

**MOTIVASI PENGUSAHA KOTA YOGYAKARTA UNTUK
MENABUNG DI BANK SYARIAH**

(Studi Kasus: Pengusaha UMKM Non Nasabah Bank Syariah)

Motivations of Yogyakarta Entrepreneurs to Save in Sharia Bank

*(Case Study: Micro, Small and Medium Enterprise Non Sharia Bank
Customers)*

Skripsi

Diajukan untuk memenuhi sebagian persyaratan
guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Islam dari
Program Studi Ekonomi Islam



Oleh :

RIZKI SEPTY ANANDA

14423105

**PROGRAM STUDI EKONOMI ISLAM
FAKULTAS ILMU AGAMA ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA
YOGYAKARTA**

2018

LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Rizki Septy Ananda
Nim : 14423105
Program Studi : Ekonomi Islam
Fakultas : Ilmu Agama Islam
Judul Skripsi : Motivasi Pengusaha Kota Yogyakarta untuk Menabung di Bank Syariah (Studi Kasus: Pengusaha UMKM Non Nasabah Bank Syariah)

Dengan ini menyatakan bahwa hasil Skripsi ini merupakan hasil karya sendiri dan benar keasliannya. Apabila ternyata di kemudian hari penulisan skripsi ini merupakan hasil plagiat atau penjiplakan terhadap karya orang lain, maka saya bersedia bertanggungjawabkan sekaligus bersedia menerima sanksi berdasarkan aturan tata tertib yang berlaku di Universitas Islam Indonesia.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya dan tidak dipaksakan.

Yogyakarta, 15 Juli 2018



Rizki Septy Ananda



UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA FAKULTAS ILMU AGAMA ISLAM

Gd. K.H.A. Wahid Hasyim Kampus Terpadu UII, Jl. Kaliurang KM. 14,5 Yogyakarta
Telp. (0274) 898462, Fax. 898463, E-Mail: fiaii@uii.ac.id

PENGESAHAN

Skripsi ini telah dimunaqasyahkan dalam Sidang Panitia Ujian Program Sarjana Strata Satu (S1) Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia Program Studi Ekonomi Islam yang dilaksanakan pada:

Hari : Rabu
Tanggal : 15 Agustus 2018
Judul Skripsi : Motivasi Pengusaha Kota Yogyakarta untuk Menabung di Bank Syariah (Studi Kasus Pengusaha UMKM Non Nasabah Bank Syariah)
Disusun oleh : RIZKI SEPTY ANANDA
Nomor Mahasiswa : 14423105

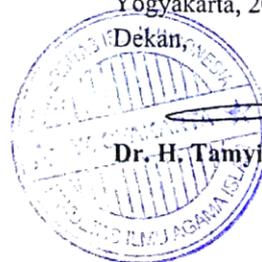
Sehingga dapat diterima sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Strata Satu (S1) Ekonomi Islam pada Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia Yogyakarta.

TIM PENGUJI:

Ketua : H. Nur Kholis, S.Ag, M.Sh.Ec.
Penguji I : Junaidi Safitri, SEI, MEI
Penguji II : Rakhmawati, S.Stat, MA
Pembimbing : Dr. Siti Achiria, SE, MM

(.....)
(.....)
(.....)
(.....)

Yogyakarta, 20 Agustus 2018



Dr. H. Tamyiz Mukharrom, MA

- Syari'ah/Ahwal Al-Syakhshiyah, Akreditasi A berdasarkan SK No. 112/SK/BAN-PT/Akred/S/III/2015
- Pendidikan Agama Islam, Akreditasi A berdasarkan SK No. 502/SK/BAN-PT/Akred/S/VI/2015
- Ekonomi Islam, Akreditasi B berdasarkan SK No. 372/SK/BAN-PT/Akred/S/IX/2014

REKOMENDASI PEMBIMBING

Yang bertanda tangan di bawah ini, Dosen Pembimbing Skripsi:

Nama Mahasiswa : Rizki Septy Ananda
NIM : 14423105
Judul Skripsi : Motivasi Pengusaha Kota Yogyakarta untuk
Menabung di Bank Syariah (Studi Kasus: Pengusaha
UMKM Non Nasabah Bank Syariah)

Menyatakan bahwa, berdasarkan proses dan hasil bimbingan selama ini, serta dilakukan perbaikan, maka yang bersangkutan dapat mendaftarkan diri untuk mengikuti munaqasah skripsi pada Program Studi Ekonomi Islam Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia Yogyakarta.

Yogyakarta, 21 Juli 2018



Dr. Siti Achiria, S.E., M.M,

Yogyakarta, 25 Dhu'l Qi'dah 1439 H
25 Maret 2018 M

NOTA DINAS

Hal : Skripsi

Kepada : Yth. Dekan Fakultas Ilmu Agama Islam
Universitas Islam Indonesia
di Yogyakarta

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Berdasarkan penunjukan Dekan Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia dengan surat nomor: 544/Dek/60/DAS/FIAI/II/2018 tanggal 15 Februari 2018 atas tugas kami sebagai pembimbing skripsi saudara:

Nama : Rizki Septy Ananda
Nomor/Pokok NIMKO : 14423105

Mahasiswa Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia

Program Studi/Konsentrasi : Ekonomi Islam/Keuangan dan Perbankan Syariah
Tahun Akademik : 2017/2018
Judul Skripsi : Motivasi Pengusaha Kota Yogyakarta untuk Menabung di Bank Syariah (Studi Kasus: Pengusaha UMKM Non Nasabah Bank Syariah)

Setelah kami teliti dan kami adakan perbaikan seperlunya, akhirnya kami berketetapan bahwa skripsi saudara tersebut di atas memenuhi syarat untuk diajukan ke sidang munaqasah Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia. Demikian, semoga dalam waktu dekat bisa dimunaqasahkan, dan bersama ini kami kirimkan 3 (tiga) eksemplar skripsi dimaksud.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Dosen Pembimbing



Dr. Siti Achiria, SE, MM

HALAMAN PERSEMBAHAN

Yang Utama Dari Segalanya

Sujud syukur kepada Allah SW yang telah memberikan saya kekuatan dan kesabaran, membekali saya dengan ilmu serta memperkenalkan saya dengan cinta. Atas karunia serta kemudahan yang Engkau berikan akhirnya skripsi yang sederhana ini dapat terselesaikan. Sholawat dan salam selalu terlimpahkan keharibaan Rasulullah Muhammad SAW.

Kepada Orang Tua yang Penulis Cinta

Sebagai tanda bakti, hormat, dan rasa terima kasih yang tiada terhingga kupersembahkan karya kecil ini kepada Ibu saya tercinta Ratu Rahmatunnisa dan Ayah tersayang Ahmad Robyani yang telah memberikan kasih sayang, dukungan, dan cinta kasih yang tiada terhingga yang tiada mungkin dapat kubalas hanya dengan selembar kertas yang bertuliskan kata cinta dan persembahan ini. Semoga ini menjadi langkah awal untuk membuat Ibu dan Ayah bahagia karna saya sadar, selama ini belum bisa berbuat yang lebih. Untuk Ibu dan Ayah yang tak hentinya membuatku termotivasi dan semangat, selalu mendoakanku, selalu menguatkan, dan selalu menasehatiku menjadi lebih baik, Terima Kasih Ayah dan Ibu.

Dosen Pembimbing Tugas Akhir Penulis

Kepada Ibu Dr. Siti Achiria, S.E., M.M selaku dosen pembimbing yang telah memberikan bimbingannya selama ini dan seluruh Dosen Pengajar di Fakultas Ilmu Agama Islam yang lainnya. Terima kasih banyak untuk semua ilmu, didikan dan pengalaman yang sangat berarti yang telah kalian berikan kepada saya sebagai salah satu mahasiswa Universitas Islam Indonesia.

Sahabat dan Teman Dekat Penulis

Kepada Selvia Rahmi sahabat terbaik saya yang selalu setia memberi kekuatan, memberikan dukungan, semangat, baik materil maupun non materil dalam penyelesaian skripsi ini.

MOTTO

“Kemajuan merupakan kata yang merdu. Tetapi perubahanlah penggeraknya dan perubahan mempunyai banyak musuh”

(Robert F. Kennedy)

“Orang yang paling tidak bahagia ialah mereka yang yang paling takut pada perubahan”

(Mignon McLaughlin)

“Harga kebaikan manusia adalah diukur menurut apa yang telah dilaksanakan atau diperbuatnya”

(Ali Bin Abi Thalib)

ABSTRAK

MOTIVASI PENGUSAHA KOTA YOGYAKARTA UNTUK MENABUNG DI BANK SYARIAH

(Studi Kasus: Pengusaha UMKM Non Nasabah Bank Syariah)

Rizki Septy Ananda

14423105

Penelitian ini dilakukan karena dilatarbelakangi oleh pangsa pasar bank syariah yang masih jauh dari target. Menurut data pada akhir Agustus 2017 *market share* perbankan syariah di Indonesia masih dalam angka 5,44%, dan per September 2017 *market share* perbankan syariah di Daerah Istimewa Yogyakarta adalah 5,21%. Banyaknya jumlah pengusaha UMKM yang ada di Kota Yogyakarta dapat dijadikan pendorong untuk perkembangan perbankan syariah di Indonesia lebih pesat lagi. Oleh sebab itu perlu mengetahui motivasi apa saja yang dapat membuat para pengusaha muslim memilih sebuah perbankan, sehingga dapat menjadi sebuah rekomendasi kepada perbankan syariah agar dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan yang diharapkan oleh para pengusaha tersebut. Rumusan masalah yang diangkat dalam penelitian ini adalah bagaimana motivasi pengusaha muslim di Kota Yogyakarta untuk bersedia menabung di bank syariah. Berdasarkan rumusan masalah tersebut maka tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dan mendeskripsikan motivasi pengusaha Muslim di Kota Yogyakarta untuk bersedia menabung bank syariah. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif. Teknik pengumpulan data berupa wawancara. Metode analisis data menggunakan analisis deskriptif (kualitatif). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa alasan belum termotivasinya mereka dikarenakan tidak adanya kebutuhan dan minat, ketiadaan minat juga berhubungan dengan minimnya informasi yang didapat, kurang efektifnya penyampaian informasi dari bank syariah, fasilitas berupa ATM bank syariah dianggap belum cukup, dan reputasi sebuah bank syariah yang dirasa belum sepenuhnya baik dimata para pengusaha ini. Berdasarkan alasan tersebut dapat diartikan bahwa agar seorang pengusaha termotivasi untuk menabung di bank syariah, maka bank syariah hendaknya: dapat menciptakan kebutuhan; lebih gencar dalam melakukan sosialisasi dan penawaran produk secara langsung kepada para pengusaha; meningkatkan fasilitas ATM dengan kuantitas dan kualitas yang diharapkan; memperbaiki reputasi bank syariah dari berita tidak benar yang telah tersebar dimasyarakat.

Kata Kunci: Motivasi, Bank Syariah, dan Pengusaha Muslim

ABSTRAC

Motivations of Yogyakarta Entrepreneurs to Save in Sharia Bank (Case Study: Micro, Small and Medium Enterprise Non Sharia Bank Customers)

Rizki Septy Ananda

14423105

This research was conducted because of the background of the market share of Islamic banks that are still far from the target. According to data at the end of August 2017 the market share of Islamic banking in Indonesia is still at 5.44%, and as of September 2017 the market share of Islamic banking in the Special Region of Yogyakarta is 5.21%. The large number of MSME entrepreneurs in the city of Yogyakarta can be used as a driver for the development of Islamic banking in Indonesia more rapidly. Therefore it is necessary to know what motivation can make Muslim entrepreneurs choose a banking, so that it can be a recommendation to Islamic banks in order to meet the needs and desires expected by these entrepreneurs. The purpose of this study was to find out and describe the motivation of Muslim entrepreneurs in Yogyakarta City to be willing to save Islamic banks. This study uses a qualitative method. Data analysis method uses qualitative analysis. The results of this study indicate that the reasons for their not motivated due to lack of needs and interests, lack of interest are also related to the lack of information obtained, less effective delivery of information from Islamic banks, Islamic bank ATM facilities are considered insufficient, and the reputation of a sharia bank not fully good in the eyes of these entrepreneurs. Based on these reasons it can be interpreted that for a businessman to be motivated to save at Islamic banks, Islamic banks should: be able to create needs; more vigorous in conducting product socialization and offering directly to entrepreneurs; improve ATM facilities with the expected quantity and quality; improve the reputation of Islamic banks from untrue news that has been spread in the community.

Keywords: Motivation, Sharia Bank, and Muslim Entrepreneur

KEPUTUSAN BERSAMA
MENTERI AGAMA DAN MENTERI PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN
REPUBLIK INDONESIA

Nomor: 158 Th. 1987

Nomor: 0543b/U/1987

TRANSLITERASI ARAB-LATIN

Pendahuluan

Penelitian transliterasi Arab-Latin merupakan salah satu program penelitian Puslitbang Lektur Agama, Badan Litbang Agama, yang pelaksanaannya dimulai tahun anggaran 1983/ 1984. Untuk mencapai hasil rumusan yang lebih baik, hasil penelitian itu dibahas dalam pertemuan terbatas guna menampung pandangan dan pikiran para ahli agar dapat dijadikan bahan telaah yang berharga bagi forum seminar yang sifatnya lebih luas dan nasional.

Transliterasi Arab-Latin memang dihajatkan oleh bangsa Indonesia karena huruf Arab di-pergunakan untuk menuliskan kitab agama Islam berikut penjelasannya (Al-Qur'an dan Hadis), sementara bangsa Indonesia mempergunakan huruf latin untuk menuliskan bahasanya. Karena ketiadaan pedoman yang baku, yang dapat dipergunakan oleh umat Islam di Indonesia yang meru-pakan mayoritas bangsa Indonesia, transliterasi Arab-Latin yang terpakai dalam masyarakat banyak ragamnya. Dalam menuju kearah pembakuan itulah Puslitbang Lektur Agama melalui penelitian dan seminar berusaha menyusun pedoman yang diharapkan dapat berlaku secara nasional.

Dalam seminar yang diadakan tahun anggaran 1985/1986 telah dibahas beberapa makalah yang disajikan oleh para ahli, yang kesemuanya memberikan sumbangan yang besar bagi usaha ke arah itu. Seminar itu juga membentuk tim yang bertugas merumuskan hasil seminar dan selanjutnya hasil tersebut dibahas lagi dalam seminar yang lebih luas, Seminar Nasional Pembakuan Transliterasi Arab-Latin Tahun 1985/1986. Tim tersebut terdiri dari 1) H. Sawabi Ihsan MA, 2) Ali Audah, 3) Prof. Gazali Dunia, 4) Prof. Dr. H.B. Jassin, dan 5) Drs. Sudarno M.Ed.

Dalam pidato pengarahannya tanggal 10 Maret 1986 pada semi nar tersebut, Kepala Litbang Agama menjelaskan bahwa pertemuan itu mempunyai arti penting dan strategis karena:

1. Pertemuan ilmiah ini menyangkut perkembangan ilmu pengetahuan, khususnya ilmu pengetahuan ke-Islaman, sesuai dengan gerak majunya pembangunan yang semakin cepat.
2. Pertemuan ini merupakan tanggapan langsung terhadap kebijaksanaan Menteri Agama Kabinet Pembangunan IV, tentang perlunya peningkatan pemahaman, penghayatan, dan pengamalan agama bagi setiap umat beragama, secara ilmiah dan rasional.

Pedoman transliterasi Arab-Latin yang baku telah lama didambakan karena amat membantu dalam pemahaman terhadap ajaran dan perkembangan Islam di Indonesia. Umat Islam di Indonesia tidak semuanya mengenal dan menguasai huruf Arab. Oleh karena itu, pertemuan ilmiah yang diadakan kali ini pada dasarnya juga merupakan upaya untuk pembinaan dan peningkatan kehidupan beragama, khususnya umat Islam di Indonesia.

