : Perbankan Syariah
Judul : “Analisis Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Nasabah Dalam Memilih Bank BNI Syariah Kantor Cabang Ternate”

Skripsi ini berjudul “Analisis Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Nasabah Dalam Memilih Bank BNI Syariah Kantor Cabang Ternate” dengan rumusan masalah Bagaimana pengaruh kualitas produk terhadap keputusan nasabah dalam memilih bank BNI Syariah Kantor Cabang Ternate. Tujuan penelitian ini adalah: untuk mengetahui pengaruh pengetahuan konsumen tentang jenis produk perbankan syariah terhadap keputusan menjadi nasabah di bank BNI Syariah Kantor Cabang Ternate. Adapun objek dari penelitian ini adalah Objek dalam penelitian ini di tetapkan untuk pegawai Bank BNI Syariah Kantor Cabang Ternate yang berjumlah 2 orang. Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif. Masalah ini dilihat dengan pendekatan metode kualitatif deskriptif. Adapun Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah observasi, wawancara dan dokumentasi. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: Berdasarkan penelitian dan wawancara terlihat jelas bahwa proses pelayanan Bank BNI Syariah Kantor Cabang Ternate dilaksanakan dengan baik seperti yang dilihat peneliti dilapangan proses pelayanan bank dapat diterima oleh masyarakat.

Kata Kunci: Keputusan Nasabah, Pelayanan Bank BNI Syariah.

ABSTRACT

Name : Iin Sundari Umasugi
SRN : 16.4.2.043
Study Program : Syariah Banking
Title : An Analysis of Factors Influencing Customers in Choosing a BNI Syariah Bank Ternate Branch Office

This study is entitled "Analysis of Factors Influencing Customers in Choosing a BNI Syariah Bank Ternate Branch Office" with the formulation of the problem; How is the influence of product quality on customer decisions in choosing a BNI Syariah Ternate branch office bank? This study aimed to determine the effect of consumer knowledge about the types of Islamic banking products on the decision to become a customer at BNI Syariah Bank Ternate Branch Office. The object of this research is two Bank BNI Syariah Ternate Branch Office employees. The research method used is qualitative with a descriptive approach. The data collection techniques used are observation, interviews, and documentation. The results indicated that the service process of BNI Syariah Bank Ternate Branch Office is carried out well, as seen by the researcher in the field, and the community can accept and appreciate the bank service process.

Keywords: *Customer Decision, BNI Syariah Bank Services.*



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Dunia perbankan syariah saat ini menunjukkan tren kenaikan yang cukup besar, memberikan konsumen alasan yang lebih besar untuk menempatkan kepercayaan mereka pada keamanan aset keuangan mereka. Dimana praktik riba adalah ilegal, aman, dan bersih. Untuk mendapatkan rejeki yang baik, umat Islam harus sebisa mungkin menghindari riba, bertakwa, dan mendekatkan diri kepada Allah SWT.

Secara umum, bank adalah entitas perantara yang mengandalkan keuangan publik dan kepercayaan dari dalam dan luar negeri untuk menjalankan operasi ekonominya. Bank menghadapi berbagai risiko, termasuk risiko kredit, risiko pasar, risiko operasional, dan risiko reputasi, ketika melakukan operasi komersial ini.¹ Namun, bank syariah adalah bank yang menjalankan bisnis sesuai dengan hukum Islam dan menawarkan layanan untuk pembiayaan transportasi komersial sebagai bagian dari operasinya.²

Masih banyak masyarakat yang belum mengenal produk bank syariah, dan kurangnya sosialisasi dari pihak bank syariah itu sendiri, sehingga banyak umat Islam yang tetap memanfaatkan layanan bank tradisional. Terlepas dari kesulitan-kesulitan ini, bank-bank Islam terus meningkat.

Industri perbankan syariah di Indonesia, di sisi lain, memiliki beberapa tantangan. Hal tersebut menjadi salah satu tantangan perbankan syariah karena masyarakat belum mengetahui tentang bank syariah. Selain mengenalkan konsep bank syariah kepada masyarakat, proses sosialisasi juga mengajarkan kepada masyarakat tentang barang dan mekanisme perbankan syariah.

Selain itu, beberapa orang percaya bahwa bank syariah hanyalah bank biasa dengan logo syariah yang diletakkan di atasnya. Secara terpisah, bank syariah menghadapi masalah ini. Sebuah bank syariah sudah terkenal, namun banyak orang

¹ Komite Nasional kebijakan Corporate Governance, *Pedoman Good Corporate Governance Perbankan Indonesia*, 2004.

² Muhammad Syafii Antonio, *Bank Syariah Bagi Bankir Dan Praktisi Keuangan* (Jakarta: Central Bank of Indonesia And Tazkia Institut, 1999).

yang tidak mengetahui produk yang ditawarkannya, sehingga mereka yang tidak mengetahui produk bank syariah tidak mungkin tertarik untuk memanfaatkan layanannya karena mereka yakin infrastruktur pendukungnya masih kurang memadai. Orang yang ingin menabung di bank syariah karena menghindari penggunaan riba akan menemukan bahwa fasilitas yang disediakan oleh bank biasa lebih rendah.

Manfaat lain dari penggunaan bagi hasil adalah bahwa bank syariah dapat menarik nasabah yang ingin menghindari praktik riba yang biasa dilakukan dengan menunjukkan bahwa mereka adalah bank yang tidak melakukan praktik tersebut.

Pertama-tama, kami memiliki Bank Mit Ghamr, yang didirikan oleh Ahmad Najjar di pedesaan Mesir, yang merupakan organisasi kecil tetapi memiliki potensi untuk menjadi pemicu yang signifikan bagi pertumbuhan sistem keuangan dan ekonomi Islam.³ Kemudian, di negara-negara seperti Pakistan, Kuwait, Bahrain, Uni Emirat Arab, Malaysia, dan Iran, bank-bank Islam didirikan. Indonesia dipengaruhi oleh pertumbuhan bank syariah di negara-negara Islam. Pada awal tahun 1980-an, gagasan bank syariah sebagai pilar ekonomi Islam mulai diperdebatkan.⁴

Bank Muamalat, diikuti oleh bank konvensional seperti BNI Syariah, BRI Syariah, dan banyak lagi, secara tradisional disebut sebagai bank syariah pertama, namun tidak lagi demikian.

Namun, hanya sedikit orang yang menyadari bahwa produk bank syariah tidak hanya bagi hasil mereka juga memberikan berbagai keuntungan lainnya. Orang-orang enggan beralih ke bank syariah karena mereka tidak memiliki pengetahuan dasar tentang konsep tersebut. Di bawah bantal atau di celengan, uangnya ada. Jika dibandingkan dengan mereka yang tinggal di Kota, sangat kontras dengan keuntungan menabung di bank. Nasabah akan senang dengan pelayanan bank jika mendapatkan perlakuan yang sopan dari pihak bank.

Setiap bank harus memperhatikan prinsip dalam memberikan pelayanan yang terbaik kepada nasabahnya untuk mempertahankan institusi yang kompetitif. Bank-bank BNI Syariah di Maluku Utara, khususnya Ternate, harus mampu

³ Ahmad El-Najjar, 'Ban Bila Fawaid Ka Istiratijayyah Lil Tanmiyah Al-Itishadiyyah' (Jeddah: King Abdul Aziz University, 1972).

⁴ Syafi'i Antonio, *Bank Syariah Teori Dan Praktek* (Jakarta: Gema Insani, 2001).

mempertahankan atau mengembangkan sekaligus kemampuannya memotivasi, meningkatkan persepsi, memberikan pelajaran yang sangat baik, dan memberikan kepercayaan kepada nasabah untuk memilihnya.

Variabel budaya, sosial, pribadi, dan psikologis semua dapat membantu nasabah membuat pilihan yang lebih baik ketika datang ke perbankan dengan Kantor Cabang Bank BNI Syariah Ternate, terlepas dari apakah mereka bertindak secara mandiri atau sebagai bagian dari kelompok.

Tetap mempertahankan faktor psikologis, faktor psikologis merupakan variabel yang paling dominan dalam mempengaruhi keputusan nasabah dalam memilih bank Syariah, untuk itu pihak perusahaannya hendak lebih menekankan pada variabel faktor psikologis agar tingkat keputusan nasabah dalam memilih Bank BNI Syariah dapat meningkat setiap tahunnya.

Seperti bank konvensional, bank syariah mengumpulkan uang publik dan mendistribusikannya kembali ke masyarakat umum sambil juga menawarkan layanan keuangan lainnya. Ini dikenal sebagai Perbankan Islam atau Perbankan Bebas Bunga secara internasional.⁵ Berdasarkan ajaran Nabi SAW, Al-Quran, dan Hadits, bank syariah adalah organisasi keuangan/perbankan.⁶

Hanya segelintir orang yang tampak memperoleh keuntungan dari bank syariah saat ini, tidak seperti masyarakat yang sebelumnya telah diuntungkan oleh lembaga tradisional di daerah perkotaan dan pedesaan. Pada tahun 2008, muncul tren baru dalam perkembangan bank syariah melalui pembelian dan konversi bank konvensional menjadi bank konvensional. Salah satunya, perkembangan ini mulai terjadi, memberikan ruang yang lebih besar bagi bank syariah dan lembaga keuangan lainnya di Indonesia untuk tumbuh.⁷

Industri perbankan syariah Indonesia, di sisi lain, memiliki beberapa tantangan. Tantangan utama bagi perbankan syariah adalah kurangnya kesadaran masyarakat akan keberadaan lembaga keuangan syariah. Ketika bank syariah disosialisasikan,

⁵ Kasmir, *Manajemen Perbankan*, Edisi Revi (2011: Rajawali prss, 2011).

⁶ Muhammad, *Manajemen Bank Syariah*, Edisi Revi (Yogyakarta: UPPSTIM YKPN, 2011).

⁷ Abdul Ghofur Anshori, *Pembentukan Bank Syariah Melalui Akuisi Dan Konversi (Pendekatan Hukum Positif Dan Hukum Islam* (Yogyakarta: UII Press, 2010).

diperkenalkan kepada masyarakat, beserta mekanisme, produk, dan instrumen keuangannya.⁸

BNI Syariah bertujuan untuk menarik berbagai kalangan. BNI Syariah adalah bank ritel kontemporer terkemuka yang menawarkan layanan keuangan yang dirancang untuk memenuhi permintaan pelanggannya, seperti yang ditunjukkan oleh distribusi luas basis kliennya di seluruh Indonesia. Nasabah dan pemangku kepentingan lainnya mendapat manfaat dari penyempurnaan berkelanjutan BNI Syariah. Selain itu, BNI Syariah senantiasa berpegang teguh pada hukum Syariah Indonesia dan nilai-nilai Syariah. Dengan demikian, BNI Syariah dapat mempertahankan posisinya sebagai bank syariah terkemuka dengan jalur terpendek menuju eksistensi yang lebih bermanfaat bagi nasabah dan karyawannya.

BNI Syariah optimis dengan masa depan perbankan syariah. Dengan tetap fokus pada penyediaan barang dan jasa yang terbaik, BNI Syariah terus berkembang. Pengesahan UU No. 10 Tahun 1998 merupakan titik balik pertumbuhan perbankan syariah pasca reformasi. Dalam undang-undang tersebut, landasan hukum dan jenis-jenis perusahaan yang dapat didirikan dan dikendalikan oleh bank syariah diuraikan dengan sangat rinci. Bank konvensional juga dapat diarahkan untuk membangun cabang syariah atau mungkin sepenuhnya berubah menjadi lembaga keuangan syariah berdasarkan ketentuan peraturan perundang-undangan.

Kerangka umum kebijakan ekonomi di Indonesia telah ditetapkan oleh pembangunan ekonomi Islam. Menurut ekonomi Islam, bank syariah merupakan instrumen penting. Ini adalah organisasi keuangan yang operasi dan produknya didasarkan pada Al-Qur'an dan Hadits Nabi SAW.

Salah satu penyedia layanan industri keuangan, bank, harus memberikan layanan terbaik untuk memenangkan persaingan yang semakin cepat dan semakin kompetitif. Setiap bank harus menelaah prinsip memberikan pelayanan terbaik kepada nasabahnya agar dapat bersaing dengan lembaga lain. Tujuan utamanya adalah untuk membuat klien saat ini dan masa depan senang. Bank perlu menjaga citra publik yang baik untuk menarik dan mempertahankan konsumen. Sebagai cara untuk

⁸ Heri Sudarsono, *Bank Dan Lembaga Keuangan Syariah* (Yogyakarta: Ekonisia, 2003).

mempertahankan reputasi positif, bank dapat meningkatkan jumlah dan kualitas penawaran perbankan mereka. Selain memberikan layanan berkualitas tinggi kepada klien mereka, bank harus memiliki karyawan yang cakap, dapat diandalkan, dapat dipercaya, dan cukup fleksibel untuk memenuhi beragam tuntutan konsumen mereka.

Aset paling berharga sebuah bank adalah hubungan yang dimilikinya dengan para nasabahnya. Bukan nasabah yang mengandalkan bank, melainkan bank yang mengandalkan konsumen itu sendiri. Komunitas akan mendapatkan lebih banyak uang jika bank mampu memenangkan hati dan pikiran kliennya. Dengan adanya peningkatan dana, masyarakat dengan mudah membuat keputusan, hal ini berpengaruh pada faktor-faktor pengambilan keputusan terhadap nasabah itu sendiri.

Konsumen membuat pilihan pembelian selama tahap keputusan pembelian dari proses pembelian. Sikap orang lain dan skenario yang tidak terduga adalah dua aspek paling umum yang berperan ketika seseorang memutuskan untuk memperoleh sesuatu. Karena pertimbangan seperti pendapatan, harga, dan keunggulan produk, konsumen sering kali membuat niat beli sebelum terjadi insiden yang tidak terduga. Akibatnya, keputusan seseorang untuk membeli suatu produk atau jasa tidak selalu membuahkan hasil.

Akibatnya, banyak individu merasa sulit untuk membuat pilihan karena cara-cara di mana perusahaan dapat membuatnya lebih mudah bagi pelanggan untuk dibuat. Dimungkinkan untuk menggabungkan sejumlah opsi menjadi satu.

Membuat pilihan tidak selalu harus dimulai dengan pembeli dalam kasus seperti penyelesaian yang diperpanjang, peran penjual dalam membangun citra perbankan yang kuat dapat membantu menentukan perbedaan antara kedua perusahaan. Bank yang memiliki citra positif di mata masyarakat, khususnya nasabahnya, akan dipandang dapat dipercaya.

Pemasar harus mempertimbangkan dampak keputusan konsumen terhadap strategi mereka karena apa yang dibeli pelanggan, berapa banyak yang dia beli, dari mana dia membelinya, dan kapan dia membeli semuanya dipengaruhi oleh apa yang diketahui pelanggan. Akibatnya, keputusan pembelian akan dipengaruhi oleh pilihan pelanggan.

Item perbankan juga tersedia untuk konsumen di bank syariah. Bank tradisional, di sisi lain, terutama berkaitan dengan harga jual dan beli. Selain barang, layanan yang diberikan kepada konsumen sangat mematuhi prinsip-prinsip Islam. Dengan kata lain, pengaruh faktor produk adalah segala sesuatu yang dapat digunakan oleh konsumen untuk memenuhi suatu kebutuhan atau kebutuhan semaksimal mungkin. Produk mungkin dalam bentuk barang berwujud, layanan, atau bahkan orang, lokasi, atau organisasi. Jika produk yang bagus adalah produk yang diyakini pembeli lebih inventif daripada barang lain di pasar, kemungkinan besar akan menarik klien baru.

Operasi perusahaan tidak hanya mencakup penciptaan barang dan jasa, penentuan harga, dan penjualan aktual barang dan jasa tersebut, tetapi juga serangkaian aktivitas lainnya. Contohnya adalah promosi, yang merupakan salah satu komponen bauran pemasaran perusahaan yang bertujuan untuk memberi tahu masyarakat umum dan pelanggan tentang barang dan jasa yang ditawarkan perusahaan. Selain itu, kegiatan promosi adalah bentuk komunikasi antara bisnis dan klien mereka.

Pemahaman dan pengetahuan masyarakat tentang bank syariah akan berdampak pada persepsi masyarakat terhadap bank syariah. Singkatnya, persepsi publik tentang bank syariah dibentuk oleh apa yang mereka ketahui. Jika Anda tidak tahu apa-apa tentang bank syariah, Anda tidak akan tertarik untuk menggunakannya.

Cara lain untuk melihat ini adalah bahwa ini adalah upaya untuk mempromosikan produk atau layanan dan menarik orang lain untuk membeli, mengkonsumsi, atau menggunakannya. Untuk meningkatkan likuiditas perusahaan, produsen dan distributor mengantisipasi pertumbuhan jumlah penjualan produk atau jasa.

Selain menyediakan berbagai pilihan bagi pelanggan, berbagai macam barang dan jasa lembaga keuangan juga menimbulkan kekhawatiran karena ada begitu banyak pilihan yang tersedia untuk dipilih.

