

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### A. Latar Belakang Masalah

Dewasa ini perkembangan dalam hal ekonomi mengalami kemajuan. Hal ini ditandai dengan berkembangnya lembaga-lembaga ekonomi. Akan tetapi perkembangan tersebut tidak serta merta muncul. Hal tersebut juga sangatlah dipengaruhi oleh masyarakat. Masyarakat yang berhak untuk menilai seberapa pentingnya hal apa yang harus dikembangkan dan hal apa yang seharusnya tidak seberapa penting untuk dikembangkan. Penilaian masyarakat terhadap suatu hal tersebut sering kita kenal dengan persepsi.

Persepsi merupakan suatu proses yang timbul akibat adanya sensasi, di mana pengertian sensasi adalah aktivitas merasakan atau penyebab keadaan emosi yang menggembirakan. Persepsi adalah proses bagaimana stimuli-stimuli itu diseleksi, diorganisasikan, dan diinterpretasikan<sup>1</sup>.

Definisi lain "*perception is the process through which individuals are exposed to information, attend to that information, and comprehend it*".<sup>2</sup> Di mana persepsi adalah proses seorang individu dalam mengeksplorasi informasi, mengikuti informasi dan memahami informasi. Dan persepsi

---

<sup>1</sup> Nugroho J Setiadi, *Perilaku Konsumen : Konsep dan Implikasi untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran*, (Jakarta : Prenada Media Group. 2003), 159.

<sup>2</sup> Ujang Suwarman, *Perilaku Konsumen : Teori Dan Penerapannya Dalam Pemasaran Edisi Kedua*, (bogor: Ghalia Indonesia.,2011),96.

merupakan salah satu komponen yang sangat penting bagi suatu kegiatan ekonomi.

Persepsi setiap orang terhadap suatu objek akan berbeda-beda. Oleh karena itu persepsi memiliki sifat subjektif. Persepsi yang dibentuk oleh seseorang dipengaruhi oleh pikiran dan lingkungan sekitarnya. Selain itu, satu hal yang perlu diperhatikan dari persepsi adalah bahwa persepsi secara substansi bisa sangat berbeda dengan realitas.

Persepsi dalam suatu kegiatan ekonomi sangatlah penting, termasuk dalam hal perbankan. Dalam kegiatan perbankan maju atau tidaknya sebuah bank sangatlah bergantung kepada masyarakat, hal ini dikarenakan bank hanyalah sebagai media intermediasi antara pemilik dana berlebih dengan menyalurkan kepada masyarakat yang membutuhkan dana. Maka di sini letak persepsi, dimana persepsi masyarakat akan berpengaruh terhadap perkembangan bank tersebut. Namun, dalam kegiatan perbankan masyarakat yang berkecimpung dengan perbankan disebut dengan nasabah. Maka bukanlah persepsi masyarakat melainkan persepsi nasabah.

Persepsi merupakan komponen dalam perilaku konsumen, dimana perilaku konsumen (*consumer behavior*) adalah studi tentang unit-unit pembelian (*buying units*) dan proses pertukaran yang melibatkan perolehan, konsumsi, dan pembuangan barang, jasa, pengalaman, serta ide-ide.<sup>3</sup>

Dalam perilaku konsumen, seseorang akan melakukan proses pengambilan keputusan. Proses pengambilan keputusan ini yang akan

---

<sup>3</sup> John C. Mowen, *Consumer Behavior*, edisi kelima jilid 1, Lina Salim, (Jakarta : Erlangga, 2001), 7.

menjadi pilihan bagi seseorang untuk memilih suatu produk ataupun pilihan yang telah tersaji. Beberapa pengaruh perilaku konsumen inilah yang akan menjadi penilaian suatu instansi ataupun lembaga dalam menawarkan produk agar dapat diterima oleh masyarakat.