Badan Litbang Agama, dalam hal ini Puslitbang Lektur Agama, dan instansi lain yang ada hubungannya dengan kelecturan, amat memerlukan pedoman yang baku tentang transliterasi Arab-Latin yang dapat dijadikan acuan dalam penelitian dan pengalih-hurufan, dari Arab ke Latin dan sebaliknya.

Dari hasil penelitian dan penyajian pendapat para ahli diketahui bahwa selama ini masyarakat masih mempergunakan transliterasi yang berbeda-beda. Usaha penyeragamannya sudah pernah dicoba, baik oleh instansi maupun perorangan, namun hasilnya belum ada yang bersifat menyeluruh, dipakai oleh seluruh umat Islam Indonesia. Oleh karena itu, dalam usaha mencapai keseragaman, seminar menyepakati adanya Pedoman Transliterasi Arab-Latin baku yang dikuatkan dengan suatu Surat Keputusan Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan untuk digunakan secara nasional.

Pengertian Transliterasi

Transliterasi dimaksudkan sebagai pengalih hurufan dari abjad yang satu ke abjad yang lain. Transliterasi Arab-Latin di sini ialah penyalinan huruf-huruf Arab dengan huruf-huruf Latin beserta perangkatnya.

Prinsip Pembakuan

Pembakuan pedoman transliterasi Arab-Latin ini disusun dengan prinsip sebagai berikut:

1. Sejalan dengan Ejaan Yang Disempurnakan.
2. Huruf Arab yang belum ada padanannya dalam huruf Latin dicarikan padanan dengan cara memberi tambahan tanda diakritik, dengan dasar “satu fonem satu lambang”.
3. Pedoman transliterasi ini diperuntukkan bagi masyarakat umum.

Rumusan Pedoman Transliterasi Arab-Latin

Hal-hal yang dirumuskan secara kongkrit dalam pedoman transliterasi Arab-Latin ini meliputi:

1. Konsonan
2. Vokal (tunggal dan rangkap)
3. Maddah
4. Ta’marbutah
5. Syaddah
6. Kata sandang (di depan huruf syamsiah dan qamariah)
7. Hamzah
8. Penulisan kata
9. Huruf kapital
10. Tajwid

1. Konsonan

Fonem konsonan bahasa Arab yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan huruf dan sebagian dilambangkan dengan tanda,

dan sebagian lagi dengan huruf dan tanda sekaligus. Di bawah ini daftar huruf Arab itu dan transliterasinya dengan huruf Latin:

Huruf Arab	Nama	Huruf latin	Nama
ا	Alif	tidak dilambangkan	tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	Ša	š	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	Ḥa	ḥ	ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	Žal	Ž	zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	es dan ye
ص	Šad	š	es (dengan titik di bawah)
ض	Ḍad	ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	Ṭa	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	Ža	z	zet (dengan titik di bawah)
ع	‘ain	‘	koma terbalik (di atas)
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Ki
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Wau	W	We
هـ	Ha	H	Ha
ء	Hamzah	'	Apostrof
ي	Ya	Y	Ye

2. Vokal

Vokal bahasa Arab, seperti vokal bahasa Indonesia, terdiri dari vokal tunggal atau monoftong dan vokal rangkap atau diftong.

a. Vokal Tunggal

Vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harkat, transliterasinya sebagai berikut:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
◌َ	Fathah	A	A
◌ِ	Kasrah	I	I
◌ُ	Dhammah	U	U

b. Vokal Rangkap

Vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harkat dan huruf, transliterasinya berupa gabungan huruf, yaitu :

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
◌َ يَ ...	fathah dan ya	Ai	a dan i
◌َ وَ ...	fathah dan wau	Au	a dan u

Contoh:

كَتَبَ - kataba
فَعَلَ - fa'ala

3. Maddah

Maddah atau vokal panjang yang lambangnya berupa harakat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda, yaitu:

Harkat dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda	Nama
◌َ ا...ِ	fathah dan alif atau ya	A	a dan garis di atas
◌ِ ي...	kasrah dan ya	I	i dan garis di atas
◌ُ وَ...	Hammah dan wau	U	u dan garis di atas

Contoh:

قَالَ - qāla قِيلَ - qīla
رَمَى - ramā يَقُولُ - yaqūlu

4. Ta' Marbutah

Transliterasi untuk ta marbutah ada dua:

a. Ta marbutah hidup

Ta marbu"ah yang hidup atau mendapat harakat fathah, kasrah dan dammah, transliterasinya adalah 't'.

b. Ta marbutah mati

Ta marbutah yang mati atau mendapat harakat sukun, transliterasinya adalah 'h'.

c. Kalau pada kata yang terakhir dengan ta marbu"ah diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang *al* serta bacaan kedua kata itu terpisah maka ta marbutah itu ditransliterasikan dengan ha (h).

Contoh:

رَوْدَةُ الْأَطْفَالِ	- raudah al-atfāl
	- raudatul atfāl
الْمَدِينَةُ الْمُنَوَّرَةُ	- al-Madīnah al-Munawwarah
	- al-Madīnatul-Munawwarah
طَالِحَةٌ	- talhah

5. Syaddah (Tasydid)

Syaddah atau tasydid yang dalam tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda, tanda syaddah atau tanda tasydid, dalam transliterasi ini tanda syaddah tersebut dilambangkan dengan huruf, yaitu huruf yang sama dengan huruf yang diberi tanda syaddah itu.

Contoh:

رَبِّ نَا - rabbanā	الْحَجِّ - al-hajj
نَزَّلَ - nazzala	نُؤْمِنُ - nu'ima
الْبِرِّ - al-birr	

6. Kata Sandang

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, yaitu ال, namun dalam transliterasi ini kata sandang itu dibedakan atas kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiah dan kata sandang yang diikuti huruf qamariah.

a. Kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiah

Kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiah ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu huruf /l/ diganti dengan huruf yang sama dengan huruf yang langsung mengikuti kata sandang itu.

b. Kata sandang diikuti oleh huruf qamariah

Kata sandang yang diikuti oleh huruf qamariah ditransliterasikan sesuai aturan yang digariskan di depan dan sesuai dengan bunyinya.

Baik dikuti huruf syamsiah maupun huruf qamariah, kata sandang ditulis terpisah dari kata yang mengikuti dan dihubungkan dengan tanda sempang.

Contoh:

الرَّجُلُ - ar-rajulu	الْقَلَمُ - al-qalamu
السَّيِّدُ - as-sayyidu	الْبَدِيعُ - al-badi'u
الشَّمْسُ - as-syamsu	الْجَلَالُ - al-jalālu

7. Hamzah

Dinyatakan di depan bahwa hamzah ditransliterasikan dengan apostrof. Namun, itu hanya berlaku bagi hamzah yang terletak ditengah dan di akhir kata. Bila hamzah itu terletak di awal kata, is dilambangkan, karena dalam tulisan Arab berupa alif.

Contoh:

تَأْخُذُونَ	- ta'khuḏūna	إِن	- inna
النَّوْءُ	- an-nau'	أَمْرٌ	- umirtu
سَيِّئٌ	- syai'un	أَكَلَ	- akala

8. Penulisan Kata

Pada dasarnya setiap kata, baik fail, isim maupun harf ditulis terpisah. Hanya kata-kata tertentu yang penulisannya dengan huruf Arab sudah lazim dirangkaikan dengan kata lain karena ada huruf atau harkat yang dihilangkan maka transliterasi ini, penulisan kata tersebut dirangkaikan juga dengan kata lain yang mengikutinya. Contoh:

وَإِنَّ اللَّهَ لَهُوَ خَيْرُ الرَّازِقِينَ	Wa innalāha lahuwa khair arrāziqīn
وَأَوْفُوا الْكَيْلَ وَالْمِيزَانَ	Wa auf al-kaila wa-almīzān Wa auf al-kaila wal mīzān
إِبْرَاهِيمَ الْخَلِيلِ	Ibrāhīm al-Khalīl Ibrāhīmul-Khalīl
بِسْمِ اللَّهِ مَجْرَاهَا وَمُرْسَاهَا	Bismillāhi majrehā wa mursahā
وَاللَّهُ عَلَى النَّاسِ حَكِيمٌ غَبِيبٌ	Walillāhi 'alan-nāsi hijju al-baiti manistatā'a ilaihi sabīla Walillāhi 'alan-nāsi hijjul-baiti manistatā'a ilaihi sabilā

9. Huruf Kapital

Meskipun dalam sistem tulisan Arab huruf kapital tidak dikenal, dalam transliterasi ini huruf tersebut digunakan juga. Penggunaan huruf kapital seperti apa yang berlaku dalam PUEBI, di antaranya: Huruf kapital digunakan untuk menuliskan huruf awal nama diri dan permulaan kalimat. Bilamana nama diri itu didahului oleh kata sandang, maka yang ditulis dengan huruf kapital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya.

Contoh:

وَمَا مَحَّ مَدُّ إِلَّا رَسُولٌ إِنَّ أَوْلَّ بَيْتٍ وَضِعَ لِلَّهِ لَلَّذِي بِيَّ كَةَ مُبَارَكَا شَهْرُ رَمَضَانَ الَّذِي أُنزِلَ فِيهِ الْقُرْآنُ	Wa mā Muhammadun illā rasl Inna awwala baitin wudi'a linnāsi lallaẓī bibakkata mubārakan Syahru Ramadān al-laẓī unzila fih al-Qur'ānu Syahru Ramadān al-laẓī unzila fihil Qur'ānu
وَلَقَدْ رَآهُ بِالْأَفْقِ الْمُبِينِ الْحَمْدُ لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ	Wa laqad ra'āhu bil-ufuq al-mubīn Wa laqad ra'āhu bil-ufuqil-mubīn Alhamdu lillāhi rabbil al-'ālamīn Alhamdu lillāhi rabbilil 'ālamīn

Penggunaan huruf awal kapital untuk Allah hanya berlaku bila dalam tulisan Arabnya memang lengkap demikian dan kalau penulisan itu disatukan dengan kata lain sehingga ada huruf atau har-kat yang dihilangkan, huruf kapital tidak dipergunakan.

Contoh:

نَصْرٌ مِنَ اللَّهِ وَفَتْحٌ قَرِيبٌ الْأَمْرُ جَمِيعًا وَاللَّهُ بِكَ وَشَيْئٍ عَلِيمٌ	Nasrun minallāhi wa fathun qarīb Lillāhi al-amru jamī'an Lillāhil-amru jamī'an Wallāha bikulli syai'in 'alīm
--	---

10. Tajwid

Bagi mereka yang menginginkan kefasihan dalam bacaan, pedoman transliterasi ini merupakan bagian yang tak terpisahkan dengan Ilmu Tajwid. Karena itu peresmian pedoman transliterasi ini perlu disertai dengan pedoman tajwid.

KATA PENGANTAR



Assalamualaikum Wr.Wb.

أَلْحَمْدُ لِلَّهِ الَّذِي كَانَ بِعِبَادِهِ خَبِيرًا بَصِيرًا، تَبَارَكَ الَّذِي جَعَلَ فِي السَّمَاءِ بُرُوجًا
وَجَعَلَ فِيهَا سِرَاجًا وَقَمَرًا مُنِيرًا. أَشْهَدُ أَنْ لَا إِلَهَ إِلَّا اللَّهُ وَأَشْهَدُ أَنَّ مُحَمَّدًا عَبْدُهُ
وَرَسُولُهُ الَّذِي بَعَثَهُ بِالْحَقِّ بَشِيرًا وَنَذِيرًا، وَدَاعِيَا إِلَى الْحَقِّ بِإِذْنِهِ وَسِرَاجًا مُنِيرًا.
اللَّهُمَّ صَلِّ عَلَيْهِ وَعَلَى آلِهِ وَصَحْبِهِ وَسَلِّمْ تَسْلِيمًا كَثِيرًا. أَمَّا بَعْدُ

Segala puji bagi Allah SWT, Tuhan semesta alam yang telah memberikan rahmat, hidayah serta inayah-Nya, dan memberikan kemudahan kepada penyusun dalam menyelesaikan tanggung jawab dan amanah ini. Sholat serta salam penyusun haturkan kepada baginda Nabi Muhammad SAW, yang diutus dengan kebenaran, sebagai pembawa kabar gembira dan pemberi peringatan dan sebagai cahaya penerang bagi umatnya.

Sebagai sebagian dari syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Islam di Fakultas Ilmu Agama Islam, Universitas Islam Indonesia, maka penyusun menyusun skripsi dengan judul “Motivasi Pengusaha Muslim Kota Yogyakarta untuk Menabung di Bank Syariah”.

Penyusun menyadari bahwa masih banyak kekurangan dan jauh dari kata sempurna yang disebabkan oleh keterbatasan kemampuan, pengalaman dan pengetahuan dari penyusun. Dalam penyelesaian skripsi ini penyusun menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi tidak terlepas dari bantuan, bimbingan, dan dukungan dari berbagai pihak, sehingga penyusun sepantasnya mengucapkan terimakasih kepada :

1. Bapak Fathul Wahid, S.T., M.Sc., Ph.D, selaku Rektor Universitas Islam Indonesia.

2. Bapak Dr. H. Tamyiz Mukharrom, MA. selaku Dekan Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia.
3. Ibu Dr. Rahmani Timorita Yulianti, M. Ag, selaku Ketua Program Studi Ekonomi Islam FIAI Universitas Islam Indonesia.
4. Ibu Dr. Siti Achiria, S.E., M.M, selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah berkenan membimbing penyusun dalam penyelesaian penyusunan ini.
5. Segenap Dosen dan karyawan Fakultas Ilmu Agama Islam yang telah memberikan ilmu kepada penyusun serta membantu dan mempermudah penyusun mengurus administrasi baik dalam penyusunan skripsi maupun selama proses perkuliahan
6. Staff akademik Fakultas Ilmu Agama Islam yang telah membantu penyusun dalam pembuatan surat-surat terkait penyusunan skripsi sehingga penyusunan skripsi dapat diselesaikan dengan lancar.
7. Kedua orangtua saya, Bapak H. Ahmad Robyani, S.Pt, MAP dan Ibu Hj. Ratu Rahmatunnisa, yang telah banyak memberikan doa, dorongan semangat dan dukungan penuh hingga selesai penyusunan ini.
8. Kakak tercinta Desi Rahma Aryani, S.Kom dan adikku yang selalu menghibur Faras Khalila Purnama.
9. Sahabatku Muhammad Rizki Habibi yang selalu membantu dan mendoakan untuk selesai segala urusan perkuliahan ini.
10. Sahabat terkasihku, Selvia Rahmi dan Dinda Puteri Febiola yang selalu mendukung dan mendoakan dari kota yang terpisah jauh disana.
11. Sahabat terhebat Laila Maulina, Andi Rizka, Gandys Marisha, dan Gina Nabilah terima kasih banyak selalu mendengar keluh-kesahku dan menemaniku selama di Jogja.
12. Seluruh teman-teman Ekonomi Islam angkatan 2014, Ekis B 2014 yang telah bersama-sama menimba ilmu dan pengalaman di kampus UII tercinta.
13. Bu Soraya, Mba Dani, Mas Fero dan seluruh narasumber yang telah bersedia membantu dalam penyelesaian penelitian ini.

14. Pihak-pihak yang membantu dalam penyusunan penyusunan yang tidak dapat penyusun sebutkan satu per satu. Terima kasih banyak untuk semuanya.

Semoga segala bentuk dukungan yang diberikan mendapatkan balasan dari Allah SWT. Sewajarnya manusia yang jauh dari kesempurnaan, penyusun menyadari masih banyak kekurangan dalam penyusunan skripsi ini. Kritik dan saran yang membangun sangat diharapkan untuk perbaikan yang akan datang. Semoga apa yang sudah penyusun berikan dapat menjadi manfaat untuk berbagai pihak. Amiin.

Wassalamu'alaikum. Wr. Wb.

