BAB IV

ANALISIS PELAKU USAHA KECIL MENENGAH (UKM) TERHADAP ATRIBUT PRODUKBANK SYARIAH DI JEMUR WONOSARI

A. Persepsi Pelaku Usaha Kecil Menengah (UKM) Terhadap Atribut Produk Bank Syariah

Dari kedelapan informa ada dua pendapat tentang persepsi atribut produk bank syariah, ada yang tidak mengetahui tentang atribut produk bank syariah ada pula yang mengetahui tentang atribut produk bank syariah. Untuk informa yang mengetahui tentang atribut produk bank syariah karena sering berinteraksi dengan mereka yang mengetahui tentang atribut produk bank syariah yang ahli dalam bidangnya, sehingga mau tidak mau informa mengetahui tentang atribut produk bank syariah.

Sedangkan informa yang tidak mengetahui tentang atribut produk bank syariah karena mereka sering mengabaikan informasi yang ada di sekeliling mereka dan memiliki angapan tidak begitu penting, sehingga yang seharusnya para informa ini mengetahui tentang atribut produk bank syariah menjadi tidak mengetahui, bahkan merasa asing dengan istilah tentang atribut produk bank syariah dan hanya mengerti nama bank syariah saja. Ada pelaku UKM yang tidak mengerti sama sekali tentang atribut bank syariah beserta produknya, akan tetapi mayoritas informa yang diambil peneliti untuk mewakili pelaku UKM lainnya mengerti tentang nama bank syariah akan tetapi tidak mengetahui atribut produk bank syariah, untuk informa yang mengetahui atribut bank syariah, dan mengetahui manfaat

atribut produk bank syariah adalah Kartini(Tin), Rifki dan Rubiati Alim. Mereka bertiga adalah para pelaku UKM atau informa yang mengetahui tentang atribut produk bank syariah, dan lainnya adalah para pelaku UKM yang tidak mengetahui tidak di cantumkan peneliti untuk pembahasan yang lebih spesifik.

B. Analisis Pelaku Usaha Kecil Menegah (UKM) untuk mendapatkan Informasi Tentang Atribut Produk Bank Syariah.

Dari hasil wawancara dengan para pelaku UKM untuk mengetahui informasi tentang bank syariah dan atribut produk bank , ada media yang diperlukan para pelaku UKM ini untuk memperolehnya, ada yang mengetahui dari satu media ada pula yang lebih dari satu untuk mengetahui atribut produk bank syariah, dan berikut ini peneliti mengambarkan dengan tabel :

Tabel 4.1 Media yang digunakan para pelaku UKM untuk mengetahui tentang atribut produk Bank Syariah.

No.	Nama	Media yang digunakan untuk mendapatkan informasi	
1	Rifki	Mahasiswa UINSA FEBI dan Internet.	
2	Kartini (Tin)	Pegawai bank syariah, dan mahasiswa UINSA FEBI	
3	Rubiati Alim	TV dan pegawai bank syariah	

Barikut ini pejelasan dari tabel yang diperoleh peneliti dari para pelaku UKM yang mendapatkan informasi adanya atribut produk bank syariah. Untuk informa yang mengetahui informasi dari televisi mereka hanya mengetahui tentang atribut produk bank syariah sesuai dengan

agama Islam saja, hanya pernah melihat iklan beberapa kali saja di Televisi itupun hanya nama dari bank syariah dan sesuai dengan agama Islam saja yang mereka lihat, untuk produknya pada saat iklan muncul informa mengatakan pernah mendengar atau melihat atribut produk bank syariah yang ada di Tv saaat iklan ditayangkan, disini dapat dilihat bahwa bank syariah ketika memberikan iklan di televisi di rasa sangat kurang menunjukkan atribut produk bank syariah, rata-rata bank syariah mengenalkan nama bank syariah serta sesuai dengan agama saja, serta tidak terlalu sering ditampilkan kebanyakan ditampilkan ketika bulan puasa dan lebaran, atau hanya waktu tertentu saja, ini menujukan bagaimana produk bank syariah saat ada iklan tersebut muncul saat tertentu saja, sehingga meskipun ada iklan bank syariah di televisi, banyak masyarakat yang melihatnya bukan berarti mereka yang melihat mengetahui atribut produk, dan tertarik menjadi nasabah bank syariah. Rata-rata mereka yang mengetahui atribut bank syariah di televisi hanya mengerti nama bank syariah serta sesuai Islam saja.