Di negara maju, bank menjadi lembaga yang sangat strategis dan memiliki peran penting dalam perkembangan perekonomian Negara. Di negara berkembang, kebutuhan masyarakat terhadap bank tidak hanya sebatas pada penyimpanan dana dan penyaluran dana saja, akan tetapi juga terhadap pelayanan jasa yang di tawarkan oleh bank.

Bank dapat menghimpun dana masyarakat secara langsung dari nasabah. Bank merupakan lembaga yang dipercaya oleh masyarakat dari berbagai macam kalangan dalam menempatkan dananya secara aman. Dan di sisi lain bank dapat memberikan pinjaman kepada masyarakat yang membutuhkan dana.

Menurut undang-undang perbankan nomor 10 tahun 1998 yang dimaksud dengan bank adalah badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkan ke masyarakat dalam bentuk kredit dan atau dalam bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat banyak.<sup>4</sup> Kehadiran dan fungsi perbankan tersebut sangatlah berpengaruh di Indonesia baik untuk masyarakat, industri besar, menengah atau bawah mempunyai peranan dan pengaruh yang sangat signifikan. Hal ini terjadi karena kebutuhan akan bank baik untuk penguatan

---

<sup>4</sup> Ismail, *Perbankan Syariah*,( Jakarta : Kencana Prenada Media Group, 2011),32.

modal atau penyimpanan uang oleh masyarakat sudah menjadi hal yang biasa.

Dalam mengantisipasi kebutuhan masyarakat serta memberikan rasa aman, nyaman dalam transaksi perbankan, kehadiran Bank Syariah merupakan salah satu solusi untuk menambah kepercayaan terhadap kegiatan perbankan khususnya di Indonesia.

Bank Syariah merupakan salah satu produk perbankan yang berlandaskan sistem perekonomian islam, sistem ekonomi Islam atau syariah sekarang ini sedang banyak diperbincangkan di Indonesia. Banyak kalangan masyarakat yang mendesak agar pemerintah Indonesia segera mengimplementasikan sistem ekonomi Islam dalam sistem perekonomian Indonesia seiring dengan hancurnya sistem ekonomi kapitalisme.

Dalam Undang-undang Perbankan Syariah No 21 tahun 2008 menyatakan bahwa perbankan syariah adalah segala sesuatu yang menyangkut tentang bank syariah dan unit usaha 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).<sup>5</sup>

Bank Syariah pada awalnya dikembangkan sebagai suatu respon dari kelompok ekonomi dan praktisi perbankan muslim yang berupaya

---

<sup>5</sup> Ibid, 33.

mengakomodasi desakan dari berbagai pihak yang menginginkan agar tersedia jasa transaksi keuangan yang dilaksanakan sejalan dengan nilai moral dan prinsip-prinsip syariah Islam.

Umat Islam diharapkan dapat memahami perkembangan bank syariah dan mengembangkannya apabila dalam posisi sebagai pengelola bank syariah yang perlu secara cermat mengenali dan mengidentifikasi semua mitra kerja yang sudah ada maupun yang potensial untuk pengembangan bank syariah.

Dalam perkembangannya itu muncullah bank pertama yang menganut prinsip syariah yaitu Bank Muamalat Indonesia pada tahun 1992<sup>6</sup>. Dengan berkembangnya Bank Muamalat Indonesia, dan seiring berjalannya waktu muncul satu persatu bank yang menganut prinsip syariah. Salah satunya Bank Negara Indonesia Syariah.

Berdasarkan pada UU no 10 Tahun 1998 mengenai awal berdirinya BNI Syariah, dimana dimulailah PT Bank Negara Indonesia (Persero ) merintis Divisi Usaha Syariah<sup>7</sup>. Berawal dari 5 kantor Cabang di Yogyakarta, Malang, Pekalongan, Jepara dan Banjarmasin yang mulai beroperasi tanggal 29 April 2000, kini BNI Syariah memiliki lebih dari 20 Cabang di seluruh Indonesia. Untuk memperluas layanan pada masyarakat, masing-masing kantor cabang utama tersebut membuka kantor-kantor cabang pembantu syariah (KCPS), sehingga keseluruhan kantor cabang syariah sampai tahun 2007 berjumlah 54 buah. Selanjutnya berlandaskan peraturan Bank Indonesia No 8/3/ PBI/2006 tentang pemberian ijin bagi

---

<sup>6</sup> Muhammad syafi'I Antonio, *Bank syariah dari teori ke praktik.*( Jakarta:Gema insani, 2001),25.