Yogyakarta, 01 Juli 2018

Penyusun

Rizki Septy Ananda

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
REKOMENDASI PEMBIMBING	iv
NOTA DINAS	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
HALAMAN MOTTO	vii
ABSTRAK	viii
<i>ABSTRACT</i>	ix
PEDOMAN TRANSLITERASI	x
KATA PENGANTAR	xix
DAFTAR ISI	xxii
DAFTAR TABEL	xxviii
DAFTAR GAMBAR	xxix
BAB 1 PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	4
C. Tujuan Penelitian	4
D. Manfaat penelitian	4
E. Sistematika Penelitian	5
BAB II LANDASAN TEORI	7
A. Telaah Pustaka	7
B. Kerangka Teori	15

1. Bank Syariah	15
2. Menabung	24
3. Perilaku Konsumen	25
4. Motivasi.....	29
5. Pengusaha UMKM	37
BAB III METODE PENELITIAN	40
A. Desain Penelitian	40
B. Lokasi Penelitian.....	40
C. Waktu Pelaksanaan Penelitian	40
D. Objek Penelitian	41
E. Populasi dan Sampel	41
F. Sumber Data	41
G. Teknik Pengumpulan Data	42
H. Instrumen Penelitian.....	42
I. Analisis Data	45
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	49
A. Gambaran Umum Objek Penelitian	49
B. Motivasi Pengusaha Muslim untuk Menabung di Bank Syariah	52
BAB V PENUTUP	64
A. Kesimpulan	64
B. Saran	65
DAFTAR PUSTAKA	66
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	11
Tabel 2.2 Perbedaan Bank Syariah dan Konvensional	17
Tabel 2.3 Perbedaan Konsep Bunga dengan Bagi Hasil.....	18
Tabel 3.1 Instrumen Penelitian	42
Tabel 4.1 Profil Perusahaan	49

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Konseptualisasi Keterlibatan	35
Gambar 3.1 Contoh Pengkodean Terbuka	46
Gambar 3.2 Contoh Pengkodean Berporos	47

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pembayaran dan penarikan bunga sebagaimana yang terdapat pada sistem perbankan konvensional secara terang-terangan dilarang dalam Al-Quran. Pengharaman riba disebutkan dalam empat ayat dari surah Al-Quran. Ayat yang pertama yaitu dalam ayat yang terdapat dalam Qs. Ar-rum: 39, menegaskan bahwa riba menghilangkan keberkahan Tuhan dalam harta. Ayat yang kedua dalam Qs. An-Nisa: 161, mengutuknya dengan menempatkan riba sebagai sama dengan memberikan harta orang lain secara tidak sah. Ayat ketiga dalam Qs. Ali-Imran: 130-132, memerintahkan kaum muslim untuk menjauhi riba demi kesejahteraan mereka sendiri dan ayat yang keempat dalam Qs. Al-Baqarah: 275-289, menetapkan perbedaan yang jelas antara riba dan perdagangan (Lewis, 2001, p. 48). Oleh karena ini sudah jelas bahwa riba merupakan sebuah kegiatan yang diharamkan oleh ajaran agama Islam yang sudah seharusnya kegiatan tersebut ditinggalkan oleh seluruh umat muslim.

Pada awal periode 1980-an diskusi mengenai bank syariah sebagai pilar ekonomi Islam mulai dilakukan. Akan tetapi, prakarsa lebih lanjut untuk mendirikan bank Islam di Indonesia baru dilakukan pada tahun 1990 (Antonio M. S., 2001, p. 25). Keberadaan bank syariah didorong oleh adanya keinginan kuat dari orang-orang muslim yang ingin terhindar dari transaksi bank konvensional yang mengandung unsur riba. Bank syariah tidak menggunakan prinsip bunga, melainkan menggunakan prinsip bagi hasil. Namun pada praktiknya bentuk kegiatan usaha, produk dan jasa perbankan syariah yang secara konsep yang tidak berdasar pada bunga kurang dipahami oleh masyarakat, hal tersebut menyebabkan kurangnya minat masyarakat dalam menggunakan bank syariah. Bank syariah seolah sangat sulit untuk menyaingi perbankan konvensional di Indonesia. Kesadaran untuk meninggalkan unsur

riba hanya dirasakan beberapa orang, kebanyakan dari masyarakat sudah terlalu nyaman dengan bank konvensional yang telah lama digunakannya dan tidak mau berpindah ke bank syariah. Walaupun demikian, perbankan syariah setidaknya perlahan lahan menunjukkan eksistensinya.

Upaya pengembangan perbankan syariah di Indonesia merupakan bagian dari upaya pemulihan sistem perbankan yang bertujuan untuk meningkatkan daya tahan perekonomian nasional. Krisis ekonomi yang terjadi pada pertengahan 1997 membuktikan bahwa bank yang beroperasi dengan prinsip syariah dapat bertahan di tengah ketidakstabilan nilai tukar dan tingkat suku bunga yang tinggi. Karena hal tersebut, pengembangan perbankan syariah diharapkan dapat meningkatkan ketahanan sistem perbankan nasional yang pada waktunya juga diharapkan dapat meningkatkan ketahanan ekonomi nasional di masa mendatang. Ketahanan ekonomi nasional yang sedemikian rupa dapat menciptakan perekonomian yang tangguh, yaitu perekonomian yang pertumbuhan sektor keuangannya sejalan dengan pertumbuhan sektor riil (Syukron, 2013).

Menurut Gubernur BI dalam sebuah berita online pada November 2017 perkembangan perbankan syariah di Indonesia ditargetkan untuk 5 sampai dengan 10 tahun kedepan mencapai 20 persen. (infobanknews.com, 2017). Berdasarkan SP 102/DHMS/OJK/X/2017 *market share* peranan syariah di Indonesia per Agustus 2017 masih berada dalam angka 5,44 persen. Sementara *market share* perbankan syariah di Daerah Istimewa Yogyakarta berada pada angka 5,21 persen per 30 September 2017 (Perbanas.org, 2017). Hal ini harusnya mendorong para praktisi perbankan syariah agar sesegera mungkin mencari strategi pengembangan perbankan syariah secara lebih massif agar target yang telah diharapkan tercapai.

Perkembangan perbankan syariah memerlukan dukungan tidak hanya dari bank syariah itu sendiri saja, namun sangat memerlukan dukungan dari masyarakat luas. Masyarakat dapat menentukan keputusannya untuk menggunakan bank syariah atau tidak. Keputusan memilih atau tidaknya

masyarakat untuk menabung di bank syariah dapat dipicu oleh motivasi dari dalam dirinya. Menurut Schiffman & Kanuk tahun 2000, motivasi merupakan sebuah proses dimana individu mengenal kebutuhannya dan mengambil tindakan untuk memuaskan kebutuhan tersebut. Jadi dapat dipahami bahwa motivasi merupakan sesuatu yang mendorong seseorang untuk berperilaku tertentu untuk memenuhi kebutuhannya. Dengan mengetahui motivasi seseorang untuk menabung di bank syariah dapat membantu bank syariah dalam memberikan produk maupun layanan kepada nasabah secara maksimal. Mengetahui motivasi masyarakat dalam menabung juga dapat memberikan gambaran secara riil harapan dari masyarakat kepada bank syariah yang menjadi dorongan untuk masyarakat agar mau menabung di bank syariah.

Memahami perilaku konsumen dan mengenali konsumen merupakan sebuah tugas penting bagi produsen atau perusahaan, perilaku konsumen dapat dikenali dengan melihat keinginan dan kebutuhan dari konsumen agar konsumen menjadi loyal terhadap produsen atau perusahaan. Dalam hal ini perusahaan harus memahami konsep motivasi konsumen dalam melakukan pembelian. Bagaimanapun juga produsen harus mempelajari keinginan, dan motivasi belanja dan pembelian pelanggan pasar sasarannya.

Seorang pengusaha menggunakan bank sebagai alat penting dalam kegiatan operasional kerjanya, seperti dalam melakukan transaksi dengan rekan kerjanya ataupun hanya sekedar untuk menabung saja. Pengusaha dapat dijadikan salah satu pendorong peningkatan perkembangan perbankan syariah, karena dapat diketahui bahwa pengusaha merupakan orang yang sangat sering menggunakan produk dan jasa di dunia perbankan untuk menunjang kegiatannya usahanya. Banyaknya jumlah pengusaha UMKM di DIY dapat dimanfaatkan oleh bank syariah untuk menunjang pertumbuhan bank syariah. Berdasarkan data dari Dinas Perindustrian Daerah Istimewa Yogyakarta jumlah usaha yang ada pada tahun 2017 berjumlah 91.214 unit usaha di Daerah Istimewa Yogyakarta dan 340 unit usaha di Kota Yogyakarta yang bergerak di bidang UMKM dari berbagai cabang industri seperti pangan, sandang dan

kulit, kimia dan bahan bangunan, logam dan elektronik, serta kerajinan. Jadi, jika seluruh pengusaha tersebut menggunakan bank syariah, maka tentunya dapat mendorong perkembangan perbankan syariah di Indonesia lebih pesat lagi. Namun tentunya tidak semua pengusaha muslim menggunakan bank syariah untuk menabung, hal tersebut dipengaruhi oleh motivasi setiap pengusaha dalam memilih perbankan. Oleh sebab itu perlunya mengetahui motivasi apa saja yang dapat membuat para pengusaha muslim dalam memilih perbankan agar perbankan syariah dapat mengetahui kebutuhan dan keinginan yang diharapkan oleh para pengusaha tersebut.

Bedasarkan latar belakang diatas, maka dari itu peneliti akan melakukan penelitian yang berjudul **“MOTIVASI PENGUSAHA KOTA YOGYAKARTA UNTUK MENABUNG DI BANK SYARIAH (Studi Kasus Pengusaha UMKM Non Nasabah Bank Syariah)”**.

B. Rumusan Masalah

Bedasarkan latar belakang diatas, maka yang menjadi rumusan masalah pada penelitian ini adalah “Bagaimana Motivasi Pengusaha UMKM di Kota Yogyakarta untuk bersedia menabung di bank syariah?”.

C. Tujuan Penelitian

Bedasarkan rumusan masalah diatas, maka yang menjadi tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui dan mendeskripsikan motivasi pengusaha UMKM di Kota Yogyakarta untuk bersedia menabung bank syariah.

D. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini yaitu:

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan dan sumber masukan bagi pihak yang ingin mendalami ilmu ekonomi islam terutama yang ingin mengembangkan konsep tentang Identifikasi

Motivasi Pengusaha Muslim di Kota Yogyakarta dalam Memilih Bank Syariah.

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi salah satu sumber informasi bagi perbankan syariah dalam meningkatkan pemahaman mengenai keinginan masyarakat kepada perbankan syariah guna mendukung perkembangan perbankan syariah kedepannya.

E. Sistematika Penulisan

Penelitian ini disusun ke dalam tiga bab dengan sistematika penulisan dan pembahasan yang terdiri dari tiga bab. Setiap bab terdiri dari beberapa sub bab yang tergambar dalam uraian dibawah ini:

Bab pertama adalah pendahuluan yang terdiri dari sub bab yang meliputi latar belakang, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian. Dalam latar belakang masalah penulis menjelaskan tentang alasan perlunya dilakukan penelitian ini, yaitu alasan pentingnya mengetahui motivasi pengusaha muslim di Kota Yogyakarta untuk bersedia menabung di Bank Syariah. Dari alasan pemilihan topik penelitian ini, maka dapat ditarik sebuah rumusan masalah yang berguna untuk memudahkan penyusun dalam menentukan pokok permasalahan, rumusan masalah merupakan intisari permasalahan yang akan diselesaikan dalam penelitian yang akan dilakukan. Setelah menentukan pokok permasalahan yang tersusun dalam rumusan masalah, dalam sub bab ini juga berisi tujuan serta manfaat yang akan diperoleh dari penelitian ini. Tujuan dari penelitian ini sesuai dengan latar belakang dan rumusan masalah yaitu untuk mengetahui motivasi pengusaha muslim di Kota Yogyakarta untuk bersedia menabung di bank syariah. Manfaat penelitian ini merupakan manfaat-manfaat dan implikasi positif yang mungkin dapat diperoleh apabila tujuan penelitian tercapai, sehingga manfaat penelitian pada umumnya berkaitan dengan tujuan penelitian, manfaat penelitian ini terdiri dari manfaat teoritis dan manfaat praktis.

Bab kedua, berisi tentang landasan teori yang terdiri dari dua sub bab yaitu telaah pustaka dan kerangka teori. Telaah pustaka menguraikan penelitian-penelitian dan kajian-kajian terdahulu yang diperoleh dari berbagai sumber kepustakaan yang bisa dipertanggungjawabkan secara ilmiah. Telaah pustaka memuat informasi-informasi dari penelitian sejenis yang telah dilakukan oleh peneliti sebelumnya dalam memperkuat argumentasi peneliti mengenai kebaruan penelitian ini. Kemudian Landasan teori menguraikan konsep, prinsip, teori dan berbagai uraian lain yang relevan dengan permasalahan yang menjadi topik penelitian.

Bab ketiga, berisi tentang metode penelitian. Bahasan yang terdapat dalam metode penelitian ini terdiri dari desain penelitian, lokasi penelitian, waktu pelaksanaan penelitian, populasi dan sampel, sumber data, dan teknik pengumpulan data.

Bab keempat ini berisi tentang hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan analisis data ini mencakup satu variabel yang dibahas secara mendetail menggunakan data yang telah diperoleh dari hasil wawancara. Variabel dalam penelitian ini adalah motivasi pengusaha muslim untuk menabung di bank syariah.

Bab kelima pada bab ini adalah penutup. Bagian ini memuat kesimpulan hasil penelitian dan saran sebagai jawaban persoalan yang dibahas dalam penelitian ini.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Telaah Pustaka

Penelitian ini merupakan sebuah kelanjutan atau pelengkap dari penelitian-penelitian terdahulu karena memiliki teori ataupun permasalahan yang sama. Penelitian terdahulu ini yaitu antara lain:

Penelitian terdahulu yang pertama yaitu berjudul “Dorongan Non Nasabah Untuk Menjadi Nasabah Bank Syariah”. Penelitian ini dilakukan oleh Prasetyo Wibowo Program Studi Magister Ekonomi dan Keuangan Program Pasca Sarjana Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia pada tahun 2011. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh religiusitas, produk, layanan, tingkat bagi hasil, keamanan, kepastian hasil dalam menabung, sosialisasi dan kepatuhan syariah terhadap dorongan menjadi nasabah bank syariah dari perspektif non nasabah. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan pengumpulan datanya menggunakan kuisioner. Hasil dari penelitian ini mengungkapkan terdapat empat faktor yang berpengaruh positif signifikan yakni produk, keamanan, sosialisasi, serta kepatuhan syariah dan satu faktor negative signifikan yakni layanan (Wibowo, 2011).

Penelitian terdahulu yang kedua berjudul “Analisis Minat dan Keputusan Menabung Di Bank Syariah pada Pegawai Negeri Sipil Guru Muslim di Kabupaten Sleman”. Penelitian ini dilakukan oleh Indra Kusuma Program Studi Magister Manajemen Program Pasca Sarjana Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia, pada tahun 2009. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui sikap terhadap obyek dalam kerangka berkah dan manfaat merupakan penyebab yang menimbulkan minat untuk menabung di bank syariah, untuk mengetahui apakah norma subyektif dalam kerangka berkah dan manfaat merupakan penyebab yang menimbulkan minat untuk menabung

di bank syariah, dan untuk mengetahui apakah setelah PNS Guru Muslim di Kabupaten Sleman berminat menabung di bank Syariah, mereka akan mengambil keputusan untuk hanya menabung di bank syariah dan meninggalkan bank konvensional, tetap menabung di bank konvensional atau dua-duanya. Metode penelitian yang digunakan adalah dengan metode kuantitatif, hasil dari penelitian ini yaitu dari jawaban responden terhadap variable minat, ternyata faktor pelayanan yang baik dari bank syariah yang paling menimbulkan minat menabung di bank syariah, sedangkan jawaban dari variable keputusan, responden belum sepenuhnya bisa meninggalkan bank konvensional atau kebanyakan responden menjawab menggunakan (menabung) di bank konvensional dan bank syariah (Kusuma, 2009).