Pelaku UKM yang mengetahui informasi tentang atribut bank syariaha lewat media internet karena pelaku UKM sebelumnya sudah mendapatkan informasi tentang atribut bank syariah kemudian mereka mencari informasi lagi dengan membuka internet untuk mencari artikel atau penjelasan tentang atribut bank syariah. Sehingga yang awalnya para pelaku UKM hanya mengetahui nama atau sesuai agama Islam tetapi setelah mereka mencari informasi lewat internet tentu mereka

lebih mengetahui tentang atribut bank syariah lebih luas, meskipun para pelaku UKM ini mengetahui produk bank syariah lewat internet bukan berarti pelaku UKM ini tertarik untuk menjadi nasabah bank syariah sebaliknya pelaku lebih memilih menjadi nasabah bank konvensional, ini menunjukan meskipun di internet banyak pelaku UKM yang mengetahui atribut bank syariah tidak menarik minat pelaku UKM karena pelaku UKM berangapan bahwa sudah menjadi nasabah bank konvensional sudah cukup.

Berikut ini adalah informasi tentang atribut produk bank syariah dari mahasiswa UIN Sunan Ampel Surabaya karena mereka sering berinteraksi dan berkomunikasi dengan para mahasiswa yang sering membicarakan tentang atribut bank syariah dan ahli di bidangnya yaitu mahasiwa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Salah satu informa memperoleh informasi dari mahasiswa yang datang ketempatnya untuk mengunakan jasa para pelaku UKM kemudian informa sebagai pelaku UKM ini merasa tertarik dengan produk bank syariah karena mahasiswa yang datang ketempatnya sering membicarakan bank syariah dan atribut produknya, sedangkan untuk memperoleh informasi dari pegawai bank syariah karena ada pegawai bank yang datang ke tempat informa untuk mencari nasabah setelah itu menjelaskan bagaimana produk bank syariah serta keunggulannya sehingga pelaku UKM mengetahui informasi secara langsung dari pihak yang mengerti dibidangnya tetapi ada satu pelaku UKM yang didatangi oleh para pelaku UKM tidak

tertarik menjadi nasabah bank syariah karena pelaku UKM sudah terlebih dahulu menjadi nasabah bank konvensional.

C. Persepsi Pelaku Usaha Kecil Dan Menengah (UKM) Terhadap AtributProduk Bank Syariah Bagi Usahanya

Setelah para pelaku UKM ini mengetahui tentang atribut produk bank syariah dan mendapatkan informasi tentang produk bank syariah, kemudian bada bab ini akan membahas bagaimana manfaat yang di peroleh dari atribut produk bank syariah untuk usaha pelaku UKM ini, berikut ini gambaran dari manfaat atribut tersebut :

Tabel 4.2 Persepsi pelaku UKM terhadap Atribut Produk bank syariah bagi usahanya

No.	Atribut Produ <mark>k Bank Syar</mark> iah	Nama pelaku UKM yang
		m <mark>en</mark> getahui atribuk produk bank
		Syariah
1.	Kualitas produk bank syariah	Kartini (Tin) dan Rifki
2.	Kehandalan bagi hasil	Kartini (Tin) dan Rifki
3.	Daya tarik ciri khas Islam	Rifki, Kartini dan Rubiati
4	Kemudahan bertransaksi	Kartini (Tin)

Setelah mengetahui persepsi Usaha Kecil dan Menengah (UKM) serta mengetahui informasi tentang produk bank syariah, yang terakhir akan menganalisis bagaimana persepsi pelaku UKM terhadap atribut produk bank syariah bagi usaha yang sedang mereka jalankan. Sedangkan untuk informa yang tidak mengetahui diawal tentang atribut produk bank syariah pada bab ini tentu mereka tidak mengetahui bagaimana atribut produk bank syariah

memiliki manfaat bagi usaha yang sedang mereka jalankan, sedangkan untuk informa yang mengetahui manfaat atribut produk bank syariah bagi usahanya, maka mereka mengetahui manfaat atribut produk bagi usaha yang sedang mereka jalankan. Berikut ini peneliti akan membahas atribut produk bank syariah yang berkaitan dengan persepsi atribut produk bank syariah bagi usaha pelaku UKM di Jemur Wonosari .

Atribut produk bank syariah yang pertama yang akan dibahas adalah kualitas produk bank syariah dimana disini sudah dapat diketahui bahwa informa yang mengetahui produk bank syariah akan mengetahui bahwa produk bank syariah memiliki perbedaan dengan bank konvensional serta teknologi yang diberikan pun tidak kalah dengan produk bank konvensional yang terlebih dahulu telah hadir. Selanjutnya kehandalan bagi hasil bank syariah disini informa banyak yang mengenal bagi hasil bank syariah karena istilah yang mudah diingat serta yang membedakan antara bagi hasil dan riba atau biasa dikenal dengan istilah buanga yang sangat merugikan bagi nasabah, berbeda dengan bagi hasil yang meiliki manfaat bagi informa selain tidak memberatkan, serta sesuai dengan syariat yang dianut orang Islam, tentunya ini sudah tertera dalam alquran (surat al-Baqoroh: 275):