Industri keuangan menyambut kesempatan ini dengan tangan terbuka. Beberapa lembaga telah mulai mendidik karyawan mereka tentang praktik keuangan Islam. Di beberapa bank ini, divisi atau cabang syariah sedang dipertimbangkan.⁹

Bunga dan hubungannya dengan riba hanya dapat dipahami sepenuhnya jika kondisi berikut terpenuhi, yakni:

1. Perintah Allah dan Rasul Allah ditaati di semua bidang, termasuk bidang ekonomi dan keuangan.
2. Menahan diri dari apa yang dikenal sebagai kemalasan ilmiah, yang berpendapat bahwa uang berbunga, seperti yang digunakan oleh lembaga keuangan Yahudi, selaras dengan etos dan semangat Islam. Yang tersisa untuk dilakukan oleh para akademisi adalah memberikan tanda mereka di atasnya.

Ada pendapat bahwa bunga hanya dikategorikan riba, bila sudah berlipat ganda dan memberatkan, sedangkan bila kecil dan wajar-wajar saja dibenarkan.¹⁰ Pendapat ini berasal dari pemahaman yang keliru atas surah Ali Imran Ayat 130:

دَائِبًا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا الرِّبَا أَضْعَافًا مُّضَاعَفَةً وَاتَّقُوا اللَّهَ لَعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ ۝١٣٠

Terjemahnya:

“Hai orang-orang yang beriman, janganlah kalian memakan riba dengan berlipat ganda dan bertakwalah kalian kepada Allah supaya kalian mendapatkan keberuntungan.”

Meski banyak yang berminat menabung di bank syariah, ternyata kebanyakan dari mereka tidak memiliki rekening di Bank Syariah. Salah satu layanan dan produk unggulan yang diberikan oleh bank BNI Syariah Ternate adalah fasilitas yang telah disediakan. Masyarakat enggan membuat rekening di bank BNI Syariah Ternate karena berbagai alasan, salah satunya sulitnya beralih dari bank konvensional yang

⁹ Bank Indonesia, *Petunjuk Pelaksanaan Pembukaan Kantor Bank Syariah* (Jakarta: Bank Indonesia, 1999).

¹⁰ Khahar Masyhur, *Beberapa Pendapat Tentang Riba* (Jakarta: Kalam Mulia, 1999).

kini mereka gunakan untuk operasional transaksi ke bank BNI Syariah dalam berbagai bentuknya.

Masyarakat Ternate memiliki lebih banyak pilihan dalam mengelola uang mereka karena berbagai bank di Kota ini. Baik bank syariah maupun tradisional menyediakan berbagai pilihan layanan pelanggan yang melampaui dan melampaui untuk membuat klien mereka merasa diperhatikan. Masa ekonomi yang menantang ini memaksa setiap bankir untuk mencari cara baru dan lebih baik untuk melayani klien mereka saat ini sambil juga menarik klien baru.

Pertama-tama, minat nasabah pada bank syariah adalah hasil dari populasi Muslim yang besar yang telah membuat perbankan syariah lebih dapat diterima sehingga kebangkitan industri perbankan berbasis ajaran Islam meningkat. Akibatnya, para ilmuwan sangat ingin mempelajari lebih lanjut tentang mengapa pelanggan memilih bank syariah daripada bank konvensional.

Melihat penggunaan Bank BNI Syariah oleh warga Ternate dengan mempertimbangkan kendala-kendala di atas, menarik untuk melihat apa yang mempengaruhi pengambilan keputusan mereka. Berdasarkan latar belakang diatas peneliti meneliti dengan judul “**Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Dalam Memilih Bank BNI Syariah (Studi Kasus BNI Syariah Ternate)**”.

B. Rumusan Masalah

Adapun rumusan masalah dari penelitian ini, yaitu:

1. Bagaimana faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah dalam memilih bank BNI Syariah Kantor Cabang Ternate?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah sehingga tujuan penelitian ini ialah untuk mengetahui pengaruh pengetahuan konsumen tentang jenis produk perbankan syariah terhadap keputusan menjadi nasabah di bank BNI Syariah Kantor Cabang Ternate.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat praktis. Penulis berharap temuan penelitian ini akan membantu membentuk pemahaman konsumen tentang produk perbankan syariah, serta menjadi dasar untuk penelitian lebih lanjut tentang bagaimana pengaruhnya terhadap pilihan untuk membuka rekening bank syariah atau tidak.
2. Manfaat teoritis. Diharapkan temuan ini sebagai titik awal untuk penelitian dan pengembangan lebih lanjut di bidang ekonomi dan bisnis Islam.

E. Definisi Operasional

Untuk mencegah miskonsepsi, definisi frasa atau terminologi tertentu yang digunakan dalam judul skripsi harus diperjelas. Untuk kepentingan pembaca, penulis telah menyertakan deskripsi operasional dari judul penelitian di setiap istilah yang digunakan dalam teks.

1. Pengertian Analisis
Investigasi suatu peristiwa (komposisi, penemuan, dll) untuk menemukan situasi nyata, alasan, masalah, dan sebagainya dan sebagainya.¹¹
2. Pengertian Kualitas Pelayanan
Kualitas layanan ialah tingkat kesempurnaan yang diantisipasi dan kontrol atas tingkat keunggulan untuk memenuhi kebutuhan klien.¹²
3. Pengertian Kepuasan Konsumen
Sejauh mana pelanggan puas dengan barang dan jasa yang dia dapatkan dibandingkan dengan harapannya.¹³
4. Pengertian Promosi
Promosi ialah upaya promosi dilakukan untuk mempromosikan penjualan, penggunaan, atau konsumsi produk dan layanan kepada calon pelanggan.

¹¹ Sri Mulyani, *Metode Analisis Dan Perancangan Sistem* (Bandung: ABDI SISTEMATIKA, 2016).

¹² Etta Mamang Sangadji Dan Sopiah, *Perilaku Konsumen Pendekatan Praktis Disertai Himpunan Jurnal Penelitian* (Yogyakarta: C.V Andi Offset, 2013).

¹³ Agustina Shinta, *Manajemen Pemasaran* (Malang: UB Press, 2011).

5. Pengertian Produk

Produk adalah setiap produk atau layanan yang mungkin tersedia untuk memenuhi permintaan dan persyaratan pelanggan. Selain menjadi produk yang bermanfaat dan bermanfaat, itu juga sesuatu yang dapat dipasok ke pasar untuk menarik pelanggan agar membeli, menggunakan, atau memakannya.

Jika melihatnya secara objektif, klien akan selalu ingin mendapatkan hasil maksimal dari peluang dan keuntungan yang tersedia baginya, mengingat kemampuannya untuk membayar kembali pinjamannya. Ketika pendapatan pelanggan cukup tinggi, keinginan mereka untuk dorongan besar, produk menguntungkan, dan layanan nyaman, mereka lebih mungkin untuk memanfaatkan layanan.

Barang keuangan yang bermanfaat dan menguntungkan serta senang dengan layanan yang diberikan oleh Bank BNI Syariah Kantor Cabang Ternate memiliki dampak yang lebih besar pada pilihan konsumen daripada elemen internal seperti persepsi, sikap, motivasi dan kepribadian.

F. Penelitian Terdahulu Yang Relevan

Tabel. 1

Hasil Penelitian Terdahulu

No	Nama, Judul, Tahun	Pembahasan	Persamaan	Perbedaan
1.	Miftah Farid, 'Analisis tingkat pemahaman nasabah non muslim terhadap kualitas pelayanan pada Bank Syariah Di kota Medan', 2013.	-Tentang Kualitas Pelayanan Kualitas jasa atau kualitas layanan -Tentang Pengertian Pemahaman Nasabah, -Tentang Analisis Tingkat Kepentingan (<i>Importance And Performance Analisis</i>)	-Sama-sama Meneliti Tentang Pemahaman Nasabah, -Dan sama-sama meneliti di Bank Syariah -Sama-sama Menggunakan Metode Kualitatif	-Tahun 2013/2020 -Peneliti Meneliti di Bank Syariah Kota Medan
2.	Wiyanto, 'Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Pemahaman Nasabah Di Bank Syariah Mandiri Cabang Salatiga', 2016.	-Tentang Sejarah Dan Perkembangan Bank Syariah Mandiri Salatiga -Tentang Struktur Organisasi Bank Syariah Mandiri Cabang Salatiga -Tentang Tugas -Tugas Karyawan	-Meneliti Tentang Pengertian Bank, -Meneliti Tentang Pemahaman Nasabah, -Meneliti Di Bank Syariah	-Tahun 2016/2020 -Peneliti Menggunakan Metode Kualitatif

	Cabang’.	Bank Mandiri Syariah -Tentang Deskripsi Data Responden		
3.	Yenni Annor Vivin Budi Wohono, ‘Analisis Perbandingan Kinerja Keuangan Bank Umum Syariah Dengan Bank Umum Konvensional Di Indonesia, 2013’.	-Tentang Bank Konvensional, -Tentang Bank Syariah, -Tentang Rasio Keuangan Car, Npl, Ldr, Bopo, Dan Roa Bank Umum Konvensional di Di Indonesia, -Tentang Hasil Uji t Tidak Berpasangan (Independent Sample t Test)	-Sama-sama Meneliti Tentang Bank Konvensional Dan Bank Syariah	-Tahun 2013/2020 -Peneliti Menggunakan Metode Kuantitatif
4.	Rafidah, ‘Kualitas Pelayanan Islami pada Perbankan Syariah’, 2014.	-Konsep pelayanan Dalam islam -Pelayanan dalam Pandangan islam	-sama-sama Meneliti tentang pelayanan	-Tahun 2014/2020 -Peneliti Menggunakan Metode Kuantitatif
5.	Rumitra Sitinjak, ‘Analisis Pengaruh atribut Produk islam	-Tentang Kualitas Pelayanan, -Tentang loyalitas Nasabah, -Tentang Pengaruh	-Sama-sama Meneliti Tentang Nasabah	-Tahun 2015/2020 -Peneliti Meneliti di PT

	Dan kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan nasabah dan Loyalitas nasabah pada Bank Negara Indonesia Syariah (Bni Syariah) Pekanbaru’	Atribut Produk Islam Dengan Nasabah		Bank Negara Indonesia Syariah (Bni Syariah) -Peneliti Menggunakan Metode Kuantitatif
6.	Sufitrayanta, ‘Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Dalam memilih bank Syariah di Kota banda Aceh’, 2018.	-Tentang Pengaruh yang signifikan Terhadap Keputusan nasabah -Tentang Pengaruh Faktor Budaya, sosial dan Pribadi	-Sama-sama Meneliti Tentang Nasabah	-Tahun 2018/2020 -Peneliti Meneliti di Bank Syariah Banda Aceh -Peneliti Menggunakan Metode Kuantitatif

7.	Reski, Amalia, 'Pengaruh Kepercayaan Dan pengetahuan Terhadap Nasabah Dalam Memilih bank Syariah di Makassar', 2017.	-Tentang pengaruh Positif terhadap Variabel -pengaruh terhadap Kepercayaan dan Pengetahuan Nasabah	-Sama-sama Meneliti Tentang Pengetahuan Nasabah	-Tahun 2017/2020 -Peneliti Meneliti Di bank Syariah Makassar -Peneliti Menggunakan Metode Kuantitatif
8.	Gunawan dan Yulika, 'Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Memilih Menabung Di bank Syariah, di Yogyakarta', 2014.	-Tentang Kualitas Produk Tabungan -Kualitas Berpengaruh Positif dan Tidak Signifikan Terhadap Minat Menabung	-Sama-sama Meneliti Tentang Kualitas Produk	-Tahun 2014/2020 -Peneliti Meneliti di Bank Syariah Yogyakarta -Peneliti Menggunakan Metode Kuantitatif

9.	Erlan Ervandy, 'Pengaruh Promosi Terhadap Minat Nasabah Menabung Di Bank Muamalat Cabang Makassar', 2017.	-Tentang Pengetahuan Konsumen Berpengaruh Terhadap Minat Untuk Menabung Di Bank Muamalat Cabang Makassar -Tentang Promosi Yang Berpengaruh Positif dan Signifikan Terhadap Minat Menabung Pada Bank Muamalat.	-Sama-sama Meneliti Tentang minat Nasabah	-Tahun 2017/2020 -Peneliti Meneliti di Bank muamalat Cabang Makassar -Peneliti Menggunakan Metode Kuantitatif
10.	Gusti Ayu Made Srinadi, desak Putu eka Nilakusumawati, 'Faktor-faktor Penentu Pemahaman Nasabah Terhadap Pelayanan Di bank Syariah Medan', 2008.	-jasa dan pelayanan -mutu pelayanan dan Pelanggan	-sama-sama Meneliti Tentang Pemahaman Nasabah Terhadap Pelayanan	-Tahun 2008/2020 -sama-sama Meneliti Menggunakan Metode Kualitatif

11.	Maladi Noor, 'Pengaruh faktor Eksternal terhadap keputusan nasabah non Muslim Menggunakan jasa pembiayaan Perbankan Syariah, Di kota Pontianak', 2017.	-Tentang pengaruh Positif dan signifikan Bahwa variabel Tepat memiliki Pengaruh dominan -keputusan nasabah Non muslim dalam Menggunakan jasa Pembiayaan Bank Syariah	-Sama-sama meneliti Tentang keputusan Nasabah	-Tahun 2017/2020 -Peneliti Meneliti Di bank Syariah Pontianak -peneliti Menggunakan Metode Kuantitatif
12.	Neneng Nelvi, 'Faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah dalam memilih bank Bank BNI Syariah, Yogyakarta', 2015.	-Tentang pengaruh Keputusan nasabah Dalam memilih bank Syariah -pengaruh produk, Promosi, lokasi	-Sama-sama Meneliti Tentang Pengaruh Keputusan nasabah	-Tahun 2015/2020 -peneliti Meneliti Dibank BNI Syariah Yogyakarta -peneliti Menggunakan Metode kuantitatif

13.	Ridwan Arif Setiawan, Sahlan Hasbi, 'Faktor-faktor yang mempengaruhi Nasabah dalam Menggunakan Produk jasa Perbankan Syariah Di BNI Syariah Cabang Sukabumi, 2016.	-Tentang pengaruh Produk jasa Perbankan Syariah -Tentang fasilitas Pelayanan, faktor Agama, terhadap Nasabah	-Sama-sama Meneliti Tentang Faktor-faktor Yang mempengaruhi Nasabah Menggunakan Produk Perbankan Syariah	-Tahun 2016/2020 -peneliti meneliti Dibank BNI Syariah Cabang Sukabumi -peneliti Menggunakan Metode Kuantitatif
-----	--	--	--	--

Dari hasil penelitian yang berkaitan di atas ada persamaan dan perbedaan dengan judul yang diangkat hampir sama mengenai analisis faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah untuk memilih Bank BNI Syariah, sehingga nasabah dengan mudah mengambil keputusan untuk memilih Bank BNI Syariah. Persamaan dan perbedaannya adalah waktu dan tempat penelitian yang berbeda. Kedua hasil penelitian dan pembahasan yang pasti berbeda.

BAB II

KAJIAN TEORI

A. Keputusan Nasabah

1. Pengertian Keputusan

Determinasi (keputusan) adalah tindakan membuat pilihan di antara dua atau lebih pilihan. Pilihannya bukan antara benar dan salah, melainkan antara "humor nyata" dan "mungkin salah", yang biasanya terjadi.¹⁴ Ketika datang untuk membuat pilihan, ini semua tentang memilih jalan terbaik dari berbagai pilihan untuk mencapai hasil yang diinginkan.¹⁵

Pengambilan keputusan, menurut George R. Terry, adalah proses memutuskan antara dua atau lebih pilihan, yang masing-masing dapat mewakili keadaan tubuh, usaha kreatif, atau lokasi untuk mengumpulkan ide, emosi, dan informasi, untuk membawa keluar suatu tindakan.¹⁶

Pengambilan keputusan adalah pilihan antara dua atau lebih alternatif, menurut sudut pandang ini. Seseorang harus melalui proses sebelum membuat pilihan; dalam hal produk atau mereka, mereka mungkin melakukannya sebelum membuat keputusan karena mereka tidak ingin mengambil risiko yang signifikan saat melakukan pembelian. Pengambilan keputusan hanya didasarkan pada keinginan konsumen yang terbentuk ketika mereka secara sukarela memilih salah satu dari sejumlah opsi yang dapat diakses, sesuai dengan uraian di atas. Konsumen dapat memilih berbagai produk perbankan syariah, seperti BNI Syariah Ternate.

Proses Pengambilan Keputusan Menjadi Nasabah. Konsumen cenderung mengikuti pola dasar ketika membuat keputusan pembelian, yakni:

¹⁴ J. Salusu, *Pengambilan Keputusan Strategik* (Jakarta: Pt Grasindo, 1996).

¹⁵ Febrina Sari, *Metode Dalam Pengambilan Keputusan* (Yogyakarta: cv budi utama, 2015).

¹⁶ Terry George R, *Prinsip-Prinsip Manajemen* (Jakarta: Bumi Aksara, 2003).