Penelitian terdahulu yang ketiga adalah mengenai “Analisis Faktor Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Nasabah dalam Membuka Rekening Tabungan pada Bank Syariah Mandiri Cabang Cikarang Jababeka”, penelitian ini dilakukan oleh Dimas Asmara, Program Magister Manajemen Fakultas Ekonomika dan Bisnis, Universitas Gajah Mada, pada tahun 2017. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku nasabah dalam membuka rekening tabungan pada Bank Syariah Mandiri Cabang Cikarang Jababeka. Penelitian ini merupakan jenis penelitian kualitatif, dengan menggunakan teknik pengumpulan data berupa pendekatan langsung dengan melakukan wawancara kepada narasumber. Adapun narasumber yang diwawancarai adalah tiga orang nasabah *payroll*, empat orang nasabah pembiayaan, dan tiga lagi *non payroll*. Hasil dari penelitian ini adalah khusus untuk nasabah *payroll* dan nasabah pembiayaan, motivasi awal mereka dalam membuka rekening tabungan adalah karena adanya manfaat fungsional (*payroll* dan pembiayaan) yang akan mereka nikmati (Asmara, 2017).

Penelitian terdahulu yang keempat adalah mengenai “Analisis Faktor Penentu Keputusan Nasabah dalam Memilih Jasa Perbankan Syariah dan Perbankan Konvensional di Kota Bengkulu”. Penelitian ini dilakukan oleh Rohmadi, Nurbaiti dan Junaidi, Fakultas Syariah, IAIN Bengkulu, pada tahun

2016. Penelitian ini bertujuan untuk memberikan informasi atau gambaran bagi pihak perbankan di Bengkulu, baik bank syariah maupun bank konvensional tentang faktor apa saja yang mempengaruhi perilaku masyarakat Bengkulu terhadap keputusan dalam memilih jenis perbankan. Metode penelitian yang digunakan adalah analisis faktor. Hasil dari penelitian ini yaitu terdapat perbedaan dalam dimensi yang mendasari keputusan mereka dalam memilih bank. Pada kasus bank syariah, ada beberapa dimensi, yaitu; persepsi, jual personal, keluarga, biaya dan manfaat, agama dan keyakinan. Sementara bank konvensional dimensi yang mendasarinya seperti dipengaruhi oleh rasional motivasi, biaya dan manfaat, keluarga, kegiatan promosi, dan gaya hidup. Analisis lebih lanjut melalui analisis *crosstab*, terdapat beberapa hubungan antara beberapa dimensi yang digunakan dalam penelitian ini. Hubungan tersebut telah ditemukan antara umur, pendapatan, tingkat pendidikan, pekerjaan dan jenis perbankan yang responden pilih. Penelitian ini juga menemukan tidak ada hubungan antara persepsi responden pada bunga dan jenis bank yang mereka pilih dengan kata lain, mayoritas responden penelitian ini tidak setuju dengan prinsip bunga namun mereka masih memilih untuk berurusan dengan lembaga perbankan berdasarkan alasan ekonomi mereka (Rohmadi, Nurbaiti & Junaidi, 2016).

Penelitian terdahulu yang kelima adalah "Keputusan Nasabah dalam Memilih Perbankan Syariah (Studi Kasus Pada Nasabah Bank Syariah Mandiri)". Penelitian ini dilakukan oleh Siti Umi Hanik dan Jati Handayani, Politeknik Negeri Semarang, pada tahun 2014. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menguji dan mendapatkan bukti empiris mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah dalam memilih perbankan syariah. Metode penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah metode kuantitatif. Hasil dari penelitian ini adalah variabel yang berpengaruh signifikan terhadap keputusan memilih perbankan syariah adalah produk, harga, promosi, tempat, faktor sosial dan faktor personal (Handayani, Siti Umi Hanik & Jati, 2014).

Penelitian terdahulu yang keenam berjudul “Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah dalam Menabung di Bank Syariah”. Penelitian ini dilakukan oleh Roni Andespa, pada tahun 2017. Penelitian ini memperoleh hasil bahwa terdapat empat faktor yang mempengaruhi, yang di dalamnya terdapat variabel-variabel yang mempengaruhi nasabah dalam mengambil keputusan menabung di bank syariah yaitu variabel: usia dan siklus hidup, keyakinan dan sikap, motivasi, kepribadian dan konsep diri, gaya hidup, pembelajaran, persepsi, kelompok acuan, kelas sosial peran dan status, produk, harga, promosi, distribusi, budaya dan keluarga. Penelitian ini merupakan penelitian yang bersifat kuantitatif dimana populasi dalam penelitian ini adalah seluruh nasabah perbankan syariah di Sumatra Barat (Andespa, 2017).

Penelitian terdahulu yang ketujuh yaitu berjudul “Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Dalam Memilih Jasa Perbankan Syariah (studi pada Bank Syariah Mandiri, kantor cabang Malang)”. Penelitian ini dilakukan oleh Toni Prasetyo Utomo, pada tahun 2014. Hasil dari penelitian ini ditemukan bahwa faktor pelayanan bank syariah, faktor pengetahuan tentang konsep bank syariah, dan faktor harga/biaya berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah dalam memilih bank syariah. Sedangkan faktor karakteristik bank syariah, faktor lokasi/aksebilitas dan faktor promosi tidak berpengaruh secara signifikan. Selain itu, berdasarkan pada koefisien regresi logistik, faktor pengetahuan tentang konsep bank syariah mempunyai nilai beta yang paling besar. Hal ini menunjukkan bahwa faktor pengetahuan tentang bank syariah adalah faktor yang dominan terhadap keputusan nasabah dalam memilih bank syariah. Dengan demikian, dalam rangka meningkatkan dan menarik nasabah baru, bank syariah harus fokus pada sosialisasi tentang bank syariah kepada masyarakat, agar masyarakat lebih memahami bagaimana seluk-beluk tentang bank syariah (Utomo, 2014).

Penelitian terdahulu yang kedelapan adalah berjudul “Analisis Pengaruh Religiusitas, Kelompok Referensi dan Motivasi terhadap Keputusan Menabung di Bank Syariah”. Penelitian ini dilakukan oleh Wahyu Utami,

Marijati Sangen dan M. Yudy Rachman pada tahun 2015. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa faktor religiusitas, kelompok referensi, dan motivasi, secara parsial dan secara simultan berpengaruh terhadap keputusan masyarakat untuk menabung di bank syariah. Namun secara parsial faktor religiusitas adalah faktor yang paling dominan dalam mempengaruhi masyarakat untuk mengambil keputusan menabung di bank syariah. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan populasi seluruh nasabah bank syariah di Kota Banjarmasin dan pengambilan sampel sebanyak 100 orang responden (Utami, Sangen, & Rachaman, 2015).

Di bawah ini pada Tabel 2.1 menunjukkan penelitian terdahulu beserta perbedaannya dengan penelitian selanjutnya yang akan dilakukan.

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

No	Nama Peneliti dan Judul Penelitian	Metode Penelitian	Perbedaan dengan Penelitian Selanjutnya
1	Prasetya Wibowo, "Dorongan Non Nasabah Untuk Menjadi Nasabah Bank Syariah", tahun 2011	Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan pengumpulan datanya menggunakan kuisioner.	Objek penelitian, dalam penelitian selanjutnya adalah pengusaha muslim yang belum menggunakan tabungan di bank syariah sedangkan penelitian ini objek penelitiannya adalah masyarakat umum. pada penelitian selanjutnya tujuan penelitiannya adalah mencari faktor sedangkan pada penelitian ini adalah menguji faktor yang sudah ditentukan. Dalam penelitian sebelumnya menggunakan pendekatan kuantitatif sedangkan penelitian selanjutnya adalah dengan pendekatan

			kualitatif.
2	Indra Kusuma, “Analisis Minat dan Keputusan Menabung Di Bank Syariah pada Pegawai Negeri Sipil Guru Muslim di Kabupaten Sleman”, tahun 2009	Desain penelitian ini merupakan penelitian dengan pendekatan kuantitatif.	Objek penelitian pada penelitian ini adalah Pegawai Negeri Sipil yaitu guru muslim yang ada di kabupaten Sleman, sedangkan pada penelitian terdahulu objek penelitiannya adalah pengusaha muslim di kota Yogyakarta. Penelitian ini menggunakan metode pendekatan kuantitatif sedangkan penelitian selanjutnya menggunakan metode pendekatan kualitatif.
3	Dimas Asmara, “Analisis Faktor Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Nasabah dalam Membuka Rekening Tabungan pada Bank Syariah Mandiri Cabang Cikarang Jababeka”, pada tahun 2017.	Desain penelitian ini menggunakan penelitian dengan pendekatan kualitatif dengan teknik pengumpulan data dengan melakukan wawancara.	Objek penelitian ini adalah 10 orang masyarakat umum yang menjadi nasabah bank syariah, sedangkan objek untuk penelitian selanjutnya adalah pengusaha muslim yang belum menjadi nasabah bank syariah.
4	Rohmadi, Nurbaiti dan Junaidi, berjudul “Analisis Faktor Penentu Keputusan Nasabah dalam Memilih Jasa Perbankan Syariah dan Perbankan	Metode yang dipakai dalam penelitian ini adalah analisis faktor dengan pendekatan kuantitatif.	Objek yang digunakan dalam penelitian ini adalah masyarakat umum yang menggunakan bank konvensional atau bank syariah dikota Bengkulu, sedangkan pada penelitian selanjutnya objek penelitiannya adalah pengusaha muslim yang belum

	Konvensional di Kota Bengkulu”, pada tahun 2016		menggunakan bank syariah. metode yang digunakan pada penelitian ini adalah dengan pendekatan kuantitatif sedangkan pada penelitian selanjutnya adalah dengan pendekatan kualitatif.
5	Siti Umi Hanik dan Jati Handayani, ”Keputusan Nasabah dalam Memilih Perbankan Syariah (Studi Kasus Pada Nasabah Bank Syariah Mandiri)”, pada tahun 2014.	Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah dengan pendekatan kuantitatif.	Objek penelitian ini adalah masyarakat umum yang menjadi nasabah di Bank Syariah Mandiri, sedangkan penelitian selanjutnya menggunakan objek pengusaha muslim yang belum menjadi nasabah bank syariah. Tujuan dari penelitian ini adalah menguji faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah dalam memilih perbankan syariah, sedangkan tujuan dari penelitian selanjutnya yaitu mencari faktor yang mempengaruhi keputusan pengusaha muslim untuk menabung di bank syariah. Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah dengan pendekatan kuantitatif sedangkan penelitian selanjutnya menggunakan pendekatan kualitatif.
6	Penelitian ini dilakukan oleh Roni Andespa dengan judul “Faktor-Faktor yang	Penelitian ini merupakan penelitian yang bersifat kuantitatif dimana populasi dalam penelitian ini adalah seluruh nasabah perbankan	Pada penelitian ini penulis melakukan pengujian terhadap variabel-variabel sebagai berikut: usia dan siklus hidup, keyakinan dan

	Mempengaruhi Minat Nasabah dalam Menabung di Bank Syariah”, pada tahun 2017	syariah di Sumatra Barat	sikap, motivasi, kepribadian dan konsep diri, gaya hidup, pembelajaran, persepsi, kelompok acuan, kelas sosial peran dan status, produk, harga, promosi, distribusi, budaya dan keluarga terhadap seluruh nasabah bank syariah. Sedangkan pada penelitian selanjutnya akan mengali informasi terkait motivasi pengusaha muslim yang belum memiliki rekening tabungan bank syariah untuk menabung di bank syariah. pada penelitian ini penulis menggunakan pendekatan kuantitatif sedangkan pada penelitian selanjutnya menggunakan pendekatan kualitatif.
7	Toni Prasetyo Utomo, “Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Dalam Memilih Jasa Perbankan Syariah (studi pada Bank Syariah Mandiri, kantor cabang Malang)”, tahun 2014	Metode penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif.	Objek pada penelitian ini adalah masyarakat umum yang menjadi nasabah Bank Syariah Mandiri dengan kualifikasi yang telah ditentukan, sedangkan pada penelitian selanjutnya objek penelitiannya adalah pengusaha muslim yang belum mempunyai tabungan di bank syariah. Metode yang digunakan pada penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif sedangkan penelitian selanjutnya menggunakan

			pendekatan kualitatif. Tujuan dari penelitian ini adalah melakukan analisis faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah dalam memilih jasa perbankan sedangkan pada penelitian selanjutnya bertujuan untuk mencari faktor yang memotivasi pengusaha muslim untuk menabung di bank syariah.
8	Penelitian ini dilakukan oleh Wahyu Utami, Marijati Sangen dan M. Yudy Rachman, yang berjudul “Analisis Pengaruh Religiusitas, Kelompok Referensi dan Motivasi terhadap Keputusan Menabung di Bank Syariah”. pada tahun 2015	Metode penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Dengan populasi seluruh nasabah bank syariah di Kota Banjarmasin dan pengambilan sampel sebanyak 100 orang responden.	Objek penelitian pada penelitian ini adalah masyarakat umum yang menjadi nasabah di Bank Syariah, sedangkan pada penelitian selanjutnya objek penelitiannya adalah pengusaha muslim yang belum menjadi nasabah di Bank Syariah. Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah dengan pendekatan kuantitatif sedangkan pada penelitian selanjutnya menggunakan pendekatan kualitatif. Pada penelitian ini, bertujuan untuk melakukan pengujian terhadap religiusitas, kelompok referensi dan motivasi terhadap keputusan menabung di bank syariah sedangkan tujuan dari penelitian selanjutnya adalah untuk mencari faktor apa saja yang memotivasi pengusaha muslim untuk

			memilih bank syariah.
--	--	--	-----------------------

B. Kerangka Teori

1. Bank Syariah

Bank merupakan salah satu badan usaha finansial yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkan kepada masyarakat dalam bentuk kredit dan/ atau bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup masyarakat banyak. Perbankan adalah kegiatan menghimpun dana (*funding*) dan menyalurkan dana (*landing*) (Nurul Inayah & Sri Sudiarti, 2017, p. 195).

Menurut Ali (2008) Bank syariah terdiri dari dua kata, yakni bank dan syariah. Kata bank bermakna sebuah lembaga keuangan yang memiliki fungsi sebagai perantara keuangan dari dua belah pihak, yaitu pihak yang berkelebihan dana dan pihak yang kekurangan dana. Kata syariah dalam versi bank syariah di Indonesia merupakan sebuah aturan atau perjanjian yang dilakukan oleh pihak bank dan pihak lain untuk penyimpanan dana dan/atau untuk pembiayaan kegiatan usaha dan kegiatan lain yang sesuai dengan prinsip syariah. Setiap kegiatan yang dilakukan oleh bank syariah terbebas dari segala hal yang dilarang dalam islam, sehingga bank syariah dalam kegiatan operasionalnya tidak menggunakan sistem bunga, spekulasi, dan ketidakpastian atau ketidakjelasan (Ali, 2008).

Perbedaan praktik bank syariah dan konvensional cukup mendasar yaitu: aspek illegal, dan aspek usaha yang dibiayai sesuai dengan konsep dasar pengelolaan harta dalam islam. Aspek illegal di bank syariah, akad yang dilakukan memiliki konsekuensi duniawi dan ukhrawi karena akad dilakukan berdasarkan hukum islam. Sedangkan aspek usaha yang dibiayai, dalam bank syariah tidak memungkinkan membiayai usaha yang terkandung di dalamnya hal-hal diharamkan. Hal-hal tersebut harus dipastikan; obyek pembiayaan halal atau haram, proyek yang menimbulkan kemudharatan untuk masyarakat, proyek berkaitan dengan

perbuatan asusila, pembiayaan berkaitan dengan penjualan dan sebagainya (Hafied Hamzah & Nasir Muhammad , 2013).

Tabel 2.2 di bawah ini menunjukkan perbandingan antara bank syariah dan bank konvensional.

Tabel 2.2 Perbedaan Bank Syariah dan Bank Konvensional

Bank Syariah	Bank Konvensional
Melakukan investasi-investasi yang halal saja	Investasi yang halal dan haram
Berdasarkan prinsip bagi hasil, jual beli, atau sewa	Memakai perangkat bunga
Profit dan falah oriented	Profit oriented
Hubungan dengan nasabah dalam bentuk hubungan kemitraan	Hubungan dengan nasabah dalam bentuk hubungan debitur-kreditur
Penghimpunan dan penyaluran dana harus sesuai dengan fatwa Dewan Pengawas Syariah	Tidak terdapat dewan pengawas sejenis.