<sup>7</sup> [www.bnisyariah.co.id](http://www.bnisyariah.co.id). (diakses pada tanggal 28 Desember 2013, pukul 21:18)

kantor cabang Bank konvensional yang memiliki unit usaha syariah untuk melayani pembukaan rekening produk dana syariah, BNI Syariah merespon ketentuan ini dengan cara bersinergi dengan cabang konvensional guna melakukan “*office channelling*”. Hingga saat ini *outlet* layanan syariah pada kantor cabang konvensional berjumlah 636 *outlet*.<sup>8</sup>

Pada tahun 2000 BNI syariah membuka 5 kantor cabang syariah sekaligus di kota-kota potensial yakni Yogyakarta, Malang, Pekalongan, Jepara, dan Banjarmasin, tahun 2001 BNI syariah membuka 5 kantor cabang syariah yang difokuskan di kota-kota besar Indonesia seperti: Jakarta (2 cabang), Bandung, Makassar, dan Padang. Pada tahun 2004 BNI syariah prima cabang Surabaya beroperasi di Surabaya berlokasi di Jalan Raya Darmo No. 127 Surabaya. BNI syariah prima cabang Surabaya di dirikan pada tahun 2004, yang mana membuktikan kinerja yang baik, dan terbukti dengan diterimanya penghargaan untuk BNI syariah prima kantor cabang Surabaya sebagai cabang yang memiliki kinerja terbaik tahun 2005 dan 2006, berupa tingkat pertumbuhan yang mencapai 140% untuk laba dan 35% untuk pembiayaan pada tahun 2006<sup>9</sup>, yang mana syarat atau ketentuan menjadi nasabah dari BNI syariah ini nasabah harus menabung dengan jumlah uang minimal sebesar Rp 250.000. Dengan berlalu waktu dan pasar-pasar uang semakin menurun maka BNI syariah merubah BNI syariah prima menjadi BNI syariah Reguler yang beralokasi di jalan Bukit Darmo Boulevard No.

---

<sup>8</sup>[Http://ekonomisyariah.blog.gusnadarma.ac.id/2010/11/20/perbankan-syariah-“studi-kasus-bni-syariah”](http://ekonomisyariah.blog.gusnadarma.ac.id/2010/11/20/perbankan-syariah-“studi-kasus-bni-syariah”) (Diakses pada tanggal 25 Juli 2013, pukul 12:10).

<sup>9</sup> Ibid.,

8A Surabaya. Dan sampai sekarang Bank BNI ini masih tetap eksis di kalangan masyarakat menengah dan ke atas.

Potensi pasar perbankan syariah tersebar luas di daerah Sidoarjo, yang dibuktikan dengan adanya fakta bahwa sebagian besar nasabah BNI Syariah cabang Surabaya adalah dari Kabupaten Sidoarjo. Oleh karena itu, pada tanggal 23 November 2011 BNI Syariah Surabaya membuka Kantor cabang Pembantu di Sidoarjo. Yaitu bertempat di Jalan Gajah Mada nomor 179 Sidoarjo.

Dalam perkembangan saat ini banyak sekali konsep-konsep yang muncul dan hal tersebut perlu adanya suatu pemahaman yang tepat dalam memahami konsep yang telah dirumuskan agar apa yang menjadi tujuan dari pada konsep tersebut bisa tercapai.