1) Pengenalan Masalah (*Problem Recognition*)

Ada perbedaan antara apa yang diminta pelanggan dan apa yang sebenarnya mereka dapatkan. Hal ini menyebabkan pengenalan masalah. Mengidentifikasi masalah dan termotivasi untuk memperbaiki atau memenuhi kebutuhan itu adalah contoh pengenalan masalah di benak pelanggan.¹⁷

2) Pencarian Informasi (*Information Search*)

Pelanggan mencari informasi untuk membantu mereka memutuskan apakah akan membeli produk atau tidak ketika ada masalah atau kebutuhan yang hanya dapat dipenuhi dengan melakukannya.

3) Mengevaluasi Alternatif (*Evaluation of Alternatif*)

Konsumen menggunakan tahap ini untuk menimbang pro dan kontra dari beberapa produk sebelum membuat keputusan akhir.

4) Pengambilan Keputusan

Konsumen akan menentukan pilihan setelah menimbang berbagai pilihan strategis yang berbeda.¹⁸

5) Perilaku Setelah Pembelian (*Post Purchase Behavior*)

Setelah membeli produk, pelanggan akan menentukan apakah mereka puas atau tidak puas dengan pembelian mereka.¹⁹

2. Tipe-tipe Perilaku Pengambilan Keputusan

Individu di pasar konsumen membuat pilihan pembelian mereka tergantung pada tingkat partisipasi dan perbedaan dalam loyalitas merek. Saat melakukan pembelian, jumlah waktu dan upaya yang dimasukkan ke dalam proses ini dikenal sebagai keterlibatan. Keputusan dapat dibagi menjadi empat kategori besar sebagai akibat dari dua pertimbangan ini, yakni:

¹⁷ Marissa, *Periklanan: Komunikasi Pemasaran Terpadu* (Jakarta: kencana, 2015).

¹⁸ Ghazali Maski, *Analisis Keputusan Nasabah* (Malang: Gramedia, 2010).

¹⁹ Kiki, *Perilaku Pembelian* (bogor: Gramedia, 2010).

1) Perilaku Kompleks

Ketika kita memiliki tingkat partisipasi yang tinggi, kita melihat perilaku yang lebih kompleks. Untuk mencapai tingkat komitmen pembelian yang tinggi, kita harus membuat pengorbanan pribadi yang signifikan baik dari segi waktu maupun tenaga. Ada bahaya yang lebih tinggi ketika melakukan pembelian jika harganya tinggi. Karena harganya yang mahal, tidak sering membelinya.

2) Mengurangi Ketidakcocokan

Mari kita bayangkan kita berada di pasar untuk sesuatu yang membutuhkan banyak waktu dan usaha untuk membelinya. Meskipun perbedaan antara satu merek dan merek lain mungkin kecil, kami sering menyimpulkan bahwa pembelian baru kami memiliki sejumlah kekurangan dibandingkan dengan merek lain setelah kami melakukan pembelian. Pada titik inilah kecenderungan untuk mengurangi disparitas mulai muncul.

3) Mencari Variasi

Kecenderungan untuk menyukai beberapa merek daripada merek lain, seperti preferensi untuk merek B di masa lalu. Karena ada perbedaan besar antara berbagai merek.

4) Membeli Berdasarkan Kebiasaan

Konsumen membeli produk berdasarkan kebiasaan daripada loyalitas produk dalam situasi ini. Orang membeli barang yang sama berulang kali, bukan karena nama mereknya, tetapi karena mereka sudah mengenalnya.

3. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah

Ada banyak elemen eksternal dan internal yang mempengaruhi pilihan konsumen pada tingkat yang paling dasar.²⁰ Keputusan pembelian pelanggan dipengaruhi oleh sejumlah faktor:

²⁰ Lutfi Efendi, 'Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pengambilan Keputusan Nasabah Pada Bank Syariah', (Universitas Islam Negeri Malang, 2009).

a. Faktor Eksternal

Pengaruh eksternal adalah pengaruh yang datang dari luar individu. Berbagai elemen terlibat dalam menentukan dampak sosial, ekonomi, lingkungan, dan pemasaran suatu produk.²¹

b. Faktor Internal

Komponen psikologis yang unik untuk setiap pikiran pelanggan disebut sebagai variabel internal. Motivasi, sikap, dan keyakinan adalah beberapa contoh dari elemen-elemen ini.

4. Jenis-jenis Pembiayaan

Berdasarkan sifat penggunaannya, jenis-jenis pembiayaan terbagi dalam 2 macam, yakni:

a. Pembiayaan Produktif

Pembiayaan terkait produksi dapat dipecah menjadi dua kategori berdasarkan kebutuhan perusahaan, yaitu pembiayaan modal kerja dan pembiayaan investasi, dan bertujuan untuk meningkatkan aktivitas bisnis secara keseluruhan, termasuk produksi, perdagangan, dan investasi.

b. Pembiayaan Konsumtif

Pembiayaan konsumsi yang akan digunakan untuk memenuhi kebutuhan pembiayaan murabahah konsumsi dapat digunakan baik untuk pembiayaan produktif maupun konsumtif karena sifatnya. Pembiayaan modal kerja dan investasi adalah dua jenis pembiayaan produktif yang dapat digunakan untuk memenuhi kebutuhan spesifik perusahaan. Pembiayaan konsumtif, di sisi lain, digunakan untuk mendanai konsumsi pribadi. Karena preferensi konsumen.

²¹ Yayan Fauzi, 'Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Nasabah Menabung Di Perbankan Syariah', (Universitas Negeri Sunan Kalijaga, 2010).

5. Pengetahuan Produk

Pengetahuan produk ialah informasi yang dikumpulkan oleh nasabah terkait dengan sebuah produk. Pengetahuan konsumen tentang produk meliputi:

a. Kategori Produk

Kategori produk dibuat dengan dibuat dengan jelas agar bisa menunjukkan kepada calon konsumen terkait produk yang akan dibeli termasuk pada kategori apa. Pencantuman kategori tersebut memudahkan calon konsumen mengenali apakah produk tersebut sesuai dengan kebutuhannya.²²

b. Merek Produk

Merek ialah pengenal produk atau simbol yang mengidentifikasi satu produk dari yang lain.

c. Karakteristik Dan Penjelasan Kegunaan produk

Kegunaan produk sangat perlu dicantumkan pada produk-produk yang belum populer atau produk hasil diverifikasi yang bertujuan agar calon konsumen memahami fungsi dan kegunaan produk yang akan dibeli.

d. Ciri Atau Atribut Produk

Persepsi konsumen terhadap suatu produk dipengaruhi oleh kualitas atau atribut produk tersebut. Konsumen yang lebih mengenal fitur suatu produk akan lebih mudah melakukan pembelian.

e. Harga Produk

Mengelola harga suatu produk adalah bagian penting dari bauran pemasaran dalam hal penetapan harga. Dalam pasar yang kompetitif, pilihan harga didorong oleh kebutuhan untuk tetap bertahan.

²² Institut Bankir Indonesia, *Konsep Produk Dan Implementasi Operasional Bank Syariah* (Jakarta: Djambata, 2011).

6. Kepercayaan Tentang Produk

Konsumen, secara teori, percaya bahwa suatu produk memiliki berbagai arti dan tingkat signifikansi. Pelanggan dengan rantai akhir pengetahuan produk yang komprehensif mungkin mengaktifkan ide-ide tentang karakteristik produk, implikasi fungsional atau nilai yang diperoleh dengan memanfaatkan produk.

Produk ialah segala sesuatu yang tersedia di pasar untuk dibeli, digunakan, atau dikonsumsi untuk memenuhi permintaan atau persyaratan pasar itu.

- a. Manfaat inti yakni keunggulan fundamental suatu produk.
- b. Produk dasar yakni versi paling sederhana dari suatu produk yang dapat diindera oleh panca indera.
- c. Produk potensial yakni argumen dan modifikasi bentuk produk di masa depan.
- d. Produk yang diharapkan yakni fitur produk dan keadaan yang diantisipasi dan disepakati oleh pembeli saat membeli produk.
- e. Produk yang ditingkatkan yakni Menambahkan produk yang disempurnakan adalah cara bagi perusahaan untuk membedakan dirinya dari pesaingnya.

7. Pengetahuan Pembelian

Pengetahuan pembelian merupakan informasi yang dimiliki agar dapat mendapatkan sebuah produk yang dimiliki. Hal yang paling mendasar ketika konsumen menginginkan suatu produk adalah dimana mereka harus membeli dan kapan akan membeli produk tersebut.²³ Banyak produk yang ingin dimiliki oleh para konsumen tersedia di beberapa tempat, karenanya sebelum mengambil keputusan untuk membeli produk yang diinginkan konsumen harus mengetahui terlebih dahulu lokasi atau tempat dimana produk itu tersedia. Bila konsumen tidak memiliki informasi tentang dimana produk yang diinginkan bisa

²³ Ascarya, *Akad Dan Produk Syariah* (Jakarta: PT. Raja Garfindo Persada, 2006).

diperoleh maka akan semakin sulit bagi konsumen untuk mendapatkan produk tersebut.

Selain tempat yang menjadi hal yang mendasar dalam penentuan konsumen untuk mengambil keputusan pembelian, waktu pembelian juga menjadi hal terpenting bagi konsumen. Biasanya konsumen tidak langsung membeli ketika telah menemukan tempat yang menyediakan produk yang diinginkan karena mereka percaya dengan berlalunya waktu harga produk yang diinginkan turun dibandingkan dengan harga yang semula.

8. Pengetahuan Pemakaian

Konsumen akan mendapatkan keuntungan dari suatu produk yang telah digunakan atau dikondisikan. Pelanggan harus dapat menggunakan atau mengkonsumsi barang tersebut dengan tepat agar produk tersebut dapat memberikan manfaat yang optimal dan tingkat kesenangan yang tinggi bagi konsumen. Pengetahuan pemakaian (*Usage Knowledge*) berkenaan dengan informasi tentang penggunaan produk yang diinginkan oleh konsumen.²⁴

Ada beberapa alasan mengapa pengetahuan pemakaian suatu produk harus diketahui oleh konsumen. Kemungkinan kecil konsumen akan membeli produk jika informasi tentang bagaimana menggunakan produk tersebut tidak dimiliki. Walaupun pada hakikatnya pengetahuan pemakaian suatu produk tidak berdampak pada pembeli produk, tetapi hal tersebut berakibat bagi kepuasan konsumen yang menyebabkan munculnya asumsi negatif terhadap produk tersebut.

9. Manfaat Pengetahuan Konsumen

Setiap pembeli harus mengetahui manfaat produk sebelum melakukan pembelian. Konsumen lebih mungkin untuk memperoleh

²⁴ Leslie Lazar Schiffman, Leon dan Kanuk, *Perilaku Konsumen* (Jakarta: indeks, 2008).

suatu produk jika mereka menyadari dan memahami keunggulan yang melekat pada produk tersebut.²⁵

a. Manfaat Fungsional (*Functional consequences*)

Manfaat fungsional berkenaan dengan manfaat ini dan manfaat dasar kepada konsumen atas suatu produk yang dimiliki. Seseorang yang sering mengonsumsi buah-buahan akan melihat lebih sehat secara jasmani. Dalam situasi ini, akan sangat bermanfaat bagi konsumen jika produsen atau pelaku usaha memberikan infrastruktur kepada masyarakat umum dan konsumen untuk mempelajari semua barang yang dipromosikan.

b. Manfaat Psikologis (*Psychological consequences*)

Manfaat fungsional berkenaan dengan jiwa konsumen atau rasa percaya diri seseorang ketika menggunakan suatu produk tertentu. Konsumen yang menggunakan *Handphone* (Telepon Genggam) dengan model, sistem bahkan *brand* (Merek) ternama akan memiliki kepercayaan diri dan meraskan kebanggaan tersendiri dibandingkan dengan konsumen yang menggunakan telepon genggam standar.

c. Manfaat Teknis

Meski sudah berusia lebih dari 20 tahun, beberapa hal tetap terlihat baik-baik saja. Melihat lebih dekat mengungkapkan bahwa perangkat tidak hanya memiliki bentuk yang kokoh tetapi juga memberikan kinerja yang baik, membuat pengguna merasa aman saat menggunakannya.

d. Manfaat Ekonomis

Nilai sesuatu yang diperoleh pada saat ini untuk penggunaan di masa depan umumnya terkait dengan imbalan ekonomi. Beberapa konsumen setiap melakukan pembelian terhadap suatu produk mempertimbangkan apakah nilai barang yang saat ini masih

²⁵ Fandy Tjiptono, *Pemasaran Strategi* (Yogyakarta: CV Andi, 2012).

memiliki nilai dimasa yang akan datang seiring berjalannya waktu apabila harga yang saat ini dibeli mampu bertahan dalam beberapa waktu kedepan yang masih terjaga nilainya, maka konsumen mengambil keputusan untuk membelinya. Sebaliknya, bila produk yang dibeli saat ini menurut informasi akan mengalami penurunan nilai dimasa mendatang, maka konsumen memutuskan untuk tidak membeli produk tersebut, hal ini kemudian yang disebut manfaat ekonomi yang harus diketahui oleh konsumen.

10. Model Dan Perilaku Konsumen

Barang atau jasa dibutuhkan dan diinginkan, konsumen memiliki perilaku pembelian yang berbeda dan proses yang sangat rumit dan beragam dalam hal melakukan pembelian. Pilihan pembelian dibuat berdasarkan kepribadian pembeli dan rangsangan pemasaran dan lingkungan yang mereka hadapi.

11. Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen

Norma, adat istiadat, dan ciri-ciri kelompok semuanya dapat diturunkan dari budaya yang kompleks. Faktor yang berkaitan dengan kelas, budaya, dan subkultur memiliki peran penting dalam pilihan konsumen.

1. Faktor Budaya

a. Budaya

Untuk memahami budaya, seseorang harus terlebih dahulu memahami apa artinya menjadi anggota masyarakat tertentu dan apa artinya menjadi individu.

b. Sub budaya

Semua budaya memiliki sub-komunitasnya sendiri, yaitu pengelompokan individu yang memiliki nilai yang sama karena pengalaman hidup yang sama. Ada sub-budaya berdasarkan agama, negara, kelompok ras, dan lokasi. Istilah

‘sub-budaya’ mengacu pada sekelompok individu yang berbagi seperangkat nilai sebagai hasil dari pengalaman hidup bersama.

c. Kelas sosial

Anggota kelas sosial masyarakat cenderung memiliki seperangkat nilai, minat, dan perilaku yang berbeda satu sama lain.

2. Faktor Sosial

Perilaku seorang konsumen juga dipengaruhi oleh beberapa faktor sosial, yakni:

a. Kelompok Acuan

Secara umum, perilaku konsumen dipengaruhi oleh orang lain, dan kelompok terdekat dari individu-individu ini dapat dianggap sebagai kelompok utama. Untuk memberikan satu contoh, kelompok utama mencakup anggota seperti anggota keluarga dekat dan teman dekat, sedangkan kelompok sekunder mencakup orang-orang yang memiliki kontak informal dengan Anda. Organisasi keagamaan, serikat pekerja, dan organisasi profesi khusus lainnya termasuk dalam kategori sekunder.

b. Keluarga

Keluarga adalah sekelompok individu yang dihubungkan oleh darah, pernikahan, atau adopsi yang hidup bersama. Pilihan pembelian individu sangat dipengaruhi oleh keluarga mereka, dan setiap anggota keluarga memiliki pengaruh terhadap yang lain.

c. Peran dan Status

Peran dan status tak terhindarkan menemani jalan seseorang sepanjang hidup. Banyak faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian individu, seperti posisi sosial mereka dan peran yang mereka mainkan dalam kelompok.

3. Faktor Pemasaran

a. Produk

Pada dasarnya, produk ialah setiap barang yang dapat dijual untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen.

b. Pemasaran

Kepuasan pelanggan adalah tujuan pemasaran, yang merupakan dorongan manusia untuk menyatukan orang-orang dengan kepentingan dalam bisnis untuk memfasilitasi pertukaran barang dan jasa.

c. Promosi

Keinginan konsumen untuk sesuatu yang diproduksi atau dijual oleh produsen atau penjual dapat dirangsang melalui berbagai tindakan pemasaran yang dikenal bersama sebagai pemasaran promosi.

B. Perbankan Syariah

a. Pengertian Bank Syariah

Secara umum, bank syariah (Bank Islam) adalah bank yang beroperasi sesuai dengan syariah Islam. Bank bebas bunga, misalnya, adalah istilah alternatif yang digunakan untuk menggambarkan perusahaan bank syariah di luar bank syariah itu sendiri (Bank Bebas Bunga). Bank Syariah Islam (Bank Lariba) yang tidak memungut bunga (Bank Syariah). Bank syariah di Indonesia disebut sebagai "Bank Syariah" atau "Bank Berdasarkan Prinsip Syariah" dalam istilah hukum.²⁶

Dasar hukum tentang perbankan telah dituangkan dalam Undang-Undang Nomor 10 Tahun 1998 yang merupakan penyempurnaan dari Undang-Undang Nomor 7 Tahun 1992 tentang perbankan. Pengertian perbankan adalah segala sesuatu yang

²⁶ Bank Indonesia, *Undang-Undang Republik Indonesia No. 7 Tahun 1992 Tentang Perbankan Syariah*, 2008. Hal 32.

menyangkut tantangan bank, mencakup kelembagaan, kegiatan usaha serta cara dan proses dalam melaksanakan kegiatan usahanya.