ٱلَّذِينَ يَأْكُلُونَ ٱلرِّبَوٰ اللَّ يَقُومُونَ إِلَّا كَمَا يَقُومُ ٱلَّذِي اللَّهِ عَالَوَا إِنَّمَا ٱلْبَيْعُ يَتَخَبَّطُهُ ٱلشَّيْطَانُ مِنَ ٱلْمَسِّ ذَالِكَ بِأَنَّهُمْ قَالُوۤ الْإِنَّمَا ٱلْبَيْعُ

مِثْلُ ٱلرِّبَوْا ۚ وَأَحَلَّ ٱللَّهُ ٱلْبَيْعَ وَحَرَّمَ ٱلرِّبَوْا ۚ فَمَن جَآءَهُ وَمَوْمُ ٱلرِّبَوْا ۚ فَمَن جَآءَهُ وَمَوْعَظَةٌ مِّن رَّبِهِ فَٱنتَهَىٰ فَلَهُ مَا سَلَفَ وَأُمْرُهُ وَ إِلَى ٱللَّهِ مَوْعِظَةٌ مِّن رَّبِهِ فَٱنتَهَىٰ فَلَهُ مَا سَلَفَ وَأُمْرُهُ وَ إِلَى ٱللَّهِ وَمَن عَادَ فَأُوْلَيْهِ فَ أَصْحَبُ ٱلنَّارِ ۖ هُمْ فِيهَا خَلِدُونَ وَمَن عَادَ فَأُوْلَيْهِ فَ أَصْحَبُ ٱلنَّارِ ۗ هُمْ فِيهَا خَلِدُونَ



Artinya: "orang-orang yang makan (mengambil) riba tidak dapat berdiri melainkan seperti berdirinya orang yang kemasukan syaitan lantaran (tekanan) penyakit gila. Keadaan mereka yang demikian itu, adalah disebabkan mereka berkata (berpendapat), Sesungguhnya jual beli itu sama dengan riba, Padahal Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba. orang-orang yang telah sampai kepadanya larangan dari Tuhannya, lalu terus berhenti (dari mengambil riba), Maka baginya apa yang telah diambilnya dahulu (sebelum datang larangan); dan urusannya (terserah) kepada Allah. orang yang kembali (mengambil riba), Maka orang itu adalah penghunipenghuni neraka; mereka kekal di dalamnya" (al-Baqoroh: 275).

Daya tarik ciri khas Islam, meskipun para informa semuanya beragama Islam akan tetapi yang berfikir dan berkeinginan untuk menjadi nasabah dari bank syariah sangat jarang sekali, karena mereka mengatakan dengan menjadi nasabah dari bank konvensional yang terlebih dahulu sudah ada dirasa sudah cukup mereka beralasan bahwa produk bank syariah sama dengan bank konvensional meskipun ada sedikit perbedaan hanya namanya saja yang membedakan.

Sedangkan untuk informa yang mengetahui daya tarik ciri khas Islam karena memperhatikan agama yang mereka anut tentunya ini penting karena sesuai dengan apa yang diajarkan agama Islam meski asing akan tetapi ini sangat penting terutama untuk penduduk Indonesia yang sebagian besar masyarakatnya beragama Islam, hendaknya ini menjadi pertimbangan penting terutama bagi pelaku usaha muslim, banyak juga para pelaku UKM setelah melakukan wawancara dengan peneliti berkeinginan menjadi nasabah dari bank syariah, karena sesuai dengan apa yang diajarkan agama Islam.

Tidak hanya bank konvensional saja yang memiliki kemudahan bertransaksi terhadap produk yang mereka berikan, bank syariah pun memberikan kemudahan bertransaksi dengan fasilitas yang mudah dijangkau serta tidak kalah modernnya seperti halnya ATM, E-banking, via internet ataupun sms, waktu untuk bertraksaksi tentunya sangat mudah serta efisien tidak merugikan usaha yang sedang dijalankan, akan tetapi di sini pelaku UKM yang menjadi nasabah dari bank syariah sangat di sayangkan tidak pernah melakukan traksaksi produk bank syariah karena setelah mendapatkan buku tabungan serta ATM dan mendapatkan penjelasaan tentang produk bank syariah pihak bank tidak pernah mendatangi lagi ke tempat informa, sehingga informa ini pun canggung ketika akan melakukan transaksi produk bank syariah, tetapi meski tidak pernah melakukan transaksi pelaku UKM ini mengerti manfaat atribut produk bank syariah bagi usahanya.