Pembiayaan *Murābahah* adalah pembiayaan yang saat ini telah digandrungi oleh masyarakat. Kebanyakan dari mereka lebih memilih pembiayaan *Murābahah* dibandingkan dengan pembiayaan yang lainnya. Seperti di kawasan Jawa Timur tepatnya di Kota Sidoarjo. Mereka berinteraksi dengan melakukan pembiayaan *Murābahah*. Saat ini BNI Syariah Kantor Cabang Pembantu Sidoarjo telah gencar melakukan ekspansinya dengan meluncurkan produk baru yaitu pembiayaan Emas iB Hasanah.

Dalam hukum syariah khususnya dalam muamalah dikenal yang namanya konsep pembiayaan, tidak hanya pembiayaan akan tetapi dalam muamalah juga dikenal yang namanya *funding* atau penghimpunan dan

*lending* atau penyaluran. Dalam hal ini akan lebih terfokus pada konsep pembiayaan yang khususnya konsep pembiayaan Emas iB Hasanah , pembiayaan Emas iB Hasanah menggunakan konsep, yang secara arti syariah adalah suatu penjualan barang seharga barang tersebut ditambah keuntungan yang disepakati<sup>10</sup>.

Konsep pembiayaan ini terdapat pada konsep Jual beli *Murābahah* yang disyariatkan sebagaimana bentuk jual beli pada umumnya, yakni dalam surat Al Baqarah ayat 275 :

... وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا ...

...Padahal Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba<sup>11</sup> ...

Dalam prakteknya pembiayaan *Murābahah* adalah pembiayaan yang diberikan kepada nasabah atas kebutuhan nasabah akan kepemilikan suatu barang yang didasarkan atas konsep syariah yakni konsep *Murābahah*. Dalam pembiayaan ada dua pihak yakni pihak bank dan pihak nasabah, sebagaimana dalam al quran telah di jelaskan bahwa dalam transaksi itu haruslah secara rela antara kedua belah pihak tidak ada yang dirugikan. Sebagaimana pernyataan dalam firman Allah surat an-Nisa' ayat 29 yang menyatakan :

---

<sup>10</sup> Adiwarmanto Karim, *bank islam: analisis fiqh keuangan*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, edisi ke-3,2007), 103.

<sup>11</sup>Departemen Agama RI. *.Al- Qur'an dan Terjemahannya*, (Bandung: CV Penerbit Jumanatul'Ali-Art,2005),14.

يَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا  
 أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ  
 كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا ﴿٢٦﴾

“Hai orang yang beriman! Janganlah kalian saling memakan (mengambil) harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan sukarela diantaramu...”<sup>12</sup>.

Pada dasarnya pembiayaan *Murābahah* yang ditawarkan oleh pihak BNI Syariah sama halnya dengan pembiayaan *Murābahah* yang ditawarkan oleh Bank Syariah yang lainnya. Dalam hal ini pembiayaan *Murābahah* emas dengan nama pembiayaan Emas iB Hasanah yang menjadi objek fokus dari penelitian ini. Pembiayaan Emas iB Hasanah sebagaimana yang ada pada BNI Syariah bahwa bank selaku penjual menjual produk emas kepada nasabah dengan sistem *Murābahah*, keuntungan yang diperoleh bank telah ditetapkan sebagai bentuk kesepakatan antara bank dengan nasabah.

Pembiayaan emas yang ditawarkan oleh BNI Syariah adalah Pembiayaan Emas iB Hasanah. Pembiayaan Emas iB Hasanah (BNI Syariah Kepemilikan Emas) merupakan fasilitas pembiayaan yang diberikan untuk membeli emas logam mulia dalam bentuk batangan yang diangsur secara pokok setiap bulannya melalui akad *Murābahah* (jual beli). Pembiayaan emas di sini merupakan pembiayaan yang tergolong pembiayaan baru yakni di

<sup>12</sup>Ibid, h 122.