Ada banyak jenis bank yang berbeda, tetapi yang paling umum adalah lembaga keuangan, yang bertindak sebagai saluran uang publik, seperti tabungan, dan kemudian mendistribusikannya kepada pelanggan melalui kredit atau cara lain.

Bank syariah ialah bank yang beroperasi sesuai dengan aturan Syariah Islam. Bank syariah, yang sering dikenal dengan bank syariah, adalah bank yang tidak bergantung pada bunga untuk berfungsi. Lembaga keuangan/perbankan dengan operasi dan produk yang dirancang sesuai dengan Al-Qur'an dan hadits dapat disebut sebagai bank syariah.²⁷ Allah berfirman dalam Q.S Al-baqarah/2: 278-280:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَذَرُوا مَا بَقِيَ مِنَ الرِّبَا إِن كُنتُمْ مُؤْمِنِينَ ۚ فَإِن لَّمْ تَفْعَلُوا فَأْذَنُوا بِحَرْبٍ مِّنَ اللَّهِ وَرَسُولِهِ ۗ وَإِن تُبْتِغُوا فَالْكُمُ رُءُوسُ أَمْوَالِكُمْ لَا تَظْلِمُونَ وَلَا تُظْلَمُونَ ۚ وَإِن كَانَ ذُو عُسْرَةٍ فَنَظِرَةٌ إِلَىٰ مَيْسَرَةٍ ۚ وَأَن تَصَدَّقُوا خَيْرٌ لَّكُمْ إِن كُنتُمْ تَعْلَمُونَ ۝

Terjemahan:

“Wahai orang-orang yang beriman, tinggalkanlah apa yang tersisa dari riba, jika kalian adalah orang-orang yang beriman. Maka jika kalian tidak meninggalkan, maka umumkanlah perang kepada Allah dan Rasul-nya. Maka jika kalian bertaubat, maka bagi kalian adalah pokok harta kalian. Tidak bertaubat zholim lagi terzholimi. Dan jika terdapat orang yang kesulitan, maka tundalah sampaidatang kemudahan. Dan bila kalian bersedekah, maka itu baik bagi kalian, bila kalian mengetahui”.²⁸

²⁷ Ismail, *Perbankan Syariah* (Jakarta: Kencana Permada Media Group, 2011). Hal 40.

²⁸ M. Syafi’I Antonio, *Bank Syariah Dari Teori Ke Praktik* (Jakarta: Gema Insani, 2001). Hal

Rasulullah saw bersabda:

Artinya:

“Nabi bersabda, ada tiga hal yang mengandung berkah: jual beli tidak secara tunai, *muqaradhadh* (*mudharabah*), dan mencampur gandum dengan jewawut untuk keperluan rumah tangga, bukan untuk dijual (HR. Ibnu Majah dari shuhaib)”.

Bank syariah adalah entitas keuangan yang berfungsi sebagai perantara keuangan antara dua pihak, terutama mereka yang memiliki kelebihan kas dan mereka yang tidak. Berdasarkan apa yang dilakukan pihak lain untuk menyimpan uang tunai atau membiayai kegiatan lain sesuai dengan hukum Islam, bank syariah Indonesia menggunakan syariah sebagai norma perjanjian. Sebagai lembaga keuangan, bank syariah menggunakan metode fundamental. Penerima uang tunai dari deposan dan berkewajiban untuk memberikan pembiayaan kepada investor di sisi aset sesuai dengan dana atau skema pembiayaan Syariah Islam.²⁹

Undang-undang perbankan syariah Nomor 21 Tahun 2008 menyatakan bahwasanya perbankan Syariah adalah segala sesuatu yang menyangkut tentang Bank Syariah dan Unit Syariah, mencakup kelembagaan, kegiatan usaha, serta cara dan proses dalam melaksanakan kegiatan usahanya. Bank Syariah adalah bank yang menjalankan kegiatan usahanya berdasarkan prinsip syariah dan menurut jenisnya terdiri atas Bank Umum Syariah (BUS), Unit Usaha Syariah (UUS) dan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS).³⁰

Riba dilarang dalam semua bentuk transaksi ekonomi, dan bank syariah diwajibkan untuk beroperasi berdasarkan prinsip-prinsip ini, serta membangun kemitraan berdasarkan saling menguntungkan dan transparansi, serta memastikan bahwa keuntungan diperoleh dengan

²⁹ Agustianto, ‘Deposito Syariah, Karakteristik Dan Daya Tariknya’, 2011
<<http://shariaeconomics.wordpress.com/tag/perbankan>>.

³⁰ Muhammad, *Manajemen Bank Syariah* (Yogyakarta: UPP AMP YKPN, 2005). Hal 30.

cara yang sesuai dengan hukum Islam. Untuk meningkatkan masyarakat lokal mereka, bank syariah juga harus mengeluarkan dan mengelola zakat.³¹

Bank syariah memiliki tiga tugas utama, yaitu menghimpun uang dari nasabahnya, menyalurkan dananya kepada pihak yang membutuhkan uang dari bank, dan memberikan pelayanan berupa jasa perbankan syariah.³²

b. Prinsip Bank Syariah

Prinsip yang dijalankan untuk melakukan operasional bank syariah ialah:

- a) Prinsip keadilan tercermin dari penerapan imbalan atas dasar bagi hasil dan pengambilan margin keuntungan yang telah disepakati oleh bank dan nasabah.
- b) Prinsip kesederajatan, Bank Syariah menempatkan nasabah penyimpan dana, nasabah pengguna dana, maupun bank pada kedudukan yang sama dan sederajat. Hal ini tercermin dalam hak, kewajiban, resiko, dan keuntungan yang berimbang diantara nasabah penyimpan dana, nasabah pengguna dana, maupun pihak bank.
- c) Prinsip ketentraman, produk-produk bank syariah telah sesuai dengan prinsip dan kaidah muamalah islam, antara lain: tidak ada unsur riba dan menerapkan zakat harta. Dengan demikian nasabah merasakan ketentraman lahir dan batin.

c. Produk-Produk Bank Syariah

Segala sesuatu yang dapat ditawarkan kepada konsumen untuk dilihat, dibeli, dan disimpan dalam produk, seperti objek (fisik, konseptual, dan sebagainya), layanan (kreatif dan teknis), dan struktur

³¹ Muhammad Syafii Antonio, *Bank Syariah , Wacana Ulama Dan Cendekiawan* (Jakarta: Bank Indonesia dan Tazkia Institut, 1999). Hal 18.

³² Heri Sudarsono, *Bank Dan Lembaga Keuangan Syariah* (Yogyakarta: EKONESIA, 2008). Hal 49.

organisasi (seperti rencana bisnis dan penglihatan). Definisi basu swasta William J. Stanton tentang suatu produk adalah sebagai berikut:³³ Produk adalah segala sesuatu yang dapat dipecah menjadi bagian-bagian komponennya, apakah Anda ingin menjualnya atau tidak. Syarat dan ketentuan berikut disediakan oleh penjual untuk memenuhi kebutuhan spesifik pembeli: bungkus, warna, harga, reputasi perusahaan, dan dukungan vendor. Produk ini dapat dibuat menjadi dua jenis golongan yang berbeda berdasarkan spesifikasi dan pengalaman pelanggannya, yakni:

a. Barang yang bermanfaat

Produk yang berguna tetapi tidak terlalu menarik adalah produk yang berpotensi memberikan nilai jangka panjang yang substansial kepada orang yang menggunakannya.

b. Barang yang kurang sempurna

Istilah "barang kurang sempurna" mengacu pada produk yang tidak memiliki daya tarik estetika dan penggunaan praktis.

c. Barang yang menyenangkan

Produk yang menyenangkan adalah produk yang memberikan kepuasan instan, tetapi juga memiliki konsekuensi jangka panjang bagi pembeli.

d. Barang yang sangat diperlukan

Kepuasan langsung dan utilitas jangka panjang dapat dicapai dengan membeli barang-barang penting.

Bank syariah, seperti bank-bank konvensional lainnya, menyediakan berbagai macam barang perbankan kepada konsumen mereka. Hanya dalam hal harga ada perbedaan antara lembaga-lembaga ini dan bank-bank tradisional. harga penjualan produk serta harga pembeliannya Prinsip-prinsip Islam meresapi setiap aspek bisnis, mulai dari barang yang dijual hingga layanan yang diberikan

³³ Muhammad, *Manajemen Bank Syariah*, (Yogyakarta: UPP AMP YKPN, 2005), Hal 88.

kepada klien. Adapun beberapa jenis produk dari bank syariah, yakni:³⁴

1) *Al-Wadiah* (simpanan)

Simpanan di bank syariah dikenal sebagai al-wadiah. Al-wadiah didasarkan pada gagasan bahwa titipan yang dilakukan oleh satu pihak kepada pihak lain, baik berupa orang atau badan hukum, harus dijaga keamanannya dan dapat dilunasi atas kebijaksanaan kustodian.

2) Pembiayaan bagi hasil

a) *Al-Musyarakah*

Ketika dua orang atau lebih setuju untuk bekerja sama untuk menyelesaikan tugas tertentu, ini dikenal sebagai perjanjian al-Musyarakah. Artinya masing-masing pasangan memberikan kontribusi keuangan atau sumbangan amal, dengan pengertian bahwa mereka akan dibagi sesuai dengan kesepakatan.

b) *Al-Mudharabah*

Pengaturan antara dua pihak di mana pihak pertama memasok semua uang dan pihak kedua bertindak sebagai pengelola dikenal sebagai Al-Mudharabah. Menurut kontrak, keuntungan didistribusikan sesuai dengan formula yang disepakati. Terserah pemilik modal untuk menanggung kerugian jika mereka disebabkan oleh kelalaian orang yang bertanggung jawab, tetapi jika kerugian itu disebabkan oleh kecerobohan mereka sendiri, mereka bertanggung jawab.

³⁴ Wiroso, *Produk Perbankan Syariah* (Jakarta: LPFE Usakti, 2009). Hal 27.

c) *Al-Muza'arah*

Al-muza'arah ialah salah satu bentuk koperasi pengelolaan pertanian dimana pemilik lahan dan penggarap bekerja sama untuk mengelola lahan. Sebagai imbalan atas sebagian dari hasil, pemilik tanah mengizinkan petani untuk mengolah properti mereka.

d) *Al-Musaqah*

Irigasi dan pemeliharaan harus dilakukan dengan sumber daya sendiri, al-musaqah berada di bawah al-muza'arah. Persentase hasil pertanian digunakan untuk memperoleh manfaat tetap.

e) *Bai'al-Murabahah*

Jual beli dengan harga dasar dengan keuntungan yang disepakati disebut Bai' al-Murabahah. Ini berarti penjual harus terlebih dahulu mengungkapkan harga barang yang dibelinya dan keuntungan yang diinginkannya.

f) *Bai' As-Salam*

Disebut Bai 'As-Salam ketika Anda membeli sesuatu yang akan dikirimkan di kemudian hari, tetapi Anda membayar di muka. Aturan yang harus dipatuhi adalah jenis, kualitas, dan jumlah produk harus diketahui terlebih dahulu, dan undang-undang mengharuskan pembayaran pertama dilakukan dengan uang.

g) *Bai' Al-Istihna*

Kesepakatan antara pembeli dan penjual adalah Bai' Al-Istihna (produsen). Kedua belah pihak harus menyepakati harga dan metode pembayaran terlebih dahulu.

h) *Al-Ijarah*

Alih-alih mentransfer kepemilikan barang itu sendiri, al-Ijarah adalah kontrak untuk transfer hak pakai hasil atas produk atau layanan tersebut dengan imbalan pembayaran upah sewa.

i) *Al-Wakalah*

Wakalah ataupun perwakilan, mengacu pada pengalihan wewenang dari satu pihak ke pihak lain, seperti dalam kasus pendelegasian ataupun pendelegasian kekuasaan. Ketika suatu amanat diberikan, maka harus dilaksanakan berdasarkan apa yang telah disepakati oleh orang yang memberikannya.

j) *Al-Kafalah*

Kafalah ialah jaminan yang diberikan kepada pihak ketiga oleh penanggung bahwa pihak kedua atau yang ditanggung akan menyelesaikan komitmen mereka.

k) *Al-Hawalah*

Melalui proses yang dikenal sebagai al-Hawalah, kewajiban keuangan dapat dipindahkan dari satu orang ke orang lain. Dengan kata lain, pergeseran tanggung jawab pembayaran utang dari satu pihak ke pihak lain.

l) *Ar-Rahn*

Praktek yang dikenal sebagai ar-rahm berarti menggunakan salah satu properti peminjam sebagai jaminan untuk pinjaman yang telah diperoleh peminjam. Gadai dan kegiatan serupa lainnya sering dilakukan untuk mengamankan kewajiban keuangan.

C. Pengertian Bank Negara Indonesia (BNI)

Untuk kepentingan masyarakat umum, bank adalah badan hukum yang menerima uang tunai dari orang perseorangan dan

menyalurkannya kepada orang perseorangan dalam bentuk kredit dan/atau bentuk lainnya.³⁵

Bank umum dan bank perkreditan rakyat berada di bawah payung model bisnis konvensional Bank Negara Indonesia. Selama kita berbicara tentang uang dan bank, kita berbicara tentang uang dan masalah bank.

Fungsi awal bank adalah mengumpulkan uang tunai dari masyarakat umum dan kemudian meminjamkannya sebagai kredit. Pada dasarnya, peran perbankan Indonesia adalah menghimpun dana untuk pembangunan nasional dan mendistribusikannya kepada masyarakat sehingga mereka dapat memiliki kualitas hidup yang lebih baik. Hal ini dilakukan dengan mengumpulkan dana dan mendistribusikannya kepada mereka yang paling membutuhkan.

Ditinjau berdasarkan segi cara menentukan harga bank, yakni:

1. Bank yang berdasarkan prinsip konvensional yakni bank berbunga, termasuk giro, tabungan, dan deposito berjangka, yang bertujuan memperoleh keuntungan dengan membebankan bunga kepada nasabah atas simpanannya. Suku bunga tidak digunakan untuk menilai biaya pinjaman (kredit). Biaya dalam nominal atau persentase tertentu digunakan untuk menghitung pendapatan atas jasa bank lain.
2. Sistem dan produk penghimpunan Dana Bank Konvensional. Bank konvensional dalam dalam sistem penghimpunan dana dari masyarakat, secara umum berbentuk giro, tabungan, dan deposito. Dalam operasinya bank konvensional menggunakan prinsip bunga.

Pengertian produk-produk bank berdasarkan UU Perbankan No 10 tahun 1998 yakni:

- a. Giro ialah bank yang menerima simpanan dari pihak lain atau nasabah yang dapat menarik dananya dengan menggunakan cek, bilyet giro,

³⁵ Rahmat Purwanto, 'Analisis Perbandingan Efisiensi Bank Umum Konvensional (Buk) Dan Bank Umum Syariah (Bua) Di Indonesia Dengan Metode Data Envelopment Analysis (Dea)', *Jurnal Metode Data Evelopment*, 19 (2011), 134–35.

surat perintah pembayaran lainnya atau pemindahbukuan pada setiap jam, baik siang maupun malam.

- b. Tabungan ialah transaksi di mana simpanan pihak ketiga atau nasabah disimpan oleh bank, tetapi penarikannya hanya diperbolehkan dalam keadaan tertentu dan tidak dapat dilakukan dengan cek atau instrumen lain yang serupa.
- c. Deposito ialah bank yang hanya mengizinkan pihak ketiga atau nasabah untuk menarik uangnya pada waktu tertentu, menurut kesepakatan para pihak.
- d. Kinerja keuangan ialah tindakan bank untuk menciptakan keuntungan secara efisien dan efektif, yang kemajuannya dapat dipantau dengan menganalisis data keuangan dalam laporan keuangan. Laporan keuangan dan data non-keuangan lainnya digunakan untuk mengevaluasi kinerja perusahaan secara keseluruhan. Kemampuan perusahaan untuk menciptakan arus kas dari sumber pendanaan saat ini dapat diprediksi dengan menggunakan data kinerja.³⁶

Keberhasilan finansial suatu perusahaan adalah hasil dari serangkaian pilihan yang diambil oleh manajemen setiap hari. Akibatnya, pemeriksaan efek keuangan dan ekonomi kumulatif dari pilihan dan pertimbangannya menggunakan ukuran yang sebanding diperlukan untuk evaluasi kinerja keuangan suatu organisasi.