Sumber: (Antonio M. S., 2001)

Berasarkan tabel 2.2 di atas dapat disimpulkan bahwa bank syariah hanya melakukan investasi-investasi yang halal saja, bertolak belakang dengan bank konvensional yang bebas dalam investasi apapun baik halal ataupun haram. Di bank syariah kegiatannya menggunakan prinsip bagi hasil, jual beli atau sewa sedangkan bank konvensional menggunakan perangkat bunga yang dilarang atau bertentangan dengan ajaran islam. Tujuan dari bank syariah adalah berorientasi pada profit dan falah, tidak hanya pada profit seperti tujuan dari bank konvensional. Dalam kegiatannya, bank syariah memiliki hubungan dengan nasabah dalam bentuk kemitraan bukan dalam bentuk debitur-kreditur seperti hubungan bank konvensional dengan nasabahnya. Dalam kegiatan penghimpunan

dan penyaluran dana, bank syariah diawasi oleh Dewan Pengawas Syariah sedangkan bank konvensional tidak ada dewan pengawas sejenis.

Tabel 2.3 dibawah ini merupakan perbedaan antara konsep bunga dengan bagi hasil.

Tabel 2.3 Perbedaan Konsep Bunga dan Bagi Hasil

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

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

Sumber: (Antonio M. S., 2001)

Menurut Nurul Inayah & Sri Sudiarti (2017, p.199) Secara etimologis, riba berarti tambahan, tumbuh dan membesar. Pengertian riba secara terminologis adalah “mengambil tambahan dari pokok, baik dalam jual beli maupun dalam pinjam meminjam yang disepakati kedua belah pihak pada waktu akad atau serah terima”. Di dalam buku *Towards A Just Monetary System* disebutkan bahwa di dalam Al-qur’an pelarangan riba terdapat dalam empat tahap surah yang berlainan yaitu: (Nurul Inayah & Sri Sudiarti, 2017)

Tahap pertama adalah dalam Q.S Ar-Rum:39

وَمَا آتَيْتُم مِّن رِّبَا لِّيَرْبُوَ فِي أَمْوَالِ النَّاسِ فَلَا يَرْبُوا عِنْدَ اللَّهِ^ط وَمَا آتَيْتُم مِّن زَكَاةٍ تُرِيدُونَ وَجْهَ اللَّهِ فَأُولَٰئِكَ هُمُ الْمُضْعِفُونَ ﴿٣٩﴾

Artinya: *Dan sesuatu Riba (tambahan) yang kamu berikan agar dia bertambah pada harta manusia, maka riba itu tidak menambah pada sisi Allah dan apa yang kamu berikan berupa zakat yang kamu maksudkan untuk mencapai keridhaan Allah, maka (yang berbuat demikian) Itulah orang-orang yang melipat gandakan (pahalanya).*

Tahap kedua adalah dalam Q.S An-Nisa: 160-161

فَبِظُلْمٍ مِّنَ الَّذِينَ هَادُوا حَرَّمْنَا عَلَيْهِمْ طَيِّبَاتٍ أُحِلَّتْ لَهُمْ وَبِصَدِّهِمْ عَنِ سَبِيلِ اللَّهِ كَثِيرًا ﴿١٦٠﴾ وَأَخَذَهُمُ الرِّبَا وَقَدْ بُوْهُوا عَنْهُ وَأَكْلِهِمْ أَمْوَالِ النَّاسِ بِالْبَاطِلِ وَأَعْتَدْنَا لِلْكَافِرِينَ مِنْهُمْ عَذَابًا أَلِيمًا ﴿١٦١﴾

Artinya: *”Maka disebabkan kezaliman orang-orang Yahudi, Kami haramkan atas (memakan makanan) yang baik-baik (yang dahulunya) Dihalalkan bagi mereka, dan karena mereka banyak menghalangi (manusia) dari jalan Allah. Dan disebabkan mereka*

memakan riba, Padahal Sesungguhnya mereka telah dilarang daripadanya, dan karena mereka memakan harta benda orang dengan jalan yang batil. Kami telah menyediakan untuk orang-orang yang kafir di antara mereka itu siksa yang pedih”.

Tahap ketiga adalah dalam Q.S. Ali Imran: 130

يَتَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا الرِّبَا أَضْعَافًا مُّضَاعَفَةً ۖ وَاتَّقُوا اللَّهَ لَعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ ﴿١٣٠﴾

Artinya: “Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu memakan Riba dengan berlipat ganda dan bertakwalah kamu kepada Allah supaya kamu mendapat keberuntungan”.

Tahap keempat adalah dalam Q.S. Al-Baqarah: 275-279

الَّذِينَ يَأْكُلُونَ الرِّبَا لَا يَقُومُونَ إِلَّا كَمَا يَقُومُ الَّذِي يَتَخَبَّطُهُ الشَّيْطَانُ مِنَ الْمَسِّ ۚ ذَٰلِكَ بِأَنَّهُمْ قَالُوا إِنَّمَا الْبَيْعُ مِثْلُ الرِّبَا ۗ وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا ۚ فَمَنْ جَاءَهُ مَوْعِظَةٌ مِّن رَّبِّهِ فَانْتَهَىٰ فَلَهُ مَا سَلَفَ وَأَمْرُهُ إِلَى اللَّهِ ۗ وَمَنْ عَادَ فَأُولَٰئِكَ أَصْحَابُ النَّارِ ۖ هُمْ فِيهَا خَالِدُونَ ﴿٢٧٥﴾ يَمْحَقُ اللَّهُ الرِّبَا وَيُرْبِي الصَّدَقَاتِ ۗ وَاللَّهُ لَا يُحِبُّ كُلَّ كَفَّارٍ أَثِيمٍ ﴿٢٧٦﴾ إِنَّ الَّذِينَ ءَامَنُوا وَعَمِلُوا الصَّالِحَاتِ وَأَقَامُوا الصَّلَاةَ وَآتَوُا الزَّكَاةَ لَهُمْ أَجْرُهُمْ عِنْدَ رَبِّهِمْ وَلَا خَوْفٌ عَلَيْهِمْ وَلَا هُمْ يَحْزَنُونَ ﴿٢٧٧﴾ يَتَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَذَرُوا مَا بَقِيَ مِنَ الرِّبَا إِن كُنْتُمْ مُّؤْمِنِينَ ﴿٢٧٨﴾ فَإِن لَّمْ تَفْعَلُوا فَأْذَنُوا بِحَرْبٍ مِّنَ اللَّهِ وَرَسُولِهِ ۗ وَإِن تُبْتُمْ فَلَكُمْ رُءُوسُ أَمْوَالِكُمْ لَا تَظْلِمُونَ وَلَا تُظْلَمُونَ ﴿٢٧٩﴾

Artinya: “275. 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 penghuni-penghuni neraka; mereka kekal di dalamnya.

276. Allah memusnahkan Riba dan menyuburkan sedekah dan Allah tidak menyukai Setiap orang yang tetap dalam kekafiran, dan selalu berbuat dosa.

277. Sesungguhnya orang-orang yang beriman, mengerjakan amal saleh, mendirikan shalat dan menunaikan zakat, mereka mendapat pahala di sisi Tuhannya. tidak ada kekhawatiran terhadap mereka dan tidak (pula) mereka bersedih hati.

278. Hai orang-orang yang beriman, bertakwalah kepada Allah dan tinggalkan sisa Riba (yang belum dipungut) jika kamu orang-orang yang beriman”.

279. Maka jika kamu tidak mengerjakan (meninggalkan sisa riba), maka ketahuilah, bahwa Allah dan Rasulnya akan memerangimu. Dan jika kamu bertaubat (dari pengambilan riba), maka bagimu pokok hartamu: kamu tidak menganiaya dan tidak (pula) dianiaya.

Ayat pada tahap pertama, yaitu Qs. Ar-Rum: 39, di Mekkah, menekankan jika bunga mengurangi rezeki yang berasal dari rahmat Allah, kedermawanan justru melipat gandakan. Pada ayat Tahap kedua, Qs. An-Nisa’: 161, permulaan periode Madinah, sangat mencelanya, sejalan dengan ayat sebelumnya. Ayat ini menggolongkan mereka yang makan riba sama dengan mereka yang mencuri harta orang lain dan Allah mengancam kedua pelaku tersebut dengan siksa yang pedih. Ayat pada tahap ketiga, Ali Imran 130-132, sekitar tahun kedua sampai tiga hijriah, memerintahkan muslim untuk menjauhkan dari riba jika mereka menginginkan kebahagiaan bagi diri mereka sendiri (kebahagiaan dalam pengertian komperhensif Islami). Ayat pada tahap keempat, Al-Baqarah: 275-289, menjelang berakhirnya misi ke-Nabian Muhammad SAW, mengecam keras mereka yang melakukan riba, membuat pembeda yang jelas antara perdagangan dan riba, dan meminta kaum muslimin untuk membatalkan semua riba, memerintahkan mereka untuk hanya mengambil uang pokok, dan meninggalkannya meskipun kerugian dan beban berat

bagi yang meminjamkannya. (Nurul Inayah & Sri Sudiarti, 2017, pp. 199-203)

Bank syariah memiliki beberapa tujuan yang diantaranya adalah sebagai berikut:

- a. Memberikan pengarahannya dalam kegiatan ekonomi umat untuk ber-*muamalat* secara islam, khususnya *muamalat* yang berhubungan dengan perbankan agar terhindar dari praktek-praktek riba atau jenis-jenis usaha perdagangan yang mengandung unsur yang dilarang dalam islam yang dapat memberikan dampak negatif terhadap kehidupan ekonomi masyarakat banuak.
- b. Untuk menciptakan sebuah keadilan di bidang ekonomi dengan cara meratakan pendapatan melalui kegiatan investasi, agar tidak terjadi kesenjangan yang besar antara pemilik modal dengan pihak yang membutuhkan dana
- c. Untuk meningkatkan kualitas hidup umat dengan jalan membuka peluang usaha yang lebih besar demi terciptanya kemandirian usaha.
- d. Untuk menanggulangi masalah kemiskinan, yang pada umumnya merupakan program utama dari negara-negara berkembang. Upaya yang dilakukan bank syariah dalam mengurangi masalah kemiskinan ini berupa pembinaan nasabah seperti program pembinaan pengusaha produsen, pembinaan pedagang perantara, program pembinaan konsumen, program pengembangan modal kerja dan program pengembangan usaha bersama.
- e. Untuk menjaga stabilitas ekonomi dan moneter. Dengan adanya kegiatan yang dilakukan bank syariah akan mampu menghindari pemanasan ekonomi yang dapat diakibatkan karna adanya inflasi, menghindari persaingan yang tidak sehat antara lembaga keuangan.
- f. Untuk menyelamatkan ketergantungan ummat islam terhadap bank non-syariah (Sudarsono, 2008, pp. 43-44)

Dibawah ini merupakan salah satu produk tabungan dari beberapa bank syariah beserta tarif yang ditentukan:

- a. Bank syariah mandiri (Tabungan BSM)
Minimum setoran awal: 80.000
Minimum setoran berikutnya: 10.000
Saldo minimum: 50.000
- b. Bank Muamalat Indonesia (TabunganKu)
Minimum setoran awal: 20.000
Minimum setoran berikutnya: 10.000
Saldo minimum: 20.000
- c. Bank Rakyat Indonesia Syariah (Tabungan Faedah BRISyariah iB)
Minimum setoran awal: 100.000
Minimum setoran berikutnya: 10.000
Saldo minimum: 50.000

Konsep pengembangan strategi pemasaran berkaitan dengan masalah bagaimana menetapkan bentuk penawaran pada segmen pasar tertentu. Hal ini dapat terpenuhi dengan penyediaan suatu sarana yang disebut bauran pemasaran, yang sering juga disebut sebagai basis strategi, yang mencakup berikut ini (Hasan, 2010, p. 133).

- a. Produk. Meliputi produk spesifik yang dijual, pembentukan lini produk dan desain penawaran individual pada masing masing lini. Produk itu sendiri menawarkan manfaat total yang dapat diperoleh pelanggan dengan melakukan pembelian. Pengembangan produk-jasa dengan memperkenalkan produk ke pasar yang sudah ada.
- b. Harga. Menentukan harga yang dapat mencerminkan nilai kuantitatif dari produk kepada pelanggan.
- c. Distribusi. Saluran *retail* yang dilalui produk hingga mencapai konsumen akhir yang membeli dan menggunakannya. Tempatkan

counter ATM secara tepat (pusat-pusat perbelanjaan) atau cari tempat yang strategis untuk perluasan akses produk.

- d. Komunikasi pemasaran. Mempertimbangkan penggunaan periklanan, *personal selling*, promosi penjualan, *direct marketing* dan *public relation* secara tepat.

2. Menabung

Menurut Keynes (1936:89), ada 8 motif yang berbeda dalam menabung yaitu: (1) tindakan pencegahan, yang berimplikasi pada menambah cadangan untuk menghadapi keadaan yang tidak terduga, (2) tujuan masa depan, untuk mengantisipasi perbedaan antara pendapatan dan pengeluaran belanja di masa depan, (3) perhitungan, ingin memperoleh keuntungan/ bunga (4) perbaikan, meningkatkan standar hidup dalam waktu yang lama, (5) kebebasan, menunjukkan adanya kebutuhan akan kebebasan dan memiliki kekuasaan untuk melakukan sesuatu, (6) usaha, adanya kebebasan untuk menanamkan uang ketika memungkinkan, (7) kebanggaan, lebih tertuju pada penempatan uang untuk ahli waris dan (8) keserakahan harta atau kekikiran yang sesungguhnya. (Utami, Sangen, & Rachaman, 2015, p. 82)

Menurut (Damayanti, 2016) menabung adalah menyisihkan harta kita untuk mempersiapkan suatu pengeluaran penting pada masa mendatang, sehingga pada saatnya tiba telah tersedia dana yang memadai. Menabung adalah bagian dari pengendalian diri. Dengan menabung, artinya kita tidak terbawa hawa nafsu untuk memenuhi pemenuhan kepuasan sekarang atau jangka pendek, melainkan mengendalikan pemenuhan keinginan kita untuk dapat memenuhi kebutuhan masa yang akan datang yang jauh lebih penting. Dalam Al-Quran terdapat ayat yang secara tidak langsung telah memerintahkan kaum muslimin untuk mempersiapkan hari esok secara lebih baik (Antonio, 2001) yaitu:

Firman Allah Swt dalam surat An-Nisaa' (4:9)

وَلْيَخْشَ الَّذِينَ لَوْ تَرَكَوْا مِنْ خَلْفِهِمْ ذُرِّيَّةً ضِعْفًا خَافُوا عَلَيْهِمْ فَلْيَتَّقُوا اللَّهَ
وَلْيَقُولُوا قَوْلًا سَدِيدًا ﴿٩﴾

Artinya: “Dan hendaklah takut kepada Allah orang-orang yang seandainya meninggalkan dibelakang mereka anak-anak yang lemah, yang mereka khawatir terhadap (kesejahteraan) mereka. Oleh sebab itu hendaklah mereka bertakwa kepada Allah dan hendaklah mereka mengucapkan perkataan yang benar”.