luncurkan pada bulan Februari tahun 2013. Produk ini bisa menjadi alternatif investasi yang aman bagi masyarakat karena harga emas yang cenderung naik dan tahan terhadap inflasi. Namun sampai detik ini, perkembangan produk baru ini hanya mendapat respon oleh nasabah sebanyak 12 nasabah. Berdasarkan wawancara langsung antara penulis dengan Account Officer tempo hari pada hari jum'at tanggal 27 September 2013<sup>13</sup>, “Pembiayaan *Murābahah* disini tidaklah banyak peminatnya, hingga hari ini peminat dari pembiayaan *Murābahah* hanyalah 12 nasabah, entah kenapa produk ini peminatnya hanya sedikit padahal pembiayaan ini merupakan pembiayaan yang baru diluncurkan oleh PT. Bank BNI Syariah KCP Sidoarjo”.

Berdasarkan atas wawancara tersebut dapat dikatakan bahwa pengembangan produk *Murābahah* emas ini tergolong berjalan lambat dan belum berkembang. Upaya pengembangan bank syariah tidak cukup hanya berdasarkan pada aspek-aspek legal dan peraturan perundang-undangan tetapi juga harus berorientasi kepada pasar atau masyarakat sebagai pengguna jasa (konsumen) lembaga perbankan. Keberadaan bank syariah secara umum memiliki fungsi strategis sebagai lembaga intermediasi dan memberikan jasa dalam lalu lintas pembayaran, namun karakteristik dari sebuah bank syariah dapat mempengaruhi perilaku calon nasabah dalam menentukan preferensi mereka terhadap pemilihan produk-produk yang ditawarkan oleh bank syariah tersebut. Lebih lanjut, perilaku nasabah terhadap pemilihan produk dapat dipengaruhi oleh sikap dan persepsi

---

<sup>13</sup> Aditya Sukma Putra, *Wawancara*, Sidoarjo, 27 September 2013.

masyarakat terhadap karakteristik perbankan itu sendiri. Untuk menawarkan produk-produk tersebut bank syariah harus dapat memahami masyarakat terlebih memberikan kesan kepada nasabah agar nasabah memiliki persepsi yang baik terhadap produk-produk yang di tawarkan terlebih produk *Murābahah* emas.

Berangkat dari pemaparan permasalahan diatas peneliti mengambil judul “Persepsi Nasabah terhadap Pembiayaan Emas iB Hasanah di PT. Bank BNI Syariah Kantor Cabang Pembantu Sidoarjo”.

## **B. Identifikasi Masalah**

Banyak permasalahan yang terdapat dalam latar belakang yang masih global maka tentunya dalam penelitian ini perlu adanya identifikasi masalah, beberapa masalah tersebut adalah :

1. Konsep persepsi
2. Perilaku konsumen
3. Konsep *Murābahah*
4. Pembiayaan Emas iB Hasanah

## **C. Batasan Masalah**

Atas pembahasan masalah lebih terfokus, maka diperlukan batasan masalah dalam penelitian. Penelitian ini dibatasi pada:

1. Implementasi pembiayaan Emas iB Hasanah di PT. Bank BNI Syariah Kantor Cabang Pembantu Sidoarjo.
2. Persepsi nasabah terhadap pembiayaan Emas iB Hasanah di PT. Bank BNI syariah Kantor Cabang Pembantu Sidoarjo.

#### **D. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah dan batasan masalah yang telah diuraikan diatas, maka peneliti dapat merumuskan permasalahan sebagai berikut :

1. Bagaimana implementasi pembiayaan Emas iB Hasanah di PT. Bank BNI Syariah Kantor Cabang Pembantu Sidoarjo?
2. Bagaimana persepsi nasabah terhadap pembiayaan Emas iB Hasanah di PT. Bank BNI Syariah Kantor Cabang Pembantu Sidoarjo?