Pada umumnya, bank memperoleh uang dari masyarakat umum dan menyalurkannya kepada masyarakat umum dalam bentuk pinjaman atau kredit untuk berbagai alasan, yang merupakan pekerjaan utama mereka. Usaha konvensional atau syariah dilakukan oleh Bank yang bertugas memberikan layanan pembayaran. Perkembangan ekonomi di Timur Tengah dan Afrika Utara semakin bergantung pada peran bank syariah. Kehadiran "sistem perbankan ganda", di mana bank konvensional diizinkan untuk menyediakan

³⁶ Marissa Ardiana, ' Analisis Perbandingan Kinerja Keuangan Bank Syariah Dan Bank Konvensional Sebelum, Selama, Dan Sesudah Krisis Global Tahun 2008 Dengan Menggunakan 1 Metode Canel', *Jurnal Akuntansi*, 10 (2008), 35–39.

barang kepada publik tetapi bank syariah masih cukup dibatasi, menunjukkan dukungan untuk ekspansi perbankan syariah.

Lembaga perbankan harus menyadari kebutuhan nasabah (konsumen) mereka selain fokus pada masalah hukum dan pembatasan undang-undang. Bank konvensional dan syariah sama-sama memainkan peran penting sebagai gateway pembayaran dan pemasok layanan lalu lintas pembayaran. Namun, perbedaan antara kedua jenis bank tersebut dapat memengaruhi cara calon konsumen membuat keputusan tentang bank mana yang akan digunakan. Selanjutnya, pandangan dan persepsi masyarakat tentang fitur perbankan dapat mempengaruhi perilaku konsumen terhadap produk perbankan (bank konvensional dan bank syariah).

Pilihan orang untuk menggunakan layanan keuangan atau tidak tidak dipengaruhi oleh masalah atau keyakinan agama. Tujuan dan tindakan seseorang pada dasarnya dibentuk oleh latar belakang budaya mereka. Keyakinan, selera, dan tindakan orang dipengaruhi oleh budaya mereka, yang merupakan prediktor dasar dari keinginan dan perilaku mereka.

Keputusan konsumen dipengaruhi oleh organisasi tempat mereka berada. Pertama, pengalaman seorang teman diinformasikan oleh kelompok referensi, yang merupakan semacam komunikasi instruktif. Penggunaan produk tertentu juga memberi pelanggan wawasan tentang merek dan barang yang paling populer dengan demografi tersebut.

Hal ini dimungkinkan untuk membandingkan keyakinan, sikap, dan tindakan individu dengan kelompok referensi ketika menggunakan kelompok referensi sebagai perbandingan.

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Lokasi Dan Waktu Penelitian

Penelitian dilaksanakan di Bank BNI Syariah Kantor Cabang Ternate. Pelaksanaan penelitian ini dilakukan selama 3 bulan dari sejak bulan Agustus 2020 hingga bulan Oktober 2020. Penelitian ini dimulai dengan survey awal lokasi penelitian sampai dengan penulisan laporan penelitian yang dalam hal ini terbentuk skripsi.

B. Rancangan Penelitian

Penelitian ini termasuk penelitian kualitatif lapangan. Banyak penelitian dilakukan pada hal itu sendiri, terutama dalam hal pengumpulan statistik dan informasi lainnya. Ini dilakukan dengan sangat detail dan mendalam pada item tertentu yang membutuhkan pemeriksaan rinci.³⁷ Objek dari penelitian ini ialah 1 pegawai Bank BNI Syariah Kantor Cabang Ternate dan 2 orang nasabah.

C. Subjek Dan Objek Penelitian

1. Subjek

Kamus Besar Bahasa Indonesia mendefinisikan subjek sebagai pokok bahasan yang dibicarakan, dipelajari, digali, dan ditelaah.³⁸ Lebih lanjut Azwar mengatakan bahwa subjek penelitian merupakan sumber data utama, artinya individu yang memiliki informasi tentang variabel yang diteliti.³⁹ Segala sesuatu, dari manusia hingga hewan, hingga benda, hingga institusi (organisasi), adalah topik kajian, dan sifatnya harus dipelajari. Sesuatu yang melekat atau terkandung dalam suatu item disebut topik kajian.

³⁷ Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik* (Jakarta: PT Rineka Citra, 2018). Hal 56

³⁸ Departemen Pendidikan Nasional, *Kamus Besar Bahasa Indonesia* (Jakarta: BALAI PUSTAKA, 2005). Hal 21

³⁹ Saifuddin Azwar, *Metode Penelitian* (Yogyakarta: PUSTAKA BELAJAR, 2010). Hal 34.

Dengan demikian, subjek dalam penelitian ini ialah seluruh pegawai Bank BNI Syariah Cabang Kantor Ternate yang berjumlah 28 orang.

2. Objek

Objek ialah segala sesuatu yang dipilih oleh peneliti untuk diselidiki guna mengumpulkan informasi dan mengembangkan kesimpulan. Hal-hal yang mungkin karakteristik disiplin ilmu tertentu atau kegiatan juga.⁴⁰ Objek dalam penelitian ini di tetapkan untuk pegawai Bank BNI Syariah Kantor Cabang Ternate yang berjumlah 2 orang.

D. Data Penelitian

Subjek dari siapa data dikumpulkan adalah sumber data penelitian. Para penulis menggunakan data primer dan sekunder dalam penyelidikan mereka.

1. Data Primer

Dalam konteks data mining, data primer adalah data yang berasal dari sumber asli atau sumber awal. Untuk mengumpulkan data primer, peneliti menggunakan teknik/metode observasi dan wawancara. Tanya Jawab Bersama Karyawan Bank BNI Syariah Ternate.

2. Data Sekunder

Istilah data sekunder mengacu pada informasi yang telah diproses oleh pihak ketiga dan oleh karena itu siap digunakan kapan pun kita membutuhkannya. Ada data sekunder dalam penelitian ini yang relevan dengan judul penelitian.

⁴⁰ Andi Prastowo, *Metode Penelitian Kualitatif Dalam Perspektif Rancangan Penelitian*, (Yogyakarta: Ar-Ruzz Media, 2011). Hal 202-203.

E. Teknik Pengumpulan Data

Penulis penelitian ini menggunakan observasi, wawancara, dan dokumentasi sebagai teknik pengumpulan data untuk menjembatani kesenjangan antara apa yang mereka pelajari di kelas dan apa yang mereka lihat di lapangan.

1. Observasi

Dalam teknik penelitian kualitatif, observasi merupakan salah satu proses pengumpulan data yang paling sering digunakan. Observasi adalah kegiatan yang menggunakan semua panca indera, termasuk penglihatan, penciuman, dan pendengaran, untuk memperoleh informasi yang diperlukan untuk menjawab pertanyaan penelitian. Reaksi emosional seseorang terhadap keadaan, hal, setting, atau suasana tertentu. Untuk memperoleh gambaran yang jelas tentang suatu peristiwa atau kejadian, peneliti melakukan observasi.

- a. Observasi partisipasi ialah cara pengumpulan data penelitian melalui melihat dan mempersepsikan kehidupan sehari-hari informan yang bersangkutan.
- b. Observasi tidak terstruktur yakni para peneliti membentuk temuan mereka berdasarkan kemajuan di bidang tersebut daripada mengikuti serangkaian standar yang telah ditentukan.
- c. Observasi kelompok ialah masalah yang telah diangkat untuk penyelidikan terlihat oleh sejumlah tim peneliti.⁴¹

Metode observasi termasuk observasi interaktif dan tidak terstruktur dalam penelitian ini. Peneliti berpartisipasi dalam kegiatan agar dapat mengamati secara langsung tentang informasi sehari-hari dan membangun apa yang terjadi selama

⁴¹ M Bugin Burhan, *Penelitian Kualitatif Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik, Dan Ilmu Sosial Lainnya* (Jakarta: Kencana Prenada Media Grup, 2007). Hal 13.

melakukan observasi di Kantor Cabang BRI Syariah Bank Ternate.

2. Wawancara

Dalam sebuah wawancara, satu orang mengajukan pertanyaan untuk mengumpulkan informasi dari orang lain untuk tujuan tertentu, seperti peneliti.⁴² Pengumpulan data dimungkinkan melalui penggunaan wawancara ketika pengumpulan data (pewawancara) dan sumber data berhubungan atau memiliki hubungan pribadi (informan).⁴³ Beberapa pertanyaan telah disediakan sebelumnya dalam bentuk sketsa masalah yang akan diajukan oleh peneliti ketika mereka bertemu dengan personel bank.

Seperti yang dikatakan oleh Miles & Huberman, analisis melibatkan tiga alur kegiatan, yakni:

- a. Traingulasi adalah suatu metode untuk memverifikasi keabsahan data yang dapat digunakan untuk sesuatu selain data itu sendiri.
- b. Reduksi data. Dalam reduksi data, informasi yang diperoleh dari catatan lapangan dipilih, disederhanakan, dan diubah. Peneliti tidak lagi harus menafsirkan reduksi data sebagai kuantifikasi.
- c. Penyajian data. Salah satu pendekatan untuk menampilkan data adalah dengan menyediakannya sebagai informasi yang terorganisir, yang memungkinkan untuk menarik kesimpulan dan membuat keputusan berdasarkan fakta. Seorang analis mampu mengamati apa yang sedang terjadi, menilai apakah mereka harus sampai pada kesimpulan yang tepat, atau apakah mereka harus melanjutkan analisis yang disebutkan penyaji sebagai sesuatu yang berharga. Mereka dapat melakukan ini dengan melihat data dengan cara ini.

⁴² Deddy Mulyana, *Metodologi Penelitian, Penelitian Kualitatif, Paradigma Baru Ilmu Komunikasi Dan Ilmu Sosial Lainnya* (Bandung: PT REMAJA POSDAKARYA, 203AD). Hal 23.

⁴³ Rianto Adl, *Metodologi Penelitian Sosial Dan Hukum* (Jakarta: GRANIT, 2004). Hal 29.

d. Penarikan kesimpulan. Peneliti menarik kesimpulan setelah mempresentasikan temuannya dan mendeskripsikan temuannya secara detail. Ini dilakukan setelah mereka mempresentasikan temuan mereka.⁴⁴

Dua nasabah Bank BRI Syariah Cabang Ternate diwawancarai oleh peneliti secara langsung. Peneliti sampai pada kesimpulan yang sama setelah melakukan serangkaian wawancara.

3. Dekumentasi

Data yang digunakan dalam teknik ini berasal dari media, jurnal, catatan, atau dokumen yang dapat diakses publik dan relevan. Misalnya gambaran terkait Bank BNI Syariah Kantor Cabang Ternate serta dokumentasi ketika wawancara dengan 2 informan nasabah di Bank BNI Syariah Kantor Cabang Ternate.

F. Teknik Analisis Data

Penalaran induktif digunakan untuk menggambarkan hasil analisis data. Mempelajari, menafsirkan dan menarik kesimpulan dari apa yang terlihat di lapangan merupakan tujuan utama dari pekerja lapangan. Dalam penelitian deskriptif kualitatif, analisis data berlangsung bersamaan dengan pengumpulan data. Dengan kata lain, alih-alih teori yang ada, hasil lapangan digunakan untuk membangun prinsip atau hukum (induktif).⁴⁵

Reduksi data, penyajian data, serta penarikan kesimpulan merupakan 3 langkah dalam menganalisis data, yakni:

a. Reduksi data, memilih data, difokuskan pada kesederhanaan dan abstraksi dan transformasi data mentah yang berasal dari catatan lapangan, disebut sebagai reduksi data. Ketika data dikumpulkan, reduksi dimulai dengan ringkasan dan kategorisasi dan berlanjut

⁴⁴ Miles And Huberman, *Analisis Data Kualitatif* (Jakarta: Universitas Indonesia Press, 1992). Hal 33.

⁴⁵ Nurul Zuriah., *Metodologi Penelitian Sosial Dan Pendidikan, 1st Ed* (Jakarta: PT.Bumi Aksara, 2006). Hal 42.

melalui pelacakan tema, pembuatan memo, dan seterusnya, dengan tujuan menghilangkan data atau informasi yang tidak relevan.

- b. Penyajian data ialah membuat kesimpulan dan mengambil tindakan berdasarkan fakta yang disajikan. Dengan menggunakan prosa naratif, penyajian data kualitatif bertujuan untuk mengintegrasikan informasi dalam gaya yang logis dan mudah dipahami.
- c. Penarikan kesimpulan ialah langkah ketiga dalam penelitian kualitatif. Para peneliti harus sampai pada hasil dan memverifikasinya, baik dari segi signifikansi kesimpulan dan aktualitas temuan yang berasal dari lokasi penelitian. Ini adalah tanggung jawab peneliti untuk menilai kekokohan, kebenaran, dan kesesuaian interpretasi yang berasal dari data. Alih-alih menafsirkan makna dari sudut pandang peneliti, peneliti harus memahami bahwa untuk menemukan makna, mereka harus menggunakan pendekatan emic, yang berarti mereka harus melihatnya dari perspektif informasi yang paling penting (sudut pandang etis).
- d. Perilaku konsumen ialah suatu kegiatan yang langsung dapat diamati dalam mendapatkan, mengkonsumsi, dan membuang barang dan jasa adalah contoh perilaku konsumen. Perilaku konsumen juga mencakup proses pengambilan keputusan yang terjadi sebelum dan sesudah tindakan tersebut.
- e. Tindakan atau perilaku konsumen yang dimulai dengan konsumen merasakan adanya kebutuhan atau keinginan terhadap suatu produk, dilanjutkan dengan upaya konsumen untuk memperoleh produk tersebut, dilanjutkan dengan konsumen yang mengkonsumsi produk tersebut, dan kemudian diakhiri dengan konsumen baik merasa puas atau tidak puas terhadap produk tersebut.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Sejarah Bank BNI Syari'ah

Ketahanan sistem perbankan syariah ditunjukkan selama krisis keuangan 1997. Prinsip syariah yang adil, transparan, dan bermanfaat dapat memenuhi tuntutan masyarakat akan sistem keuangan yang lebih berkeadilan.

Selain kebutuhan masyarakat akan perbankan syariah, BNI telah menawarkan layanan perbankan syariah dengan konsep dual banking sistem, artinya menawarkan layanan perbankan umum dan syariah secara bersamaan, untuk mencapai tujuan (lama) menjadi "Universal Banking." Bank umum diperbolehkan menyelenggarakan layanan syariah sesuai dengan Undang-Undang No. 10 Tahun 1998.

Unit usaha syariah BNI mendapat izin dari Bank Indonesia pada tahun 1999, saat Tim Bank Syariah dibentuk. Kemudian, BNI menerapkan strategi pengembangan jaringan cabang syariah, yakni:⁴⁶

- a. Dengan berlandaskan UU No.10 tahun 1998 tepatnya pada tanggal 29 April 2000 didirikan Unit Usaha Syariah (UUS) BNI syariah dengan membuka 5 kantor cabang syariah sekaligus dikota-kota potensial, yakni Yogyakarta, Malang, Pekalongan, Jepara, dan Banjarmasin. Selanjutnya UUS BNI terus berkembang menjadi 28 Kantor Cabang dan 31 Kantor Cabang pembantu.
- b. Tahun 2001. BNI Syariah kembali membuka 5 kantor cabang syariah, yang difokuskan dikota-kota besar di Indonesia, yakni 2 cabang di Jakarta, Bandung, Makassar dan Padang.
- c. Seiring dengan perkembangan bisnis dan banyaknya permintaan masyarakat untuk layanan perbankan syariah, tahun 2002 lalu BNI

⁴⁶ Veithzal Rivai, *Islamic Banking: Sebuah Teori, Konsep Dan Aplikasi* (Jakarta: PT BUMI AKSARA, 2010).

Syariah membuka 2 kantor cabang syariah baru di Medan dan Palembang.

- d. Diawal tahun 2003, dengan pertimbangan load bisnis yang semakin meningkat sehingga untuk meningkatkan pelayanan kepada masyarakat, BNI Syariah melakukan relokasi kantor cabang syariah di Jepara ke Semarang. Sedangkan untuk melayani masyarakat kota Jepara, BNI Syariah membuka kantor cabang pembantu syariah Jepara.
- e. Pada bulan Agustus dan September 2004, BNI Syariah membuka layanan BNI Syariah Prima di Jakarta dan Surabaya. Layanan ini diperuntukkan untuk individu yang membutuhkan layanan perbankan yang lebih personal dalam suasana yang nyaman.

Layanan syariah juga tersedia di sekitar 1500 kantor cabang BNI (office channeling) di seluruh Indonesia. Sesuai dengan prinsip syariah. DPS saat ini dipimpin oleh KH Ma'ruf Amin yang membawahi pengujian seluruh barang BNI Syariah sesuai syariat.⁴⁷

Gubernur Bank Indonesia No.12/41/KEP.GBI/2010 tentang Penerbitan Izin Usaha Bank Umum Syariah Indonesia. Sesuai Corporate Plan UUS BNI 2003, pada 2009 akan ada spin-off jika status AS tetap. Pada 19 Juni 2010, BNI Syariah mulai beroperasi sebagai Bank Umum Syariah sesuai dengan strategi yang telah ditetapkan (BUS). Pengaruh luar seperti UU No. 19 Tahun 2008 tentang Surat-surat Bank Umum Syariah Negara (SBSN) dan UU No. 21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah sangat penting untuk pemenuhan spin-off time pada Juni 2010. Sebagai komitmen pemerintah terhadap syariah. Perbankan semakin kuat, demikian pula pengetahuan masyarakat tentang manfaat perbankan syariah. Jumlah Kantor cabang BNI Syariah sebanyak 65 kantor cabang pembantu, 161 kantor cabang pembantu, 17 kantor kas, 22 unit mobil dinas, dan 20 stasiun pembayaran pada Juni 2014. Jumlah ini meningkat dari Juni 2013.