Dan dalam Firman Allah dalam Surat Al-Baqarah (2:266):

أَيُّدٌ أَحَدِكُمْ أَنْ تَكُونَ لَهُ جَنَّةٌ مِّنْ نَّخِيلٍ وَأَعْنَابٍ تَجْرِي مِنْ تَحْتِهَا الْأَنْهَارُ
لَهُ فِيهَا مِنْ كُلِّ الثَّمَرَاتِ وَأَصَابَهُ الْكِبَرُ وَلَهُ ذُرِّيَّةٌ ضُعَفَاءُ فَأَصَابَهَا إِعْصَارٌ فِيهِ نَارٌ
فَاحْتَرَقَتْ ۗ كَذَلِكَ يُبَيِّنُ اللَّهُ لَكُمْ الْآيَاتِ لَعَلَّكُمْ تَتَفَكَّرُونَ ﴿٢٦٦﴾

Artinya: “Apakah ada salah seorang diantaramu yang ingin mempunyai kebun kurma dan anggur yang mengalir dibawahnya sungai-sungai; dia mempunyai dalam kebun itu segala macam buah-buahan, kemudian datanglah masa tua pada orang itu sedang dia mempunyai keturunan yang masih keci-kecil. Maka kebun itu ditiup angin keras yang mengandung api, lalu terbakarlah. Demikianlah Allah menerangkan ayat-ayat-Nya kepada kamu supaya kamu memikirkannya”.

Dalam kedua ayat tersebut memerintahkan kita untuk selalu bersiap-siap dan merencanakan masa depan, baik secara rohani (iman/taqwa) maupun secara ekonomi harus terencana dengan baik. Salah satu langkah perencanaan dari segi ekonomi adalah dengan menabung (Damayanti, 2016, p. 20).

3. Perilaku Konsumen

Meurut Engel, Blackwell dan Miniard (1995) Pemahaman terhadap perilaku konsumen mencakup pemahaman terhadap tindakan yang

dilakukan konsumen dalam mendapatkan, mengkonsumsi dan menghabiskan produk dan jasa, termasuk proses keputusan yang mendahului dan mengikuti tindakan ini. Studi mengenai perilaku konsumen mencakup bidang yang luas, karena termasuk didalamnya juga mempelajari tentang dampak dari proses dan aktivitas yang dilakukan konsumen ke konsumen lainnya. Ada dua faktor yang mempengaruhi pengambilan keputusan konsumen, yaitu yaitu faktor yang pertama konsumen itu sendiri, yang didorong oleh dua unsur yaitu pemikiran konsumen (kebutuhan/motivasi, persepsi, sikap) dan karakteristik konsumen (demografi, gaya hidup dan kepribadian konsumen). Faktor yang kedua adalah pengaruh lingkungan yang terdiri dari nilai budaya, pengaruh sub dan lintas budaya, kelas sosial dan situasi lain yang menentukan (Suryani T. , 2008).

a. Proses Pengambilan Keputusan

Proses pembelian yang spesifik terdiri dari urutan kejadian berikut: pengenalan masalah kebutuhan, pencarian informasi, evaluasi alternative, keputusan pembelian, dan perilaku pasca pembelian. Tahap-tahap tersebut dapat diuraikan sebagai berikut: (Setiadi, 2003, pp. 16-20)

- 1) Pengenalan masalah. Proses membeli diawali saat pembeli menyadari adanya masalah kebutuhan. Pembeli menyadari terdapat perbedaan antara kondisi sesungguhnya dengan kondisi yang diinginkannya.
- 2) Pencarian informasi.

Seorang konsumen yang mulai timbul minatnya akan terdorong untuk mencari informasi lebih banyak. Secara umum konsumen menerima informasi terbanyak dari suatu produk dari sumber-sumber komersial, yaitu sumber-sumber yang didominasi oleh para pemasar seperti iklan, tenaga penjualan, penyalur kemasan dan pameran. Pada sisi lain, informasi yang

paling efektif justru berasal dari sumber-sumber pribadi, seperti berasal dari keluarga, teman, tetangga, dan kenalan. Setiap sumber informasi melaksanakan suatu fungsi yang berbeda dalam mempengaruhi keputusan membeli.

3) Evaluasi alternatif

Ada beberapa proses evaluasi keputusan. Kebanyakan model dari proses evaluasi konsumen sekarang bersifat kognitif, yaitu mereka memandang konsumen sebagai pembentuk penilaian terhadap produk terutama berdasarkan pada pertimbangan yang sadar dan rasional. Konsumen mungkin mengembangkan seperangkat kepercayaan merk tentang dimana setiap merk berada pada ciri masing-masing. Kepercayaan merek menimbulkan citra merek.

4) Keputusan membeli

Pada tahap evaluasi, konsumen membentuk preferensi terhadap merek-merek yang terdapat pada perangkat pilihan. Konsumen mungkin juga membentuk tujuan membeli untuk merek yang paling disukai. Walaupun demikian, dua faktor dapat mempengaruhi tujuan membeli dan keputusan membeli. Faktor yang pertama adalah sikap orang lain, sejauh mana sikap orang lain mempengaruhi alternatif pilihan seseorang akan tergantung pada dua hal yaitu intensitas sikap negatif orang lain tersebut terhadap alternative pilihan konsumen dan motivasi konsumen untuk menuruti keinginan orang lain tersebut. Semakin tinggi intensitas sikap negative orang lain tersebut akan semakin dekat hubungan orang tersebut dengan konsumen, maka semakin besar kemungkinan konsumen akan menyesuaikan tujuan pembeliannya.

Tujuan pembelian juga akan dipengaruhi oleh faktor-faktor keadaan yang tidak terduga. Konsumen membentuk tujuan pembelian yang tidak terduga. Konsumen membentuk tujuan

pembelian berdasarkan faktor-faktor seperti: pendapatan keluarga yang diharapkan, harga yang diharapkan, dan manfaat produk yang diharapkan. Pada saat konsumen ingin bertindak, faktor-faktor keadaan yang tidak terduga mungkin timbul dan mengubah tujuan membeli.

5) Perilaku sesudah pembelian

Sesudah pembelian terhadap suatu produk yang dilakukan konsumen akan mengalami beberapa tingkat kepuasan atau ketidakpuasan. Konsumen tersebut juga akan terlibat dalam tindakan-tindakan sesudah pembelian dan penggunaan produk yang akan menarik minat pemasar. Pekerjaan pemasar tidak akan berakhir pada saat suatu produk dibeli, tetapi akan terus berlangsung hingga periode sesudah pembelian.

6) Kepuasan sesudah pembelian

Setelah membeli suatu produk, seorang konsumen mungkin mendeteksi adanya suatu cacat. Beberapa pembeli tidak akan menginginkan produk cacat tersebut, yang lainnya akan bersifat netral dan beberapa bahkan mungkin melihat cacat itu sebagai sesuatu yang meningkatkan nilai dari produk. Kepuasan pembeli merupakan fungsi dari dekatnya antara harapan dari pembeli tentang produk dan kemampuan dari produk tersebut.

7) Tindakan-tindakan sesudah pembelian

Kepuasan atau ketidakpuasan konsumen pada suatu produk akan mempengaruhi tingkah laku berikutnya. Jika konsumen merasa puas, maka ia akan memperlihatkan kemungkinan yang lebih tinggi untuk membeli produk itu lagi. Untuk konsumen yang tidak puas akan mengambil satu atau dua tindakan. Mereka mungkin akan mengurangi ketidakcocokannya dengan meninggalkan atau mengembalikan produk tersebut, atau mereka mungkin berusaha mengurangi ketidakcocokannya dengan mencari informasi yang mungkin mengkonfirmasi

produk tersebut sebagai bernilai tinggi (atau menghindari informasi yang mengkonfirmasi produk tersebut sebagai bernilai rendah).

- 8) Penggunaan dan pembuangan sesudah pembelian. Para pemasar juga harus mengontrol bagaimana pembeli menggunakan dan membuang suatu produk. Bila konsumen menemukan cara pemakaian penggunaan baru, ini haruslah menarik minat pemasar karena penggunaan baru tersebut dapat diiklankan. Bila konsumen menyimpan produk tersebut dilemari mereka, ini merupakan petunjuk bahwa produk tersebut kurang memuaskan dan konsumen tidak akan menjelaskan hal-hal yang baik dari produk tersebut kepada orang lain. Bila mereka menjual atau menukar produk, maka ini berarti penjualan produk berikutnya akan menurun.

4. Motivasi

Ada beberapa pengertian mengenai motivasi yang diantaranya yaitu menurut **Wells & Prensky (1997)**, motivasi didefinisikan sebagai proses dimana individu mengenal kebutuhannya dan mengambil tindakan untuk memuaskan kebutuhan tersebut (Ferrinadewi, 2008, p. 14) dan menurut **Schiffman & Kanuk (2000)**, motivasi adalah dorongan dari dalam individu yang menyebabkan dia bertindak. Motivasi merupakan sebuah dorongan bagi manusia untuk mengambil tindakan tertentu dalam upaya memenuhi kebutuhannya (Ristiyanti Prasetijo & John J.O.I Ihalauw, 2005, p. 25).

Dalam pengertian sehari-hari, motivasi dapat diartikan sebagai sesuatu yang mendorong seseorang untuk berperilaku tertentu. Motivasi dapat membuat seseorang memulai, melaksanakan dan mempertahankan kegiatan tertentu. Motivasi merupakan sesuatu yang ada dalam diri seseorang dan tidak tampak dari luar. Motivasi akan kelihatan atau akan

tampak melalui perilaku seseorang yang dapat dilihat atau diamati (Setiadi, 2003).

Menurut (Ferrinadewi, 2008) secara proses, motivasi dimulai dari adanya tekanan (*tension*) yang dihasilkan sebagai akibat adanya keinginan atau kebutuhan yang belum terpenuhi. Tekanan tersebut kemudian menimbulkan daya dorong bagi seseorang.

Menurut Hilgard dan Bower, daya dorong merupakan hal yang paling penting dalam perkembangan perilaku karena (Petri, 1981:125):

- a. Tanpa dorongan maka tidak dimungkinkan adanya daya untuk mengurangi tekanan akibat belum terpenuhinya kebutuhan karena perilaku konsumen tergantung pada daya dorong tersebut.
- b. Dorongan merupakan tenaga yang menggerakkan perilaku, tanpa adanya dorongan maka tidak akan ada perilaku yang terjadi.

Agar pemberian motivasi berjalan dengan lancar maka harus ada proses motivasi yang jelas. Proses motivasi tersebut terdiri dari: (Setiadi, 2003, pp. 98-99)

- a. Tujuan
Perusahaan harus bisa menentukan terlebih dahulu tujuan yang ingin dicapai, baru kemudian konsumen dimotivasi kearah itu.
- b. Mengetahui Kepentingan
Perusahaan harus bisa mengetahui keinginan konsumen tidak hanya dilihat dari kepentingan perusahaan semata.
- c. Komunikasi Efektif
Melakukan komunikasi dengan baik terhadap konsumen agar konsumen dapat mengetahui apa yang harus mereka lakukan dan apa yang bisa mereka dapatkan
- d. Integrasi Tujuan
Proses motivasi perlu untuk menyatukan tujuan perusahaan dan tujuan kepentingan konsumen. Tujuan perusahaan adalah untuk mencari laba serta perluasan pasar, sedangkan tujuan individu

konsumen adalah pemenuhan kebutuhan dan kepuasan. Kedua kepentingan diatas harus disatukan dan untuk itu penting adanya penyesuaian motivasi.

e. Fasilitas

Perusahaan memberikan fasilitas agar konsumen mudah mendapatkan barang dan jasa yang dihasilkan oleh perusahaan.

Sesuatu yang paling menarik bagi pemasar adalah bagaimana motivasi ini bisa mengakibatkan konsumen terlibat dalam proses perilaku beli, terutama dalam proses mencari dan mengevaluasi. Solomon (1999) mendefinisikan keterlibatan sebagai tingkat perhatian dan minat serta seberapa penting produk itu untuk orang yang bersangkutan yang dipicu oleh suatu stimulus dalam situasi yang spesifik. Keterlibatan dapat dipandang sebagai motivasi untuk memproses informasi produk dalam situasi dimana ada hubungan antara kebutuhan, tujuan, atau nilai-nilai dan pengetahuan tentang produk. Bila keterlibatan pada suatu produk meningkat, maka konsumen akan memberikan perhatian yang lebih besar pada iklan atau informasi lain yang berhubungan dengan produk, menggunakan daya kognitifnya untuk memahami iklan, dan memfokuskan perhatiannya pada informasi tentang produk dalam iklan itu (Ristiyanti Prasetyo & John J.O.I Ihalauw, 2005).

Keterlibatan adalah bentuk perwujudan motivasi dan merupakan suatu kondisi, yang dimana konsumen berusaha untuk mendekati dirinya dengan produk atau merek dalam suatu bentuk hubungan tertentu. Upaya konsumen ini dapat berupa upaya mental maupun fisik yang rela dikorbankan agar konsumen dapat mengkonsumsi produk tertentu, misalnya konsumen secara aktif melakukan: (Ferrinadewi, 2008, p. 33)

- a. Melakukan berbagai aktivitas mencari informasi dengan bertanya kepada produsen, pelanggan lain atau melakukan perbandingan dengan merek lain.

- b. Melakukan aktivitas pemrosesan informasi secara kognitif, misalnya mengingat kembali pengalaman masa lalunya dengan produk atau merek tertentu.
- c. Mempertimbangkan lebih banyak atau sedikit atribut dari beberapa produk atau merek yang menjadi alternatif pilihan.

Ketika konsumen melakukan lebih banyak pengorbanan berbentuk aktivitas-aktivitas di atas maka dapat dikatakan konsumen ada pada kondisi keterlibatan tinggi. Setiap konsumen memiliki tingkat pengorbanan mental dan fisik yang berbeda satu dengan lainnya. Perbedaan ini akan tercermin pada jumlah dan tipe kriteria pilihan, luas sempitnya informasi yang diperoleh, panjang pendeknya proses pengambilan keputusan dan pengalihan merek. (Ferrinadewi, 2008, p. 34)

Menurut (Ferrinadewi, 2008, p. 34) konsumen tidak saja berbeda pada tingkat keterlibatan tapi juga berbeda dalam tipenya. Laurent & Kapferer (1986) menemukan beberapa kondisi yang menjadi pemicu perbedaan dalam tipe keterlibatan yaitu:

- a. Persepsi konsumen akan pentingnya produk dan merek
- b. Persepsi konsumen akan nilai-nilai dirinya yang dapat diwujudkan oleh produk dan merek
- c. Persepsi konsumen akan nilai-nilai kenyamanan
- d. Persepsi konsumen akan risiko yang mungkin harus ditanggungnya bila mengkonsumsi produk atau merek.

Ada beberapa faktor yang mempengaruhi motivasi yaitu:

- a. Faktor-faktor pribadi

Faktor-faktor pribadi terbagi menjadi dua yaitu kebutuhan dan minat. yang dijelaskan sebagai berikut:

- 1) Kebutuhan

Kebutuhan dan tujuan seseorang selalu berubah sebagai respon terhadap kondisi-kondisi fisiknya, terhadap lingkungan sekitarnya, terhadap interaksi dengan pihak-pihak lain dan karena pengalamannya. Kebutuhan menunjukkan kekurangan yang

dialami seseorang pada suatu waktu tertentu. Kebutuhan dipandang sebagai penggerak atau pembangkit perilaku.

2) Minat

Menurut Mowen dalam Oliver (2006) minat beli merupakan sesuatu yang diperoleh dari proses belajar dan proses pemikiran yang membentuk suatu persepsi. Dimana nantinya minat beli menciptakan suatu motivasi yang terus terekam dalam benak nasabah dan menjadi suatu keinginan yang sangat kuat yang pada akhirnya ketika seorang konsumen harus memenuhi kebutuhannya akan mengaktualisasikan apa yang ada didalam benaknya itu. (Andespa, 2017, p. 44)

3) Kepentingan

Kepentingan merupakan sebuah dasar dari timbulnya tingkah laku individu dan sifatnya esensial bagi kelangsungan hidup individu itu sendiri, jika individu berhasil memenuhi kepentingannya, maka ia akan merasa puas dan sebaliknya kegagalan dalam memenuhi kepentingan akan menimbulkan masalah baik untuk dirinya ataupun untuk lingkungannya. Sehingga kegiatan kegiatan yang dilakukan oleh individu merupakan sebuah perwujudan pemenuhan dari kepentingan tersebut.