#### **E. Kajian Pustaka**

Kajian pustaka adalah deskripsi singkat tentang kajian atau penelitian yang sudah pernah dilakukan diseperti masalah yang diteliti sehingga terlihat jelas bahwa kajian yang dilakukan ini bukanlah pengulangan atau duplikasi dari kajian atau penelitian tersebut.

Pembahasan mengenai persepsi nasabah sebelumnya sudah ada karya tulis ilmiah yang membahasnya. Diantaranya “ Dian Fauziah (2005) dengan judul “ Persepsi nasabah terhadap pengelolaan dana *Mudharabah*” penelitian

tersebut menjelaskan bahwa variabel mutu pelayanan, keuntungan, fleksibilitas, fasilitas, jaminan, hadiah dan keberadaan *Mudharabah* berpengaruh secara serentak terhadap kepuasan nasabah, akan tetapi secara parsial variabel keuntungan dan fleksibilitas yang sangat berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan nasabah, sedangkan sisanya berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah<sup>14</sup>.

Karya tulis yang lainnya yaitu Frida Nur Asri (2004) dengan judul “Pengaruh persepsi kualitas layanan dan kepuasan konsumen terhadap kepuasan pembeli” yang menjelaskan tentang implementasi organisasi *retail* terutama dalam meningkatkan *purchase intention* pelanggan dengan strategi meningkatkan kualitas layanan dan kepuasan pelanggan. Dan faktor yang harus diperhatikan adalah kepuasan pelanggan<sup>15</sup>.

Ada juga karya tulis yang lainnya oleh Ivansyah Tito Mochammad (2007) yaitu tentang “Analisis persepsi nasabah terhadap pengelolaan dana *Murabahah* di BMT-MUU Sidogiri Pasuruan” penelitian ini menjelaskan bahwa proses pelayanan dalam mencairkan dana *Murabahah* tidaklah terlalu rumit bahkan pengelolaan dana *Murabahah* benar-benar diberikan kepada

---

<sup>14</sup> Dian Fauziah., “*Persepsi nasabah terhadap pengelolaan dana Mudharabah* .,” dalam [www.docstoc.com/docs/141437441/skripsi-analisis-persepsi-nasabah-terhadap-Pengelolaan-dana-Mudharabah](http://www.docstoc.com/docs/141437441/skripsi-analisis-persepsi-nasabah-terhadap-Pengelolaan-dana-Mudharabah) ( 30 November 2013 )

<sup>15</sup> Frida Nur Asri, “*Pengaruh persepsi kualitas layanan dan kepuasan konsumen terhadap kepuasan pembeli*,” dalam [www.docstoc.com/docs/141437441/skripsi-analisis-persepsi-nasabah-terhadap-Pengelolaan-dana- Murabahah](http://www.docstoc.com/docs/141437441/skripsi-analisis-persepsi-nasabah-terhadap-Pengelolaan-dana-Murabahah) ( 30 November 2013 )

orang-orang yang membutuhkan dana untuk usaha ataupun membeli barang yang diinginkan oleh nasabah<sup>16</sup>.

Dari ketiga karya tulis ilmiah tersebut meskipun sama-sama membahas tentang persepsi nasabah, akan tetapi objek dalam penelitian tersebut berbeda. Dalam penelitian ini objek penelitiannya adalah persepsi nasabah terhadap pembiayaan Emas iB Hasanah di PT. Bank BNI Syariah Kantor Cabang Pembantu Sidoarjo. Penelitian ini akan mengkaji persepsi nasabah terhadap pembiayaan Emas iB Hasanah yang tergolong baru di PT. Bank BNI Syariah Kantor Cabang Pembantu Sidoarjo.

#### **F. Tujuan Penelitian**

1. Untuk mengetahui implementasi pembiayaan Emas iB Hasanah di PT. Bank BNI Syariah Kantor Cabang Pembantu Sidoarjo.
2. Untuk mengetahui persepsi nasabah terhadap pembiayaan Emas iB Hasanah di PT. Bank BNI Syariah Kantor Cabang Pembantu Sidoarjo.