⁴⁷ Undang-undang Tentang Surat Bank Syariah Negara (SBSN) Nomor 19 Tahun 2008

B. Sejarah Bank BNI Syariah Kantor Cabang Ternate

Perkembangan perbankan Syariah di Ternate, Maluku Utara di nilai sangat pesat seiring dengan dukungan penuh dari pemerintah daerah setempat yang menerapkan ekonomi berbasis Islam.

Hal itu dibuktikan dengan menjamurnya bank Syariah dan bank perkreditan rakyat Syariah (BPRS) di ibukota Maluku Utara itu. Bahkan, Pemkot Ternate telah mendirikan BPRS bernama Bahari sejak tahun lalu.

Bahkan, Walikota Ternate Burhan Abdurrahman menyampaikan dalam suatu kesempatan bahwa keberadaan kegiatan ekonomi yang berlandaskan Hukum Islam sangat dibutuhkan.

Pentingnya Ternate dalam sejarah Indonesia bagian timur sebagai pusat ekspansi dan pengembangan Islam, pemerintah Kota telah mengambil tugas ini, khususnya di bidang pengembangan ekonomi syariah.

APBD, peraturan daerah, dan keputusan walikota, serta bantuan regulasi dari Pemerintah Kota Ternate, semuanya telah direncanakan untuk membantu merevitalisasi kegiatan ekonomi syariah.

Program tersebut tidak sebatas slogan, namun telah di implementasikan dalam kegiatan nyata, misalnya pembentukan BPRS Bahari Berkesa. Seiring berjalannya waktu Pemkot Ternate mendukung sepenuhnya bahwa akan didirikan bank BNI Syariah di Maluku Utara khususnya di Kota Ternate.

C. Deskripsi Hasil Penelitian

1. Proses Pelayanan Bank BNI Syari'ah Kantor Cabang Ternate Terhadap Nasabah

Peneliti melakukan observasi dengan kegiatan wawancara serta pengambilan data dokumentasi di Bank BNI Syari'ah Kantor Cabang Ternate dalam rangka menggali informasi terkait dengan permasalahan pemahaman nasabah terhadap pelayanan bank BNI Syariah Kantor Cabang Ternate.

Selain itu peneliti mengamati aktivitas dilapangan yang terjalin antar nasabah dan pegawai Bank sebagai faktor pendukung objek penelitian.

Berdasarkan penelitian dan wawancara terlihat jelas bahwa proses pelayanan Bank BNI Syariah Kantor Cabang Ternate dilaksanakan dengan baik seperti yang dilihat peneliti dilapangan proses pelayanan bank dapat diterima oleh masyarakat (nasabah) dan saya telah mewawancarai beberapa pegawai Bank BNI Syari'ah Kantor Cabang Ternate dan ada juga beberapa nasabah lainnya.

Seperti yang dikemukakan oleh salah satu pegawai di Bank BNI Syari'ah Kantor Cabang Ternate yang bernama: Ian Windi Sugeha, sebagai pimpinan di Bank BNI Syari'ah Kantor Cabang Ternate. Dan ada juga beberapa pegawai lainnya dengan pertanyaan sebagai berikut:

Bagaimana pendapat ibu mengenai pelayanan di Bank BNI Syari'ah Kantor Cabang Ternate ini?

Jawaban yang diberikan tidak jauh berbeda maka peneliti menggabungkan jawaban yang mereka berikan.

“Menurut mereka, Bank BNI Syari'ah adalah Bank yang didalam pelaksanaannya meliputi aturan-aturan yang ditetapkan dengan ketentuan syari'ah. Jadi para pegawai harus bisa melakukan pekerjaan sesuai dengan prosedur yang sudah ditetapkan oleh pihak manajemen bank. Sehingga para pegawai bisa melaksanakan dan menyelesaikan pekerjaan dengan cepat dan tepat sesuai dengan prosedur yang sudah ada. Maka dari itu menurut kami kiranya sudah cukup baik pihak dari kami telah menyediakan fasilitas yang dibutuhkan oleh nasabah sehingga memudahkan nasabah dalam proses transaksi”.⁴⁸

Dan pendapat diatas dibenarkan oleh ibu Ian Windi Sugeha, selaku pimpinan di Bank BNI Syari'ah Kantor Cabang Ternate.

⁴⁸Hasil wawancara dengan ibu Ian Windi Sugeha selaku pimpinan di Bank Bni Syariah Kantor Cabang Ternate, pada tanggal 14 oktober 2020 di Bank Bni Syariah Kantor Cabang Ternate.

“Menurut beliau Bank BNI Syari’ah adalah Bank yang dimana terdapat ketentuan-ketentuan Syariat islam, maka dari itu kami memberikan pelayanan maksimal serta menjelaskan ketentuan-ketentuan dalam proses awal pemberian pelayanan dan transaksi apapun dengan baik dan benar sesuai dengan peraturan yang sudah ditentukan oleh Bank. Contohnya pegawai harus tetap menjaga komunikasi dengan rekan kerja lainnya agar tetap menjaga dan saling mendukung kelancaran dalam memberikan pelayanan dan informasi kepada nasabah dan calon nasabah”.

Selama penelitian penulis mengamati langsung bahwa banyak nasabah yang kurang mengetahui tentang Bank BNI Syari’ah. Maka dengan itu peneliti mewawancarai beberapa nasabah yang ada di Bank BNI Syari’ah Kantor Cabang Ternate berikut jawabannya.

“Yang dikemukakan oleh ibu Dian Hidayat, yang saya ketahui tentang Bank BNI hanyalah sekedar Bank BNI pada umumnya, dan bank Syari’ah merupakan industry jasa yang relatif baru, dimana merupakan syariat islam disetiap aktivitas perbankan. Setelah saya menggunakan Bank Bni Syari’ah ini saya merasa bahwa Bank Bni Syari’ah sangat berbeda dengan Bank Bni pada umumnya. Saya disini mrnggunakan dua ATM yaitu BRI sama BNI Syari’ah”.⁴⁹

Lebih lanjut lagi untuk mengetahui dan memperoleh data yang lebih lengkap tentang keputusan nasabah dalam memilih Bank Syari’ah maka penulis melakukan wawancara kepada nasabah tentang pendapat mereka terhadap keputusan dalam memilih Bank Syari’ah, maka dengan itu saya mewawancarai salah satu nasabah yang bernama bapak Rian Prayoga Egissa:

“Menurut bapak Rian Prayoga Egissa, tentang Bank BNI Syari’ah Kantor Cabang Ternate yang dimana komunikasi yang sangat baik. Mampu berkomunikasi dengan nasabah, bahasanya yang baik dan mudah dimengerti oleh setiap para calon nasabah. Dan juga tersedianya kelengkapan dan kenyamanan untuk ditempati dengan begitu membuat nasabah betah dalam bertransaksi contohnya saya telah merasakan kepuasan tersendiri

⁴⁹Hasil wawancara dengan ibu Dian Hidayat selaku nasabah di Bank Bni Syariah Kantor Cabang Ternate, pada tanggal 15 oktober di Bank Bni Syariah Kantor Cabang Ternate.

dari pelayanan yang diberikan sebagaimana mestinya dalam menggunakan jasa dari Bank BNI Syariah disini”.

2. Kualitas pelayanan

Kasmir mendefinisikan layanan sebagai aktivitas yang dirancang atau dimaksudkan untuk memberikan kepuasan pelanggan melalui layanan yang dapat sesuai dengan permintaan dan kebutuhan konsumen.

Pelayanan yang baik juga merupakan salah satu syarat keberhasilan promosi produk dalam suatu perusahaan. Layanan adalah jenis iklan tidak langsung yang digunakan oleh bank karena jika klien puas dengan layanan yang mereka terima, hasilnya dapat digunakan untuk merekrut pelanggan tambahan. Kepuasan pelanggan erat kaitannya dengan kualitas dari suatu pelayanan.

Berikut adalah tolak ukur kualitas pelayanan:

- a. Compassion (kepedulian, perhatian individu yang diberikan kepada konsumen)
- b. Ketergantungan (kemampuan untuk melakukan layanan yang dijanjikan secara akurat dan andal) Jaminan (pengetahuan dan kesopanan karyawan dan kemampuan mereka untuk mengekspresikan kepercayaan dan kemampuan konsumen).
- c. Availability (kesediaan untuk membantu pelanggan dan memberikan layanan tepat waktu)
- d. Material (Tampilan fasilitas fisik, peralatan, karyawan, dan material komunikasi)

Didasarkan pada persepsi kualitas terkait kepuasan dan perbandingan harapan dengan persepsi kinerja produk layanan bank, fleksibilitas, dan daya tanggap terhadap perubahan permintaan pasar, maka opini nasabah mengenai kualitas layanan yang diberikan lebih abstrak dan eksklusif. Kualitas layanan dapat didefinisikan sebagai fitur dan jenis layanan yang mempengaruhi kemampuan pekerja untuk

memenuhi tuntutan pelanggan, baik seperti yang telah diungkapkan atau seperti yang telah ditunjukkan. Kualitas sangat penting untuk meningkatkan nilai kepuasan dan kebahagiaan pelanggan, dan itu adalah tanggung jawab semua orang (karyawan).

Kualitas layanan yang diberikan perusahaan dapat dievaluasi dengan membandingkan dua aspek utama: pertama, layanan yang benar-benar diterima pelanggan, dan kedua, layanan yang diyakini pelanggan mereka terima dengan tingkat pelayanan yang diharapkan. Saat mengevaluasi kualitas layanan, merupakan praktik umum untuk membandingkan tingkat kinerja yang diinginkan dengan tingkat layanan yang sebenarnya diterima klien.

3. Aspek-aspek Pelayanan

Kualitas pelayanan yang diberikan merupakan aspek utama yang membedakan usaha yang menghasilkan barang dengan yang memberikan pelayanan dalam rangka kegiatan masyarakat. Ada empat komponen yang membentuk kualitas layanan secara keseluruhan.⁵⁰

a. *Tangible* ialah pernyataan tentang fasilitas fisik perusahaan, peralatan, penampilan orang, dan metode komunikasi. Sebagai ukuran pelayanan, pentingnya komponen tangible muncul karena sifat intangible dari pelayanan itu sendiri, yang tidak dapat dilihat, dicium, atau dirasakan. Pelanggan akan mengandalkan kemampuan melihat untuk menilai kualitas suatu produk atau jasa. Pelanggan akan mendapat kesan bahwa suatu perusahaan atau lembaga memberikan pelayanan yang luar biasa jika bangunannya terkesan mewah dan dilengkapi dengan berbagai fasilitas untuk menunjang penggunaannya. Pelanggan akan mengevaluasi tidak hanya bangunan dan peralatan, tetapi juga penampilan pribadi staf, termasuk seragam mereka dan bagaimana mereka menampilkan

⁵⁰Fery Sujarwo, *Pengaruh Pelayanan Teller Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Muamalat Salatiga* (Salatiga, 2016). Hal 14.

diri. Persepsi pelanggan terhadap kualitas layanan perusahaan yang tinggi sangat dipengaruhi oleh fasilitas yang disediakan perusahaan.

- b. *Reliability* ialah pernyataan tentang kemampuan perusahaan untuk memenuhi atau menjunjung tinggi komitmen yang telah dibuat kepada pelanggannya. Kemampuan perusahaan untuk melaksanakan jasa sesuai dengan apa yang telah dijanjikan dalam jangka waktu yang ditentukan itulah yang dimaksud dengan istilah keandalan. Fakta bahwa pengurangan kepuasan pelanggan dapat diharapkan jika layanan yang diberikan tidak memenuhi janji mereka menyoroti pentingnya faktor ini. Oleh karena itu, kapasitas organisasi untuk menawarkan layanan dengan benar dan membebaskan biaya secara akurat merupakan komponen atau aspek dari dimensi ketergantungan ini.
- c. *Responsiveness* ialah meminta informasi tentang kesediaan penyedia layanan untuk membantu pelanggan dan memberikan layanan yang cepat dan tepat. Aspek *service excellence* yang paling responsif terhadap perubahan disebut *responsiveness*. Harapan pelanggan tentang kecepatan layanan hampir mungkin akan bergeser ke arah yang kadang-kadang lebih menguntungkan. Kemampuan suatu korporasi untuk memberikan pelayanan secara tepat waktu dan tanggap, yang dilakukan langsung oleh staf, disebut sebagai daya tanggap atau *responsiveness*. Pandangan yang baik tentang kualitas layanan yang ditawarkan dapat dikembangkan melalui daya tanggap. Ini berlaku bahkan jika ada gangguan atau keterlambatan dalam pengiriman layanan. Pernyataan tentang kesopanan, keahlian, dan kompetensi semua personel disebut sebagai jaminan, dan itu adalah pernyataan yang dapat meningkatkan kepercayaan dan kepercayaan pelanggan. Pengetahuan dan tindakan pekerja yang menginspirasi

kepercayaan dan keyakinan pada pelanggan sehingga mereka akan menggunakan layanan mereka adalah apa yang kami maksud ketika kami berbicara tentang jaminan. Karena mencakup rasa risiko konsumen yang terlibat dalam menghadapi tingkat ketidakpastian yang tinggi, komponen ini sangat penting.

- d. *Empathy* ialah proklamasi oleh organisasi yang mengungkapkan perhatian dan kepeduliannya terhadap pelanggan individu. Empati adalah kapasitas perusahaan untuk dilakukan secara langsung oleh personelnya dalam rangka menawarkan perhatian kepada pelanggan individu. Ini termasuk kepekaan terhadap persyaratan konsumen tertentu. Oleh karena itu, komponen dimensi ini adalah kombinasi dari akses, yang mengacu pada betapa sederhananya memanfaatkan layanan yang diberikan oleh perusahaan, komunikasi, yang mengacu pada kapasitas untuk berbagi informasi dengan pelanggan atau meminta umpan balik dari pelanggan, dan pemahaman, yang mengacu pada upaya untuk mengetahui dan memahami persyaratan dan preferensi pelanggan.

Sebagai hasil dari penjelasan sebelumnya, dapat ditarik kesimpulan bahwa agar perusahaan jasa berhasil dalam memberikan layanan berkualitas tinggi dan, sebagai akibatnya, dalam pencapaian tingkat kepuasan pelanggan, sangat penting untuk bahwa perusahaan jasa memperhatikan dengan seksama semua aspek tingkat pelayanan yang ditawarkannya. Karena komponen-komponen ini dirasakan oleh konsumen, yang merupakan standar yang bereaksi terhadap kebahagiaan atau ketidakpuasan pelanggan.

4. Jenis Pelayanan

Berdasarkan Keputusan Menteri Pendayagunaan Aparatur Negara Nomor 58 Tahun 2002, membagi 3 jenis pelayanan yakni:

1. Pelayanan jasa
2. Pelayanan administrasi.

3. Pelayanan barang.

Berikut ini penjelasan atau keterangan dari KEPMEN PAN, yakni:⁵¹

- a. Pelayanan jasa: berbagai macam pelayanan yang ditawarkan oleh unit pelayanan berupa prasarana, sarana, dan hal-hal yang mendukungnya.
- b. Pelayanan administrasi: pencatatan, penelitian, pengambilan keputusan, pendokumentasian, dan kegiatan administrasi lainnya adalah jenis layanan yang disediakan oleh unit layanan.
- c. Pelayanan barang: Unit layanan bertanggung jawab untuk memasok dan/atau memproses barang berwujud fisik, serta distribusi dan pengiriman ke klien langsung. Layanan ini ditawarkan dalam bentuk penyediaan dan/atau penyerahan.

Moenir mengungkapkan bahwasanya bentuk pelayanan umum terbagi atas 3 jenis, yakni:

- 1) Layanan dengan perbuatan
- 2) layanan lisan,
- 3) layanan melalui tulisan

Ketiga jenis layanan ini biasanya tidak disediakan secara terpisah satu sama lain, melainkan bekerja sama satu sama lain.

Berikut penjelasan dari ketiga jenis di atas, yakni:

- a) Layanan dengan lisan ialah dilakukan secara lisan Karyawan di bidang hubungan masyarakat, layanan informasi, dan sektor lain yang tugasnya memberikan penjelasan atau informasi kepada siapa pun yang membutuhkannya adalah orang yang bertanggung jawab untuk memberikan layanan lisan kepada pelanggan.