4) Nilai-Nilai

Nilai merupakan sebuah perasaan tentang apa yang diinginkan yang dapat mempengaruhi perilaku sosial dari orang yang memiliki suatu nilai tersebut. Oleh karenanya, nilai adalah suatu yang abstrak yang tidak berwujud dan tidak dapat disentuh oleh panca indra manusia. Bagi manusia nilai dijadikan sebagai landasan, alasan ataupun motivasi dalam segala tingkah laku dan perbuatannya.

Masyarakat dengan tipikal yang dalam kehidupannya memakai nilai-nilai keagamaan dalam menggunakan sesuatu atas dasar pertimbangan kemanfaatan pada obyek yang digunakan

merupakan tipikal masyarakat yang termotivasi untuk memilih suatu barang syariah tidak saja karena sesuai dengan syariah, tetapi juga karena dapat memenuhi kebutuhan mereka dalam bertransaksi keuangan.

b. Faktor obyek/ stimulus

Faktor obyek atau stimulus ini terbagi menjadi 3 bagian yaitu antara lain:

1) Unsur pembeda pada alternative-alternatif

Konsumen mengevaluasi pilihan berkenaan dengan manfaat yang diharapkan dan menyempitkan pilihan hingga alternative yang dipilih.

2) Sumber komunikasi

Komunikasi pada dasarnya adalah semua praktik yang dilakukan untuk memberikan atau saling bertukar informasi. Secara spesifik seperti yang dikemukakan oleh Schiffman dan Kanuk (2000), komunikasi merupakan transmisi pesan dari pengirim ke penerima dengan menggunakan suatu bentuk signal yang dikirim melalui suatu media tertentu. Sumber komunikasi konsumen diklasifikasikan menjadi: (Ristiyanti Prasetijo & John J.O.I Ihalauw, 2005, p. 134)

a) Sumber informal, misalnya teman, keluarga, tetangga, teman sekerja, dll. Yang secara teratur berkomunikasi dan dalam komunikasi itu menyebutkan suatu bentuk informasi suatu produk atau jasa. Komunikasi ini juga disebut komunikasi dari mulut kemulut yang cenderung lebih persuasive karena pengirim pesan tidak mempunyai kepentingan sama sekali atas tindakan si penerima setelah itu.

b) Sumber formal, seperti salesman, juru bicara perusahaan yang mempengaruhi atau membujuk konsumen untuk bertindak sesuai dengan petunjuknya. Komunikasi formal

yang seperti ini digunakan dalam personal selling. Keuntungan dari personal selling adalah bahwa timbal balik langsung yang dihasilkan dari komunikasi tersebut merupakan faktor yang membuat personal selling efektif, karena timbal balik itu seringkali dapat direspons oleh staf penjualan secara langsung.

- c) Sumber umum yaitu seperti media massa dan organisasi konsumen
- d) Sumber pengalaman, yaitu suatu informasi yang berasal dari pengalaman, pernah mengalami, menguji, atau menggunakan produk

3) Isi Komunikasi

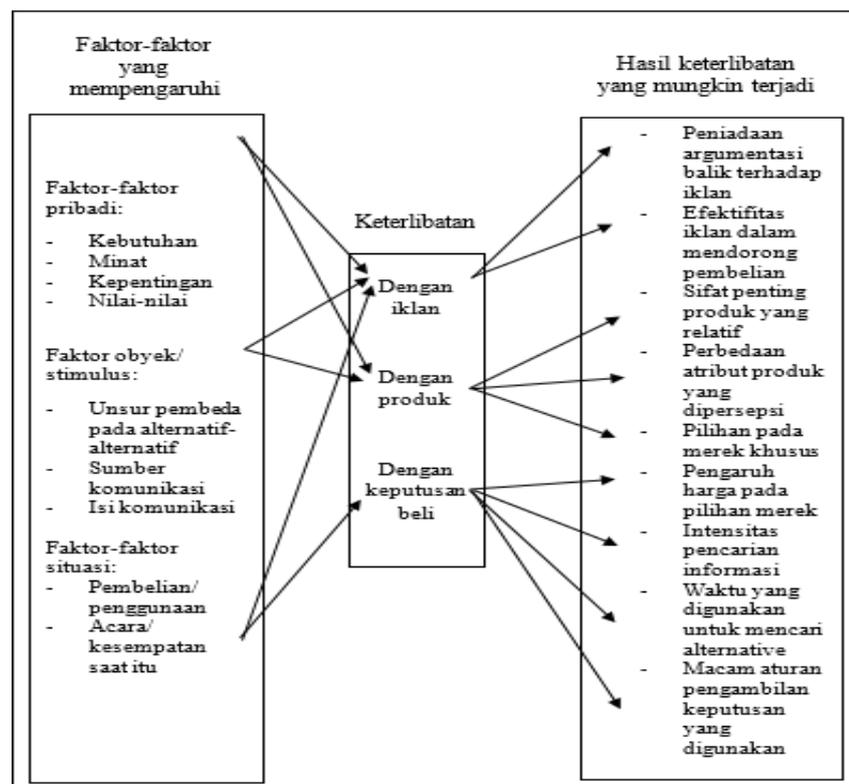
Isi komunikasi merupakan sebuah pesan, yang pesan ini dapat berupa pikiran, ide, sikap, citra atau informasi lain yang ingin di ekspresikan oleh si pengirim kepada audiens yang dituju. Isi komunikasi dari berbagai sumber diatas yaitu sumber informal, dan formal mempengaruhi keputusan beli konsumen. Karena isi komunikasi yang berasal dari sumber nya tersebut jika setelah melewati proses belajar konsumen, mereka menyimpulkan bahwa produk atau jasa yang ditawarkan perusahaan tersebut bernilai positif bagi dirinya maka konsumen akan memberikan respon yang baik terhadap produk dan jasa yang ditawarkan tersebut dan juga sebaliknya.

c. Faktor- faktor situasi

Situasi akan berubah sepanjang waktu, keterlibatan situasi bersifat operasional atas dasar temporer dan akan memudar segera setelah hasil pembelian terpecahkan. situasi ditentukan oleh aspek lingkungan fisik dan sosial yang ada di sekitar kita yang dengan segera mengaktifkan konsekuensi dan nilai penting, sehingga membuat produk dan merek yang terlihat secara pribadi relevan. Aspek lingkungan sosial dapat menciptakan relevansi pribadi

situasional. Misalnya berbelanja dengan orang lain dapat membuat seseorang lebih sadar diri dari pada berbelanja sendirian. Aspek yang lebih umum dari lingkungan fisik dapat juga mempengaruhi relevansi pribadi situasional.

Gambar 2.1 di bawah ini merupakan konseptualisasi keterlibatan antara faktor-faktor yang mempengaruhi dengan iklan, produk dan keputusan membeli



Sumber: (Ristiyanti Prasetyo & John J.O.I Ihalauw, 2005)

Gambar 2.1 *Konseptualisasi Keterlibatan*

Menurut (Ferrinadewi, 2008, p. 36) tipe keterlibatan konsumen ini dapat dilihat dari beberapa perspektif yaitu:

a. **Perspektif produk**

Keterlibatan sebagai persepsi konsumen akan tingkat kepentingan mereka terhadap produk, apakah produk tersebut diragukan dapat

memenuhi kepentingan konsumen sehingga dipandang kurang penting atau sebaliknya produk tersebut dianggap penting.

b. Perspektif subyek

Keterlibatan dari perspektif subyek dapat didefinisikan menjadi:

- 1) Keterlibatan sebagai tingkat minat atau perhatian terhadap kategori produk atau seberapa penting produk tersebut bagi konsumen.
- 2) Sejauh mana keterlibatan konsumen dengan produk dikaitkan dengan tujuan akhir tertentu atau informasi yang berdampak langsung.
- 3) Tingkat komitmen yang ditunjukkan oleh konsumen berkaitan dengan posisinya dalam masalah kesetiaan produk.
- 4) Perspektif respon

Perspektif ini menjelaskan bahwa keterlibatan merupakan partisipasi aktif konsumen dalam pemrosesan informasi.

Motivasi konsumen bertujuan untuk meningkatkan kepuasan, mempertahankan loyalitas, efisiensi, efektivitas, dan mencipta suatu hubungan yang harmonis antara produsen atau penjual dengan pembeli atau konsumen. Motivasi konsumen yang dilakukan oleh produsen sangat erat sekali hubungannya dengan kepuasan konsumen, untuk itu perusahaan selalu berusaha untuk membangun kepuasan konsumen (Setiadi, 2003).

Menurut (Setiadi, 2003, p. 104) motivasi yang dimiliki tiap konsumen sangat berpengaruh terhadap keputusan yang akan diambil. Bila dilihat dari hal itu maka motivasi yang dimiliki oleh konsumen secara garis besar dapat terbagi dua kelompok besar, yaitu motivasi yang berdasarkan rasional dan motivasi berdasarkan emosional. Motivasi yang berdasarkan rasional akan menentukan pilihan terhadap suatu produk dengan memikirkan secara matang serta dipertimbangkan terlebih dahulu untuk membeli produk tersebut. Kebanyakan yang akan dirasakan oleh

konsumen terhadap produk tersebut sangat puas. Sedangkan untuk motivasi yang berdasarkan pada emosional, konsumen terkesan terburu-buru untuk membeli produk tersebut dengan tidak mempertimbangkan kemungkinan yang akan terjadi dimasa yang akan datang. Kecenderungan yang akan terlihat seperti konsumen tidak akan merasa puas terhadap produk yang telah dibeli karena produk tersebut hanya sesuai dengan keinginan konsumen dalam jangka pendek saja.

5. Pengusaha UMKM

Thomas W. Zimmerer dan Norman M. Scharborough (1996) mengatakan bahwa kewirausahaan adalah suatu usaha untuk menciptakan nilai lewat pengenalan terhadap peluang bisnis, manajemen mengambil risiko yang cocok dengan peluang yang ada dan lewat kemampuan komunikasi dan manajemen memobilisasi manusia, keuangan, dan berbagai sumber daya yang diperlukan untuk membawa suatu proyek sampai berhasil (Nurseto, 2004, p. 98).

Kewirausahaan adalah kemampuan seseorang untuk mendirikan, mengelola, dan mengembangkan perusahaan miliknya. Kewirausahaan adalah tanggapan terhadap peluang usaha yang dilakukan dengan seperangkat tindakan yang menghasilkan organisasi yang melembaga, produktif, kreatif dan inovatif. (Suryani N. G., 2016, p. 1686)

Pengusaha adalah seorang yang menjalankan kegiatan usaha baik itu usaha jual beli ataupun usaha produksi yang memiliki tujuan utama untuk mendapatkan keuntungan dan menanggung risiko yang mungkin akan terjadi dalam kegiatan usahanya. Sedangkan wirausaha adalah orang yang mampu dalam mencari dan memanfaatkan peluang usaha serta mendapatkan sumber dana dan sumber daya yang diperlukannya untuk kegiatan usaha, serta berani menanggung risiko yang akan terjadi dalam kegiatan usahanya. Jadi, dari dua pengertian tersebut dapat dikatakan bahwa seorang wirausaha berarti adalah seorang pengusaha,

tapi seorang pengusaha belum berarti dia adalah seorang wirausaha. (Nurseto, 2004, p. 99)

Undang-Undang No.20 Pasal 1 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah menjelaskan bahwa: (Suci, 2017, p. 54)

- a. Usaha Mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan dan/atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria Usaha Mikro sebagaimana diatur dalam Undang-Undang ini.
- b. Usaha Kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari Usaha Menengah atau Usaha Besar yang memenuhi kriteria Usaha Kecil sebagaimana dimaksud dalam Undang-Undang ini.
- c. Usaha Menengah adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dengan Usaha Kecil atau Usaha Besar dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan sebagaimana diatur dalam Undang-Undang ini.
- d. Usaha Besar adalah usaha ekonomi produktif yang dilakukan oleh badan usaha dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan lebih besar dari usaha menengah, yang meliputi usaha nasional milik negara atau swasta, usaha patungan, dan usaha asing yang melakukan kegiatan ekonomi di Indonesia.

Menurut Pasal 6 UU No.20 Tahun 2008 tentang kriteria UMKM dalam bentuk permodalan adalah sebagai berikut: (Suci, 2017, pp. 54-55)

- a. Kriteria Usaha Mikro adalah sebagai berikut:

- 1) memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp50.000.000,00 (lima puluh juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; atau
 - 2) Memiliki hasil penjualan tahunan paling banyak Rp300.000.000,00 (tiga ratus juta rupiah).
- b. Kriteria Usaha Kecil adalah sebagai berikut:
- 1) memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp50.000.000,00 (lima puluh juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; atau
 - 2) memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp300.000.000,00 (tiga ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp2.500.000.000,00 (dua milyar lima ratus juta rupiah).
- c. Kriteria Usaha Menengah adalah sebagai berikut:
- 1) memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp10.000.000.000,00 (sepuluh milyar rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; atau
 - 2) memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp2.500.000.000,00 (dua milyar lima ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp50.000.000.000,00 (lima puluh milyar rupiah).

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Desain Penelitian

Dalam penelitian yang akan dikumpulkan adalah data yang nantinya akan dipergunakan dalam penelitian, dari data itulah yang nantinya akan menjelaskan seberapa besar data dan jenis data yang dipergunakan dalam suatu penelitian. Penelitian ini menggunakan penelitian yang bersifat kualitatif. Data yang diambil untuk penelitian ini adalah data primer dan data sekunder, data primer merupakan data yang diperoleh langsung pada lokasi ataupun objek penelitian. Seperti pada penelitian ini, peneliti ingin mengetahui motivasi yang mempengaruhi keputusan pengusaha muslim kota Yogyakarta untuk menabung di bank syariah dengan melakukan wawancara. Sedangkan data sekunder diambil dari buku-buku yang mendukung penelitian ini.

Menurut Strauss dan Corbin dalam Creswell, J. (1998:24), yang dimaksud dengan penelitian kualitatif adalah jenis penelitian yang menghasilkan penemuan-penemuan yang tidak dapat dicapai (diperoleh) dengan menggunakan prosedur-prosedur statistik atau cara-cara lain dari kuantifikasi (pengukuran). Salah satu alasan menggunakan pendekatan kualitatif adalah pengalaman para peneliti dimana metode ini dapat digunakan untuk menemukan dan memahami apa yang tersembunyi dibalik fenomena yang kadangkala merupakan suatu yang sulit untuk dipahami secara memuaskan. (Rahmat, 2009, p. 2)

B. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian ini yaitu di Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta.

C. Waktu Pelaksanaan Penelitian

Waktu penelitian ini dilakukan pada bulan Februari sampai dengan bulan Juli 2018.

D. Obyek Penelitian

Penelitian ini menggunakan obyek penelitian berupa 10 orang pengusaha UMKM muslim di kota Yogyakarta yang mewakili beberapa jenis usaha UMKM yang ada.

E. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Menurut (Sugiyono, 2010), populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri atas: objek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang diterapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pemilik usaha UMKM kota Yogyakarta, yang berdasarkan data dari Dinas Perindustrian dan Perdagangan Daerah Istimewa Yogyakarta pada tahun 2017 secara keseluruhan berjumlah 340 unit usaha.

2. Sampel

Sampel adalah sebagian atau wakil dari populasi yang diteliti. (Arikunto, 2006). Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *purposive sampling*, yaitu sampel yang dipilih berdasarkan pertimbangan/penelitian subjektif dari peneliti, jadi dalam hal ini peneliti menentukan sendiri responden mana yang dianggap dapat mewakili populasi. Sampel dalam penelitian ini adalah sepuluh orang pengusaha Yogyakarta sesuai dengan kriteria yang ditentukan oleh peneliti. Kriteria tersebut yaitu:

- a. Mempunyai usaha sendiri
- b. Beragama Islam
- c. Termasuk kategori UMKM
- d. Lokasi di Kota Yogyakarta
- e. Belum memiliki rekening tabungan bank syariah

F. Sumber Data

1. Data Primer

Data ini merupakan data yang diperoleh langsung pada lokasi ataupun objek penelitian. Seperti dalam penelitian ini, peneliti ingin mengetahui

motivasi pengusaha muslim Yogyakarta dalam memilih perbankan, sehingga data diambil langsung dari hasil wawancara dengan pengusaha muslim Yogyakarta yang memenuhi kriteria.