#### **G. Kegunaan Hasil Penelitian**

1. Secara teoretis

Penelitian ini dapat dijadikan acuan atau sebagai hipotesis bagi penelitian berikutnya yang memiliki relevansi dengan penelitian ini.

---

<sup>16</sup> Ivansyah Tito Mochammad., “*Analisis persepsi nasabah terhadap pengelolaan dana Murâbahah di BMT-MUU Sidogiri Pasuruan.*,” dalam [www.docstoc.com/docs/141437441/skripsi-analisis-persepsi-nasabah-terhadap-Pengelolaan-dana-Murâbahah](http://www.docstoc.com/docs/141437441/skripsi-analisis-persepsi-nasabah-terhadap-Pengelolaan-dana-Murâbahah) ( 30 November 2013)

## 2. Secara Praktis

- a. Bagi akademisi, penelitian ini adalah sebuah penelitian terhadap perilaku konsumen terkait dengan nasabah perbankan, sehingga penelitian ini dapat dijadikan sebagai acuan untuk mendesain karakteristik tentang perilaku nasabah.
- b. Bagi pihak perbankan, berguna sebagai masukan tentang persepsi nasabah terhadap pembiayaan Emas iB Hasanah dengan maksud dapat memperbaiki, menyusun dan merancang strategi pemasaran bagi mereka.

## H. Definisi Operasional

Agar penelitian dapat dipahami oleh pembaca dalam mengartikan judul skripsi maka diperlukan penjelasan mengenai judul yang akan penulis teliti. Judul penelitian ini adalah “Persepsi Nasabah Terhadap Pembiayaan Emas iB Hasanah di PT. Bank BNI Syariah Kantor Cabang Pembantu Sidoarjo”.

Berikut adalah definisi operasional dari judul yang akan peneliti teliti :

1. Persepsi Nasabah Emas iB Hasanah : Proses melihat, memperhatikan, merasakan, dan memahami produk Emas iB Hasanah yang pada hasil akhir akan menimbulkan suatu penilaian baik ataupun buruk dari produk tersebut.

2. Emas iB Hasanah : Produk pembiayaan kepemilikan emas yang ditawarkan oleh BNI Syariah KCP Sidoarjo. Pembiayaan ini adalah pembiayaan atas kepemilikan emas yang dapat dimiliki oleh nasabah dengan cara mengangsur.<sup>17</sup>
3. BNI Syariah : Bank Negara Indonesia (BNI) Syariah di PT. Bank BNI Syariah KCP Sidoarjo. Tempat penelitian bagi peneliti. Pihak-pihak yang berkecimpung dengan produk pembiayaan Emas iB Hasanah.

## I. Metode Penelitian

Adapun jenis penelitian ini adalah penelitian kualitatif yaitu penelitian langsung dilapangan dengan tahapan-tahapan sebagai berikut:

### 1. Data yang Dikumpulkan

Data yang akan dihimpun dalam penelitian ini adalah

- a. Persepsi nasabah tentang pembiayaan Emas iB Hasanah PT. Bank BNI Syariah Kantor Cabang Pembantu Sidoarjo.
- b. Pembiayaan Emas iB Hasanah di PT. Bank BNI Syariah Kantor Cabang Pembantu Sidoarjo.

### 2. Sumber Data

- a. Sumber data primer

Yaitu sumber data pertama yang berasal dari *Pgs. Account Officer* pihak BNI Syariah Kantor Cabang Pembantu Sidoarjo dan

---

<sup>17</sup> [www.bnisyariah.co.id/](http://www.bnisyariah.co.id/)tgl 26-10-2013, pukul 07:58.

nasabah pembiayaan Emas iB Hasanah di PT. Bank BNI Syariah Kantor Cabang Pembantu Sidoarjo yang akan di wawancarai.