⁵¹Agus, *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah PT Bank Mandiri Persero TBK Cabang Pinrang* (pinrang: pt Bank Mandiri persero TBK, 2018). Hal 27.

- b) Layanan melalui tulisan ialah kontribusi melalui penggunaan tulisan tidak hanya dari segi kuantitas, tetapi juga dari segi fungsi yang dimainkannya, layanan melalui tulisan adalah jenis layanan yang paling signifikan yang terlibat dalam pelaksanaan tugas. Secara umum, memberikan layanan dengan menulis sangat efisien, terutama jika mempertimbangkan masalah biaya terkait dengan layanan jarak jauh.
- c) Layanan berbentuk perbuatan ialah penyedia jasa dalam bentuk perbuatan verbal dan jasa tindakan seringkali diberikan dalam satu paket. Hubungan layanan secara keseluruhan yang harus disalahkan untuk situasi ini. Oleh karena itu, memperoleh pelayanan berupa kegiatan atau akibat dari tindakan, bukan sekedar penjelasan, harus menjadi tujuan utama mereka yang berkepentingan.

Kualitas layanan yang diberikan oleh BNI Syariah Kantor Cabang Bank Ternate telah memberikan dampak yang sangat besar bagi perbankan syariah. Kepuasan pelanggan tidak hanya mempengaruhi faktor kualitas produk, tetapi juga faktor pelayanan. Bank BNI Syariah Kantor Cabang Ternate sebagai layanan atas tindakan atau tindakan yang dilakukan oleh seseorang atau badan untuk memuaskan klien atau klien. Selain itu, layanan BNI Syariah cabang Bank Ternate selama ini memberikan pelayanan yang cepat, akurat dan menyeluruh untuk transaksi nasabah.

Kantor Cabang BNI Syariah Ternate ini juga melayani berbagai kebutuhan nasabah selain pengelolaan online banking, seperti Pembukaan Rekening BNI Syariah, Setor Tunai, Pembukuan Rekening, Pengajuan Pinjaman BNI Syariah, Tabungan Haji, dan Bank BNI Syariah Cabang Ternate yang paling unggul adalah Griya iB Hasanah

Salah satu produk pembiayaan yang beragam termasuk pembiayaan perumahan adalah produk yang dimiliki oleh Bank BNI Syariah Kantor Cabang Ternate yang dikenal dengan Griya iB Hasanah. Produk Griya iB Hasanah merupakan sarana pembiayaan konsumen yang memberikan fasilitas kepada masyarakat untuk membeli, membangun, merenovasi rumah dan membeli tanah dalam jumlah yang disesuaikan dengan kebutuhan pembiayaan masing-masing calon nasabah dan kemampuan membayar.

Griya iB Hasanah dapat memilih dari berbagai alternatif kontrak berdasarkan kebutuhan klien. Ini termasuk pembiayaan jual-beli iB (skema murabahah), pembiayaan sewa-beli iB (skema Ijarah Muntania Bit Tamlik-IMBT) dan pembiayaan iB kepemilikan bertahap (Musyarakah Mutanaqisah). Namun produk Griya iB Hasanah yang digunakan di Kantor Cabang BNI Syariah Ternate adalah akad Murabahah. Akad murabahah adalah akad penjualan barang yang mencantumkan harga beli dan margin keuntungan yang disepakati antara pembeli dan penjual.

5. Visi Misi Bank BNI Syariah Kantor Cabang Ternate

Visi bank BNI Syariah Kantor Cabang Ternate adalah menjadi Bank Syariah pilihan masyarakat yang unggul dalam layanan kinerja.

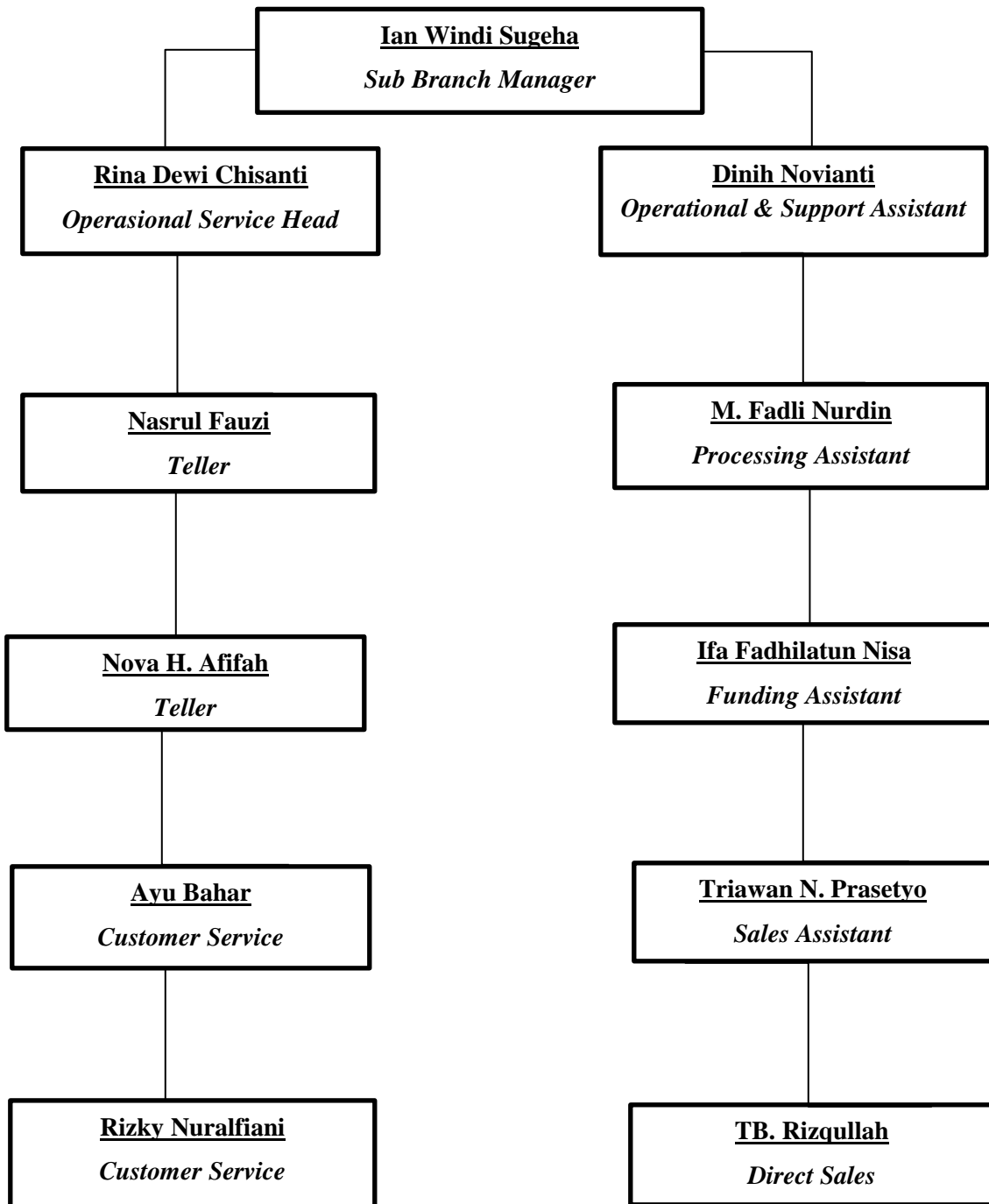
Misi bank BNI Syariah Kantor Cabang Ternate adalah memberikan kontribusi positif kepada masyarakat dan peduli pada kelestarian lingkungan, memberikan solusi bagi masyarakat untuk kebutuhan jasa perbankan Syariah, memberikan nilai investasi yang optimal bagi investor, menciptakan wahana terbaik sebagai tempat kebanggaan untuk berkarya dan berprestasi bagi pegawai sebagai perwujudan ibadah, dan menjadi acuan tata kelola perusahaan yang amanah.

Untuk itu sangat diharapkan bahwa dengan adanya visi dan misi yang di terapkan oleh bank BNI Syariah Kantor Cabang Ternate

masyarakat dapat memilih dengan baik sehingga berminat untuk menggunakan jasa pada bank Syariah khususnya pada masyarakat Kota Ternate setempat.

Bank BNI Syariah Kantor Cabang Ternate pada saat ini mereka mempunyai harapan besar bahwa kedepan akan ada nasabah-nasabah yang lebih memahami tentang perbankan Syariah ini sebagaimana mestinya.

D. Struktur Organisasi Bank BNI Syariah Kantor Cabang Ternate



Tabel. 2
Pendapat Informan

Nama Responden	Pendapat responden tentang pelayanan Bank BNI Syariah Kantor Cabang Ternate
Ian Windi Sugeha	Menurut beliau Bank BNI Syariah adalah Bank yang dimana terdapat ketentuan-ketentuan syariat islam, maka dari itu sesuai aturan Bank, kami memastikan untuk memberikan layanan terbaik dan menjelaskan sepenuhnya semua kondisi pada penyediaan layanan pertama dan di seluruh transaksi. Karyawan, misalnya, harus saling menjaga dan membantu agar dapat memberikan layanan dan informasi kepada klien dan calon pelanggan dengan lancar.
Dian Hidayat	Menurut beliau yang ia diketahui tentang Bank BNI hanyalah sekedar Bank BNI pada umumnya, dan dan Bank BNI Syariah juga merupakan industry jasa yang relatif baru, dimana merupakan Bank yang ketentuannya berdasarkan syariat islam didalam setiap aktivitas perbankan. Setelah beliau menggunakan Bank BNI Syariah ia merasa bahwa Bank BNI Syariah sangat berbeda dengan Bank BNI pada umumnya. Beliau mengatakan juga bahwa ia menggunakan Dual ATM yaitu BRI dan BNI Syariah.
Rian Prayoga Egissa	Menurutnya Bank BNI Syariah Kantor Cabang Ternate dimana komunikasi yang sangat baik. Mampu berkomunikasi dengan nasabah dengan baik, ramah dan juga mudah untuk dimengerti oleh setiap nasabah. Dan juga tersedianya kelengkapan dan kenyamanan untuk ditempati dengan begitu membuat nasabah betah dalam bertransaksi.

Pendapat diatas menyatakan bahwa dalam pelayanan pada Bank BNI Syariah Kantor Cabang Ternate sangat memuaskan dan mempermudah masyarakat dalam bertransaksi. Dengan penyatan tersebut maka untuk memperoleh data yang lebih lengkap maka saya mewawancarai salah satu pegawai di Bank BNI Syari'ah Kantor Cabang Ternate yang bernama Marhayu Bahar, adapun pendapat yang disampaikan:

“Persaingan antar bank saat ini sangat tinggi, hal ini menyebabkan perubahan paradigma nasabah dalam pemilihan sebuah bank nasabah datang ke bank tidak hanya sekedar menyeter dan menarik dana, melainkan juga membeli suasana dan menikmati kualitas pelayanan yang diberikan oleh bank”.⁵²

Selain itu, harus memuat fitur-fitur yang membuat transaksi dengan pelanggan menjadi lebih nyaman bagi mereka. Menurut Sugiarto, lembaga perbankan harus mampu memberikan berbagai layanan dan fasilitas yang memudahkan dan menyenangkan nasabahnya bertransaksi. Nasabah akan senang dan terus memanfaatkan layanan bank jika bank memberikan fasilitas yang memudahkan transaksi yang lancar. Bank BNI Syariah dapat berdampak pada pengambilan keputusan nasabah jika menawarkan layanan yang nyaman.

6. Gambaran Umum Objek Penelitian

Bank juga harus memiliki sumber daya yang diperlukan untuk membuat transaksi sederhana mungkin bagi pelanggan mereka. Menurut Sugiarto, lembaga perbankan harus mampu memberikan berbagai layanan dan fasilitas yang memudahkan dan menyenangkan nasabahnya bertransaksi. Nasabah akan senang dan terus memanfaatkan layanan bank jika bank memberikan fasilitas yang memudahkan transaksi yang lancar. Keputusan nasabah untuk menggunakan bank syariah akan dipengaruhi oleh ketersediaan fitur yang ramah nasabah.

Dalam pelayanan, pegawai Bank BNI Syari'ah Kantor Cabang Ternate dijanjikan prioritas utama dari Bank Rakyat Indonesia maupun

⁵² Arief Muhtosim, *Pemasaran Dan Kualitas Pelayanan*, (Malang: Bayumedia Publishing), 2007, Hal 32.

layanan sendiri ialah suatu aktifitas atau serangkaian aktifitas yang bersifat tidak kasat mata yang terjadi sebagai akibat adanya interaksi antara konsumen dengan karyawan atau hal-hal lainnya yang disebabkan oleh perusahaan pemberi pelayanan yang dimaksud untuk memecahkan permasalahan konsumen.

Berdasarkan hasil wawancara kedua nasabah yang menggunakan Bank Rakyat Indonesia dan Bank BNI Syariah. Meskipun Bank Rakyat Indonesia telah digunakan oleh nasabah untuk jangka waktu yang lebih lama, nasabah merasa lebih diuntungkan dengan menggunakan Bank BNI Syariah dibandingkan dengan menggunakan Bank Rakyat Indonesia.

Konsumen lebih cenderung menggunakan bank yang menghindari pemberitaan buruk dan bermanfaat bagi nasabah itu sendiri karena mereka cenderung tidak cemas mendengar berita buruk tentang bank. Seperti yang ditunjukkan oleh cabang di Ternate, fasilitas Bank Rakyat Indonesia lebih baik daripada fasilitas Bank BNI Syariah. Untuk pilihan perbankan, Bank Rakyat Indonesia memiliki delapan lokasi dan 16 ATM, sedangkan Bank BNI Syariah memiliki satu lokasi dan satu ATM.

Selain kenyamanan nasabah dalam hal perbankan, hal ini juga berdampak pada kemudahan dalam berbisnis. Mobile banking Bank BNI Syariah, di sisi lain, mengungguli mobile banking Bank Rakyat Indonesia.

Berdasarkan hasil wawancara kedua nasabah di Bank BNI Syariah Kantor Cabang Ternate. Keduanya lebih nyaman menggunakan *mobile banking* dari Bank BNI Syariah Kantor Cabang Ternate. Berdasarkan dari kegiatan penelitian di Bank BNI Syariah Kantor Cabang Ternate serta melalui tahapan penelitian. Diperoleh hasil penelitian mengenai keputusan nasabah dalam memilih BNI Syariah, maka dari hasil wawancara dapat disimpulkan tingkat pelayanan di BNI Syariah Kantor Cabang Ternate sangatlah baik sehingga nasabah dengan mudah dapat mengambil keputusan, karena dari hasil pengamatan dan wawancara berdasarkan latar belakang, kajian teori, dan metode penelitian serta pembahasan hasil

penelitian yang berjudul analisis faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah dalam memilih BNI Syariah Kantor Cabang Ternate”.

Maka dapat dikatakan bahwasannya nasabah yang telah diwawancarai telah merasa puas terhadap fasilitas dan pelayanan yang diberikan oleh Bank BNI Syariah Kantor Cabang Ternate sehingga nasabah lebih mudah dalam mengambil keputusan.

Nasabah Bank BNI Syariah Kantor Cabang Ternate diuntungkan dari faktor fasilitas pelayanan, yaitu faktor pelayanan atau aktivitas seseorang atau organisasi yang terus menerus memberikan pelayanan yang lebih baik dari pesaing.

Salah satu keunggulan Kantor Cabang Bank BNI Syariah Ternate adalah nasabah dapat menyimpan uang di Kantor Cabang Ternate dengan menelepon salah satu pegawainya dan tidak perlu datang ke bank secara langsung, karena pegawai Bank BNI Syariah datang langsung ke lokasi nasabah dan melakukan penarikan dana, yang merupakan salah satu fitur di atas.

Rasa aman dan kepercayaan nasabah sangat penting bagi nasabah yang mempertimbangkan untuk menabung di bank, dan hal ini biasanya dicapai melalui reputasi bank dan jaminan yang diberikan oleh Lembaga Penjaminan. Kantor Cabang Bank BNI Syariah Ternate juga menawarkan berbagai layanan lain kepada nasabahnya, selain pengelolaan internet banking, seperti pembukaan rekening BNI Syariah, melakukan setor tunai, penguncian rekening, pengajuan pinjaman BNI Syariah, dan melakukan pembayaran bekerja sama dengan BNI. Untuk itu Bank BNI Syariah Kantor Cabang Ternate menyarankan kepada seluruh masyarakat khususnya di Maluku Utara (Ternate) yang menggunakan jasa Bank BNI Syariah jika ada kendala maupun masalah dalam menggunakan jasa tersebut segera untuk menghubungi call center atau customer servis untuk info lebih lanjut.

Perbankan syariah harus menggunakan berbagai teknik agar ekspansi produk pembiayaan murabahah tetap berjalan. Rencana pemasaran yang efektif dan efisien adalah salah satu caranya. Keahlian dalam strategi pemasaran merupakan kunci keberhasilan perbankan syariah.