b. Sumber data sekunder

Yaitu sumber pendukung dan pelengkap yang diambil dari beberapa literatur pustaka yang berhubungan dengan masalah yang diteliti yaitu :

- 1) *Perilaku Konsumen : Implementasi pada Strategi Pemasaran*, Tatik Suryani.
- 2) *Perilaku Konsumen :Konsep dan Implikasi untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran*, Nugroho J Setiadi.
- 3) *Perilaku Konsumen Jilid I*, John C Mowen dan Michael.
- 4) *Hukum Kontrak Syariah*, Burhanuddin S.
- 5) *Fatwa DSN MUI No 77/2010 tentang Murābahah Emas*

3. Teknik Pengumpulan Data

Untuk memperoleh data penelitian maka peneliti akan menggunakan teknik sebagai berikut :

a. Observasi

Yang dimaksud dengan observasi adalah peneliti akan melakukan kunjungan atau melakukan pengamatan langsung ke lokasi penelitian. Observasi dilakukan untuk mengumpulkan data secara langsung karena dapat memperoleh data yang secara utuh dan akurat. Metode ini digunakan untuk mengetahui gambaran

umum tentang persepsi nasabah terhadap pembiayaan Emas iB Hasanah.

b. Interview

Yang dimaksud dengan interview yaitu melakukan wawancara dengan pihak-pihak yang bersangkutan sehubungan dengan permasalahan yang ada pada skripsi ini. Pada sesi wawancara ini, peneliti akan melakukan wawancara kepada nasabah pembiayaan Emas iB Hasanah di PT. Bank BNI Syariah KCP Sidoarjo dan peneliti akan melakukan wawancara kepada *Pgs. Account Officer* selaku pihak yang sangat bersangkutan dengan produk pembiayaan Emas iB Hasanah.

c. Dokumentasi

Yang dimaksud dengan dokumentasi yaitu pengambilan data tentang pembiayaan Emas iB Hasanah dengan cara mempelajari dokumen-dokumen yang berhubungan dengan mekanisme pembiayaan Emas iB Hasanah sehingga data tersebut dapat dijadikan sebagai masukan yang berhubungan dengan pokok pembahasan.

4. Teknik analisis data

Teknis analisis dalam memperoleh data-data menggunakan deskriptif analisis yakni mengumpulkan data yang tersedia kemudian mengorganisasikan dan selanjutnya dianalisis. Data yang di dapat dari interview akan diolah dan disistematiskan agar dapat menjadi gambaran

tentang persepsi nasabah terhadap pembiayaan Emas iB Hasanah. Selanjutnya hasil penelitian di lapangan akan dihubungkan dengan permasalahan dalam skripsi yang peneliti lakukan guna mendapatkan kesimpulan.

## **J. Sistematika Penulisan**

Untuk menjadikan penelitian ini lebih terarah, diperlukan adanya sistematika pembahasan. Untuk lebih jelasnya, di bawah ini diuraikan mengenai pembahasan.

Bab I : Merupakan pola umum yang menggambarkan keseluruhan isi skripsi dengan muatan latar belakang masalah, identifikasi dan batasan masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan hasil penelitian, definisi operasional, metode penelitian dan sistematika pembahasan.

Bab II : Memuat landasan teori yang berisikan, kajian teoritis tentang persepsi nasabah, perilaku konsumen dan konsep tentang akad *Murābahah*.

Bab III : Membahas tentang data-data penelitian yaitu profil PT. Bank BNI Syariah Kantor Cabang Pembantu Sidoarjo dan implementasi pembiayaan Emas iB Hasanah di PT. Bank BNI Syariah Kantor Cabang Pembantu Sidoarjo.

Bab IV : Merupakan analisis hasil penelitian yaitu analisis persepsi nasabah terhadap pembiayaan Emas iB Hasanah di PT. Bank BNI Syariah Kantor Cabang Pembantu Sidoarjo.

Bab V : Penutup, yang berisikan kesimpulan dan saran.