Bauran pemasaran adalah satu set alat dalam kotak alat konsep pemasaran yang dapat disesuaikan. Bauran pemasaran adalah kumpulan variabel yang mungkin dikelola oleh perusahaan, seperti produk, harga, promosi, dan lokasi, untuk mendapatkan reaksi yang diinginkan dari pasar sasaran.

Bank BNI Syariah Kantor Cabang Ternate menerapkan strategi promosi yang menjadi pertimbangan penting bagi bank syariah, dalam rangka mempromosikan barang murabahah dan menarik minat masyarakat. Pemasaran yang menarik dan efektif di Kantor Cabang BNI Syariah Bank Ternate akan mampu menarik nasabah untuk memanfaatkan barang dan jasa.

Ketika sampai pada definisi terbatas tentang pemasaran, promosi menempati posisi keempat di belakang produk, harga, dan lokasi. Pelanggan tidak akan tahu tentang bank atau hal-hal yang ditawarkannya jika tidak diiklankan. Untuk mendapatkan dan mempertahankan klien, periklanan adalah cara yang paling penting untuk melakukannya.

Kehadiran Bank BNI Syariah di Ternate didorong oleh fakta bahwa mayoritas penduduknya beragama Islam, memungkinkan ekspansi perusahaan perbankan berbasis ajaran Islam ini semakin cepat. Hampir semua bank tradisional sekarang menyediakan layanan keuangan yang sesuai dengan Syariah, tidak hanya yang hanya berdasarkan hukum Syariah.

Tujuan dan tindakan seseorang pada dasarnya dibentuk oleh latar belakang budaya mereka. Keyakinan, selera, dan tindakan orang dipengaruhi oleh budaya mereka, yang merupakan prediktor dasar dari

keinginan dan perilaku mereka. Ketika seorang anak tumbuh di negara lain, mereka mungkin memiliki perspektif yang berbeda tentang diri mereka sendiri, hubungan mereka dengan orang lain, dan kebiasaan mereka. Nilai-nilai budaya masing-masing bangsa harus dipertimbangkan oleh pemasar.

Di Maluku Utara yang mayoritas penduduknya beragama, struktur dan persepsi masyarakat kemungkinan akan mempengaruhi perilaku masyarakat dalam memilih bank. Pilihan masyarakat untuk menggunakan jasa perbankan tertentu tidak boleh dipengaruhi oleh pertimbangan atau penilaian agama yang semata-mata didasarkan pada alasan agama.

Faktor non-ekonomi juga dinilai memiliki peran dalam persepsi masyarakat terhadap industri perbankan. Bank (Syariah atau konvensional) memiliki penilaian yang kuat untuk membangun strategi berdasarkan keinginan nasabahnya.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan di atas sehingga bisa ditarik kesimpulan bahwasanya faktor pelayanan serta fasilitas yang disediakan cukup memadai sehingga nasabah dengan mudah mengambil suatu keputusan untuk menggunakan jasa pada Bank BNI Syari'ah Kantor Cabang Ternate.

B. Saran

Dari hasil penelitian dan kesimpulan yang telah di uraikan, kemudian penulis memberikan saran, yakni:

1. Bank hendaknya memperhatikan dengan sungguh-sungguh faktor kualitas pelayanan, agar mampu meningkatkan tingkat kepuasan nasabah dalam memilih Bank Syari'ah, pelayanan bank yang baik maka nasabah akan merasakan kepuasan tersendiri. Untuk itu haruslah pihak bank menjaga dan meningkatkan bentuk pelayanan agar supaya nasabah merasa nyaman dengan bentuk pelayanan dari Bank BNI Syari'ah Kantor Cabang Ternate dengan memfasilitasi dan memberi kemudahan dalam melakukan transaksi dan lain sebagainya.
Bagi Bank BNI Syari'ah Kantor Cabang Ternate supaya ditingkatkan lagi fasilitas pendukung serta tetap memberikan yang terbaik serta memperluas cabang-cabangnya supaya lebih mudah diakses.

DAFTAR PUSTAKA

- Antonio, M. Syafi'I, *Bank Syariah Dari Teori Ke Praktik* (Jakarta: Gema Insani, 2001)
- Antonio, Muhammad Syafii, *Bank Syariah , Wacana Ulama Dan Cendekiawan* (Jakarta: Bank Indonesia dan Tazkia Institut, 1999)
- , *Bank Syariah Bagi Bankir Dan Praktisi Keuangan* (Jakarta: Central Bank of Indonesia And Tazkia Institut, 1999)
- Antonio, Syafi'i, *Bank Syariah Teori Dan Praktek* (Jakarta: Gema Insani, 2001)
- Ardiana, Marissa, ' , Analisis Perbandingan Kinerja Keuangan Bank Syariah Dan Bank Konvensional Sebelum, Selama, Dan Sesudah Krisis Global Tahun 2008 Dengan Menggunakan 1 Metode Canel', *Jurnal Akuntansi*, 10 (2008), 35–39
- Ascarya, *Akad Dan Produk Syariah* (Jakarta: PT. Raja Garfindo Persada, 2006)
- Azwar, Saifuddin, *Metode Penelitian* (Yogyakarta: PUSTAKA BELAJAR, 2010)
- Burhan, M Bugin, *Penelitian Kualitatif Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik, Dan Ilmu Sosial Lainnya* (Jakarta: Kencana Prenada Media Grup, 2007)
- Efendi, Lutfi, 'Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pengambilan Keputusan Nasabah Pada Bank Syariah', (Universitas Islam Negeri Malang, 2009)
- El-Najjar, Ahmad, 'Ban Bila Fawaid Ka Istiratijayyah Lil Tanmiyah Al-Itishadiyyah' (Jeddah: King Abdul Aziz University, 1972)
- George R, Terry, *Prinsip-Prinsip Manajemen* (Jakarta: Bumi Aksara, 2003)
- Governance, Komite Nasional kebijakan Corporate, *Pedoman Good Corporate Governance Perbankan Indonesia*, 2004
- Huberman, Miles And, *Analisis Data Kualitatif* (Jakarta: Universitas Indonesia Press, 1992)
- Indonesia, Bank, *Petunjuk Pelaksanaan Pembukaan Kantor Bank Syariah* (Jakarta: Bank Indonesia, 1999)
- , *Undang-Undang Republik Indonesia No. 7 Tahun 1992 Tentang Perbankan Syariah*, 2008

- Indonesia, Institut Bankir, *Konsep Produk Dan Implementasi Operasional Bank Syariah* (Jakarta: Djambata, 2011)
- Ismail, *Perbankan Syariah* (Jakarta: Kencana Permada Media Group, 2011)
- Kasmir, *Manajemen Perbankan*, Edisi Revi (2011: Rajawali prss, 2011)
- Kiki, *Perilaku Pembelian* (bogor: Gramedia, 2010)
- Marissa, *Periklanan: Komunikasi Pemasaran Terpadu* (Jakarta: kencana, 2015)
- Maski, Ghozali, *Analisis Keputusan Nasabah* (Malang: Gramedia, 2010)
- Masyhur, Khahar, *Beberapa Pendapat Tentang Riba* (Jakarta: Kalam Mulia, 1999)
- Muhammad, *Manajemen Bank Syariah*, Edisi Revi (Yogyakarta: UPPSTIM YKPN, 2011)
- , *Manajemen Bank Syariah* (Yogyakarta: UPP AMP YKPN, 2005)
- Mulyana, Deddy, *Metodologi Penelitian, Penelitian Kualitatif, Paradigma Baru Ilmu Komunikasi Dan Ilmu Sosial Lainnya* (Bandung: PT REMAJA POSDAKARYA, 203AD)
- Mulyani, Sri, *Metode Analisis Dan Perancangan Sistem* (Bandung: ABDI SISTEMATIKA, 2016)
- Nasional, Departemen Pendidikan, *Kamus Besar Bahasa Indonesia* (Jakarta: BALAI PUSTAKA, 2005)
- Prastowo, Andi, *Metode Penelitian Kualitatif Dalam Perspektif Rancangan Penelitian*, (Yogyakarta: Ar-Ruzz Media, 2011)
- Purwanto, Rahmat, ‘Analisis Perbandingan Efisiensi Bank Umum Konvensional (Buk) Dan Bank Umum Syariah (Bua) Di Indonesia Dengan Metode Data Envelopment Analysis (Dea)’, *Jurnal Metode Data Evelopment*, 19 (2011), 134–35
- Rivai, Veithzal, *Islamic Banking: Sebuah Teori, Konsep Dan Aplikasi* (Jakarta: PT BUMI AKSARA, 2010)
- Salusu, J., *Pengambilan Keputusan Stratejik* (Jakarta: Pt Grasindo, 1996)
- Sari, Febrina, *Metode Dalam Pengambilan Keputusan* (Yogyakarta: cv budi utama, 2015)
- Schiffman, Leon dan Kanuk, Leslie Lazar, *Perilaku Konsumen* (Jakarta: indeks,

- 2008)
- Shinta, Agustina, *Manajemen Pemasaran* (Malang: UB Press, 2011)
- Sopiah, Etta Mamang Sangadji Dan, *Perilaku Konsumen Pendekatan Praktis Disertai Himpunan Jurnal Penelitian* (Yogyakarta: C.V Andi Offset, 2013)
- Sudarsono, Heri, *Bank Dan Lembaga Keuangan Syariah* (Yogyakarta: Ekonisia, 2003)
- , *Bank Dan Lembaga Keuangan Syariah* (Yogyakarta: EKONESIA, 2008)
- Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik* (Jakarta: PT Rineka Citra, 2018)
- Tjiptono, Fandy, *Pemasaran Strategi* (Yogyakarta: CV Andi, 2012)
- Wiroso, *Produk Perbankan Syariah* (Jakarta: LPFE Usakti, 2009)
- Yayan Fauzi, ‘Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Nasabah Menabung Di Perbankan Syariah’, (Universitas Negeri Sunan Kalijaga, 2010)
- Zuriah., Nurul, *Metodologi Penelitian Sosial Dan Pendidikan, 1st Ed* (Jakarta: PT.Bumi Aksara, 2006)

LAMPIRAN



KEMENTERIAN AGAMA RI
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) MANADO
FAKULTAS EKONOMI & BISNIS ISLAM

Jalan. Dr. N. H. Surosojangan Kompleks Bang. Berada 1 Kota Manado, Sulawesi Utara 95213, Nomor Telp. 0831-4240011, 0831-4240012

Nomor B-662/In.25/T.IV/TL.00.1/10.2020

Manado, 13 Oktober 2020

Lampiran :-

Hal Permohonan Izin Penelitian

Kepada Yth.

Pimpinan Kantor Bank BNI Syariah Ternate

Di-

Tempat

Assalamu 'alaikum Wr. Wb.

Dengan hormat disampaikan bahwa Mahasiswa Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Manado, yang tersebut namanya dibawah ini

Nama : **Lin Sundari Umasugi**
NIM : 16.4.2.043
Semester : IX (Sembilan)
Prodi : Perbankan Syariah
Fakultas : Ekonomi & Bisnis Islam

Bermaksud Mengadakan Penelitian Dalam Rangka Penyusunan Skripsi Yang Berjudul "**Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Dalam Memilih Bank Syariah** " Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi Dengan

Dosen Pembimbing:

1. Dr. Nurlaila Harun, M.SI
2. Dr. Andi Mukkaramah Nagauleng, MPd

Untuk maksud tersebut kami mengharapkan kiranya kepada Mahasiswa yang bersangkutan dapat diberikan izin untuk melakukan penelitian dari bulan Oktober s/d Desember 2020.

Demikian atas perhatian dan kerjasama diucapkan terima kasih.

Wassalam,
Dekan.

Dr. Rosdalina, M.Hum⁺
NIP: 197803242006042003

Tembusan :

1. Rektor IAIN Manado Sebagai Laporan;
2. Dekan FEBI;
3. Mahasiswa Yang bersangkutan;
4. Arsip.

PEDOMAN WAWANCARA

1. Bagaimana pendapat nasabah mengenai pelayanan Bank BNI Syariah pada saat melakukan transaksi?
2. Apa yang nasabah ketahui tentang Bank BNI Syariah?
3. Bagaimana pendapat nasabah tentang pelayanan bank BNI Syariah dan apakah nasabah merasa puas?
4. Apakah ada keluhan tentang tingkat pelayanan dari Bank BNI Syariah?
5. Adakah keluhan tentang tingkat pelayanan Bank BNI Syariah yang sekarang?

SURAT KETERANGAN WAWANCARA

Nama : Ian Windi Sugeha

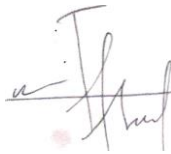
Alamat : Jati

Jabatan : Pimpinan Bank BNI Syariah Kantor Cabang Ternate

Menyatakan dengan ini bahwa yang bersangkutan telah diwawancarai oleh peneliti, menyangkut pembahasan skripsi dengan judul “Analisis Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Dalam Memilih Bank BNI Syariah Kantor Cabang Ternate”

Demikian surat keterangan ini di buat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Manado, 15 Juni 2022



Informan,

SURAT KETERANGAN WAWANCARA

Nama : Dian Hidayat

Alamat : Takoma

Jabatan : Nasabah

Menyatakan dengan ini bahwa yang bersangkutan telah diwawancarai oleh peneliti, menyangkut pembahasan skripsi dengan judul “Analisis Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Dalam Memilih Bank BNI Syariah Kantor Cabang Ternate”

Demikian surat keterangan ini di buat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Manado, 15 Juni 2022



Informan,

SURAT KETERANGAN WAWANCARA

Nama : Ryan P Egissa

Alamat : sasa

Jabatan : Nasabah

Menyatakan dengan ini bahwa yang bersangkutan telah diwawancarai oleh peneliti, menyangkut pembahasan skripsi dengan judul “Analisis Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Dalam Memilih Bank BNI Syariah Kantor Cabang Ternate”

Demikian surat keterangan ini di buat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Manado, 15 Juni 2022



Informan,

DOKUMENTASI
FOTO BERSAMA DARI SEBAGIAN NASABAH MALUKU UTARA



Gambar 1. wawancara dengan ibu Ian Windi Sugeha (pimpinan di Bank BNI Syariah Kantor Cabang Ternate).



Gambar 1. 2. wawancara dengan ibu Ian Windi Sugeha (pimpinan di Bank BNI Syariah Kantor Cabang Ternate).
Sumber: Dokumen Pribadi Peneliti.

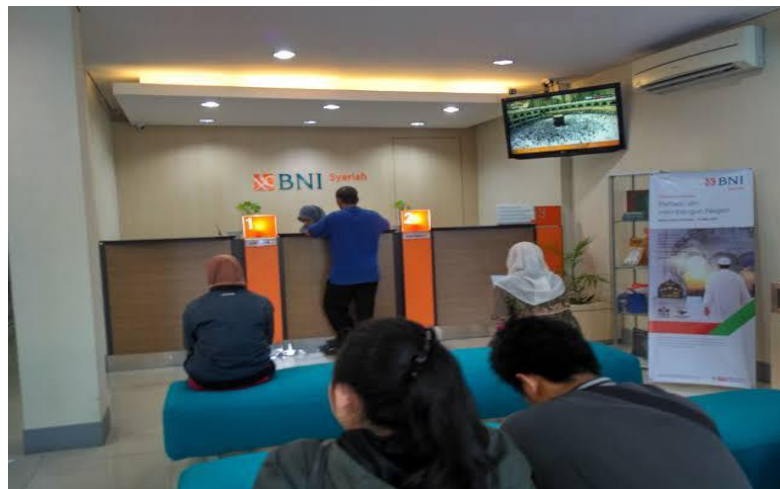


Gambar 1.3. wawancara dengan bapak Ryan P. Egissa
Sumber: Dokumen Pribadi Peneliti.



Gambar 1.3. wawancara dengan bapak Ryan P. Egissa dan Ibu Dian Hidayat Umasugi.

Sumber: Dokumen Pribadi Peneliti.



Gambar 1.4. Dokumen Pribadi Peneliti



Gambar 1.4. Dokumen Pribadi Peneliti

BIODATA PENULIS

Nama : Iin Sundari Umasugi

Tempat dan Tanggal Lahir : Waisakai, 03 Februari 1998

Alamat : Waisakai, Kec Mangoli Utara Timur Kab Kepulauan Sula Sanana Provinsi Maluku Utara Ternate

Agama : Islam

No. Telp/HP : 085216843032

E-Mail : iinsundariu@gmail.com

Nama Orang Tua

a. Ayah : Abd Rauf Umasugi

b. Ibu : Dalmi Atmo

Pekerjaan Orang Tua

a. Ayah : Tani

b. Ibu : Ibu Rumah Tangga

Riwayat Pendidikan Formal

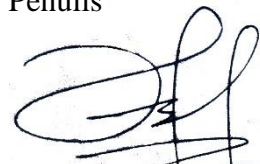
1. SD : SD Negeri 1 Mangoli Utara Timur

2. SMP : SMP Negeri 2 Mangoli Utara Timur

3. SMA : SMA Negeri 1 Sanana

4. PT : IAIN Manado

Manado, 23 Juni 2022
Penulis



Iin Sundari Umasugi
NIM: 16.4.2.035