2. Data Sekunder

Data Sekunder ini data yang berasal dari sumber ke-2 setelah sumber data primer yang sudah disebutkan diatas. Seperti dalam penelitian ini, yang menjadi data sekundernya yaitu buku-buku yang dipakai yang berasal dari berbagai tempat seperti Perpustakaan Universitas Islam Indonesia, Perpustakaan Fakultas Ilmu Agama Islam, dan perpustakaan Universitas lain yang dapat mendukung penelitian ini, serta dapat pula data-data yang berasal dari internet yaitu data yang diambil dari situs-situs resmi yang dapat mendukung penelitian.

G. Teknik Pengumpulan Data

Pada penelitian ini pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan teknik wawancara. Teknik pengumpulan data dengan wawancara ini mendasarkan pada laporan tentang diri sendiri atau *self-report*, atau setidaknya pada pengetahuan dan atau keyakinan pribadi (Sugiyono, 2010). Wawancara digunakan untuk mengumpulkan data dari pengusaha Yogyakarta yang belum memiliki rekening tabungan di bank syariah.

H. Instrumen Penelitian

Tabel 3.1 di bawah ini menyebutkan instrumen yang dipakai untuk melakukan penelitian

Tabel 3.1
Instrumen Penelitian

No	Aspek	Indikator	Pertanyaan
1	Aspek Motivasi ditinjau dari faktor pribadi	Kebutuhan	1. Apa saja kebutuhan yang membuat anda menabung di bank?

		Minat	2. Apakah anda berminat untuk membuka tabungan di bank syariah?
		Nilai-Nilai	3. Apa yang dapat membuat anda berminat untuk menabung di bank syariah?
		Kepentingan	4. Apa yang anda harapkan kepada bank syariah terkait nilai-nilai keislaman yang diterapkan di bank syariah?
			5. Apakah anda pernah memiliki rekan kerja yang meminta anda untuk bertransaksi menggunakan bank syariah?
2.	Aspek motivasi ditinjau dari faktor Obyek/Stimulus	Sumber komunikasi	6. Dari mana anda mengetahui bank syariah, serta informasi terkait bank syariah yang ditawarkan?
			7. Apakah anda pernah mendapat informasi terkait bank syariah dari bagian marketing bank syariah secara langsung?
			8. Apakah menurut anda pemberian informasi dari marketing bank syariah seperti melalui telepon ataupun datang langsung ke kantor merupakan cara efektif untuk menarik simpati calon nasabah?

		Isi komunikasi	9. Informasi seperti apa yang anda dapatkan terkait bank syariah?
		Unsur pembeda pada alternative-alternatif	<p>10. Apakah anda mengetahui perbedaan antara bank syariah dengan bank konvensional?</p> <p>11. Apakah anda mengetahui mengenai riba?</p> <p>12. Apakah anda mengetahui konsep bagi hasil yang diterapkan di bank syariah?</p> <p>13. Bagaimana pendapat anda mengenai fasilitas yang diberikan bank syariah?</p> <p>14. Bagaimana pendapat anda mengenai pelayanan yang diberikan bank syariah?</p>
3.	Aspek Motivasi ditinjau dari Faktor Situasi	Pembelian/ penggunaan	<p>15. Apakah anda memiliki kerabat yang mempunyai tabungan di bank syariah? apakah salah satu dari mereka memberikan dorongan kepada anda untuk memiliki tabungan di bank syariah?</p> <p>16. Apakah reputasi bank syariah menjadi pertimbangan yang kuat bagi anda untuk membuka tabungan di bank syariah?</p>

		Acara atau kesempatan saat itu	<p>17. Apakah kesibukan merupakan salah satu alasan belum sempatnya anda untuk mencari informasi terkait pilihan menabung di bank syariah, sehingga anda belum bersedia membuka tabungan di bank syariah?</p> <p>18. Apakah jarak antara tempat kerja/rumah anda jauh dari lokasi bank syariah?</p>
--	--	--------------------------------	---

Tabel 3.1 diatas berisi tentang instrumen penelitian yang dipakai dalam melakukan penelitian ini. Instrumen ini diambil dari teori motivasi dari Ristiyanti Prasetijo & John Ihalaw tahun 2005 yaitu faktor-faktor yang mempengaruhi motivasi, yang terdiri dari faktor pribadi, faktor stimulus dan faktor situasi.

I. Analisis Data

Analisa data adalah proses mengorganisasikan dan mengurutkan data ke dalam pola, kategori dan satuan uraian dasar sehingga dapat ditemukan tema dan dapat dirumuskan hipotesis kerja seperti yang disarankan oleh data. Pekerjaan analisis data dalam hal ini adalah mengatur, mengurutkan, mengelompokkan, memberikan kode dan mengkategorikannya (Maleong, 2000). Adapun metode analisis yang dilakukan oleh penyusun adalah dengan menggunakan *coding* dari hasil wawancara atau *interview* yang dilakukan terhadap narasumber, Pengkodean/*coding* adalah aktivitas memberi kode terhadap segmen-segmen data. Di samping itu pengkodean/*coding* juga didefinisikan sebagai proses penguraian data, pengkonsepan, dan penyusunan kembali dengan cara baru. Pengkodean dalam penelitian ini memiliki 3 proses untuk mendapatkan kesimpulan atau hasil penelitian, proses tersebut yaitu: (A. Strauss & J. Corbin, 2015)

1. Pengkodean Terbuka

Pengkodean terbuka adalah proses menguraikan, memeriksa, membandingkan, mengkonsepkan dan mengkategorikan data. Pengkodean terbuka merupakan penulisan transkrip wawancara secara sistematis, lalu melakukan reduksi data untuk menemukan inti dari wawancara. Dalam pengkodean terbuka ini akan terlihat hasil wawancara secara mendetail dan lengkap yang kemudian akan diringkas dan digolongkan sesuai kategori dalam pengkodean berporos. Adapun simbol dalam pengkodean yang digunakan ialah I (*Interviewer*), S (*Subjek*).

Di bawah ini merupakan Gambar 3.1 contoh pengkodean terbuka:

No		PERTANYAAN
1	I	Kebutuhan apa yang membuat anda menabung di bank ?
	S
	I	Apakah anda berminat untuk membuka tabungan di bank syariah?
	S
5	I	Dan seterusnya.....
	S	Dan seterusnya.....

Gambar 3.1

Contoh Pengkodean Terbuka

Sumber: Strauss & Corbin, 2015

2. Pengkodean Berporos

Pengkodean berporos merupakan seperangkat prosedur penempatan data kembali dengan cara-cara baru setelah pengkodean terbuka, dengan membuat kaitan antar kategori. Ini dilakukan dengan memanfaatkan paradigma pengkodean yang mencakup kondisi, konteks, strategi aksi/interaksi, dan konsekuensi.

Setelah dilakukan pengkodean berporos maka jawaban sudah dikelompokkan berdasarkan kategori yang dapat mencakup beberapa pertanyaan dan jawaban lainnya. Dari pengkodean berporos tersebut dapat dilihat dan dibandingkan jawaban atau penuturan yang disampaikan oleh setiap narasumber sehingga dapat diidentifikasi dan diambil kesimpulan. Di bawah ini merupakan Gambar 3.2 yang merupakan contoh dari pengkodean berporos.

Pengkodean Berporos		
Bagian I : Kebutuhan		
Kebutuhan apa yang membuat anda menabung di bank?		
Tabel 1		
Karakteristik Pribadi		
Subyek	Kodifikasi	Jawaban
A	W1 (...-...)
B	W2 (...-...)
C	W3 (...-...)

Gambar 3.2

Contoh Pengkodean Berporos

Sumber: Strauss & Corbin, 2015

3. Pengkodean Berpilih

Pengkodean berpilih adalah proses pemilihan kategori inti, pengaitan kategori inti terhadap kategori lainnya secara sistematis, pengabsahan hubungannya, mengganti kategori yang perlu diperbaiki dan dikembangkan lebih lanjut. Pengkodean berpilih merupakan pembahasan dari penelitian ini, memadukan penuturan-penuturan yang diutarakan oleh beberapa narasumber yang diwawancara, kemudian dari pengkodean berpilih ini maka akan ditemukan kesimpulan dari wawancara yaitu hubungan antar variabel berdasarkan pendapat para tokoh yang menjadi objek penelitian, sehingga dapat dirumuskan jawaban atas rumusan masalah yang telah diutarakan sebelumnya.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisikan tentang analisis data dan pembahasan hasil penelitian yang telah dilakukan dengan langsung menggunakan pengkodean berpilih, yaitu pengkaitan kategori yang ditemukan dengan teori yang ada, sedangkan hal-hal yang masih bersifat data mentah yaitu pengkodean terbuka dan berporos akan ditampilkan dalam lampiran.

Analisis data ini mencakup satu variabel yang dibahas secara mendetail menggunakan data yang telah diperoleh dari hasil wawancara. Variabel dalam penelitian ini adalah motivasi pengusaha muslim untuk menabung di bank syariah. Dalam pembahasan ini menggunakan kodifikasi yang telah disesuaikan dengan yang tercantum pada lampiran yang telah diperoleh dari hasil wawancara. Adapun subyek yang dimaksud adalah sepuluh orang pengusaha muslim kota Yogyakarta yang memenuhi kriteria.

A. Gambaran Umum Objek Penelitian

1. Profil Pengusaha Muslim Kota Yogyakarta

Di bawah ini merupakan tabel 4.1 profil pengusaha UMKM muslim Kota Yogyakarta yang menjadi narasumber dalam penelitian ini:

Table 4.1 Profil Pengusaha UMKM Muslim Kota Yogyakarta

1.	
Nama	Tri Manto
Usia	45 th
Alamat	Gondomanan
Jenis usaha	Makanan
Kisaran omset/bln	6.000.000-10.000.000
2.	

Nama	Rohimin
Usia	28 th
Alamat	Jl. Kaliurang Km 14,5
Jenis Usaha	Penjahit dan Permak Jeans
Kisaran Omset/bulan	6.000.000-10.000.000
3.	
Nama	Sefie
Usia	51 th
Alamat	Magelang
Jenis Usaha	Penjahit dan Permak Jeans
Kisaran Omset/bulan	6.000.000-10.000.000
4.	
Nama	Rohimin
Usia	28 th
Alamat	Krapyak Wetan, Panggung Harjo Sewon, Bantul
Jenis Usaha	Pemilik Puzzle Colour, Vendor buku tahunan sekolah
Kisaran Omset/bulan	6.000.000-10.000.000
5.	
Nama	Kholid
Usia	32 th
Alamat	-
Jenis Usaha	Makanan
Kisaran Omset/bulan	6.000.000-10.000.000
6.	
Nama	Rey Soraya

Usia	58 th
Alamat	Jl. Soragan, Yogyakarta
Jenis Usaha	Pemilik <i>Catering</i> Makanan dan Kue Kering
Kisaran Omset/bulan	11.000.000-15.000.000
7.	
Nama	Fero Agustian
Usia	21 th
Alamat	Jl. Karangbendo Kulon No.300, Banguntapan, Yogyakarta
Jenis Usaha	Pemilik Fremilt Thai Tea Warungbita
Kisaran Omset/bulan	16.000.000-30.000.000
8.	
Nama	Patmi Sujati
Usia	50 th
Alamat	Karangmalang, Yogyakarta
Jenis Usaha	Penjual karikatur
Kisaran Omset/bulan	31.000.000-50.000.000
9.	
Nama	Ingkarwati
Usia	61 th
Alamat	Jl. Polowijan, Kadipaten, Yogyakarta
Jenis Usaha	Kerajinan
Kisaran Omset/bulan	31.000.000-50.000.000
10.	
Nama	Dani
Usia	27 th

Alamat	Jl. Wijilan No.17, Panembahan, Kraton, Yogyakarta
Jenis Usaha	Makanan
Kisaran Omset/bulan	51.000.000-60.000.000

Tabel 4.1 diatas menjelaskan bahwa lima dari sepuluh pengusaha yang diteliti memiliki usaha dibidang pangan, dua lainnya dibidang sandang dan tiga sisanya dibidang kerajinan dengan omset perbulannya yang beragam. Kesepuluh subyek sesuai dengan kriteria yang telah ditetapkan yaitu memiliki usaha sendiri, beragama Islam, termasuk kedalam kategori UMKM, lokasi di Kota Yogyakarta dan belum memiliki rekening tabungan di bank syariah. Pengambilan subyek disini telah dipertimbangkan berdasarkan omset per bulan para subyek dan tarif produk tabungan yang ditentukan beberapa bank syariah sehingga dapat dikatakan sepuluh subyek tergolong mampu untuk menabung di bank syariah.

B. Motivasi Pengusaha Muslim untuk Menabung di Bank Syariah

Pada bagian ini, penyusun akan menguraikan tentang motivasi apa saja yang membuat pengusaha UMKM muslim kota Yogyakarta mau menabung di bank syariah yang terdiri dari aspek pribadi, aspek stimulus dan aspek situasi. Berdasarkan informan yang terdiri dari sepuluh orang pengusaha UMKM muslim kota Yogyakarta yang memenuhi kriteria, motivasi yang mempengaruhi keputusan menabung para pengusaha tersebut pada sebuah bank adalah antara lain:

1. Aspek Pribadi

Keputusan seseorang untuk melakukan sebuah pembelian produk itu salah satunya didorong oleh faktor yang ada dalam diri pribadinya, seperti kebutuhan dan minat. Pada bagian ini penyusun akan menguraikan mengenai motivasi pengusaha UMKM muslim di kota Yogyakarta untuk mau menabung di bank syariah yang ditinjau dari aspek pribadi.

1) Kebutuhan

Menurut Ferrinadewi (2008) kebutuhan dan tujuan seseorang selalu berubah sebagai respon terhadap kondisi-kondisi fisiknya, terhadap lingkungan sekitarnya, terhadap interaksi dengan pihak-pihak lain dan karena pengalamannya. Kebutuhan menunjukkan kekurangan yang dialami seseorang pada suatu waktu tertentu. Kebutuhan dipandang sebagai penggerak atau pembangkit perilaku. Sama halnya dengan keputusan pembelian barang dengan merk tertentu, kebutuhan juga menentukan pilihan seorang konsumen terhadap suatu merk perbankan.

Seperti halnya dengan beberapa subyek penelitian ini, mereka beranggapan bahwa pemilihan suatu merk bank itu dipengaruhi oleh kebutuhan, selain bank digunakan untuk menabung, para subyek menggunakan jasa perbankan untuk memenuhi kebutuhan lain yaitu dapat berupa kebutuhan untuk kegiatan kirim-mengirim uang melalui transfer kepada saudara, teman ataupun rekan kerja.

Berdasarkan hasil wawancara dengan Fero Agustian, subyek menuturkan bahwa *“selain untuk menabung saya pakai bank BCA ini untuk transfer ke pemasok, biar gak kena potongan karena mereka menggunakan bank BCA. Jadi sekalian nabung aja disana. Dari pemasok tersebut juga belum ada permintaan untuk menggunakan bank syariah”* W1(10-14). Selain Fero Agustian, Elan Ramzy juga sependapat dengannya, seperti yang dituturkan yaitu *“.... buat transfer gitu, terus bayar gaji anak anak juga kan sekarang enaknya transfer aja gak usah sediain uang tunai”* W2(7-8). Selain wawancara dengan kedua subyek diatas, keenam subyek lain memiliki pendapat yang sama yaitu mereka menggunakan bank tidak hanya untuk menabung, tetapi mereka menggunakan bank juga untuk memenuhi kebutuhan lain yaitu untuk melakukan transaksi dengan rekan kerja, juga untuk kegiatan kirim-mengirim uang melalui transfer kepada saudara ataupun teman. Berdasarkan hasil wawancara dengan kedelapan subyek diatas, kebutuhan mereka terhadap bank yang telah dipaparkan tersebut telah

terpenuhi dengan penggunaan bank konvensional, sehingga belum termotivasinya mereka untuk menggunakan bank syariah.

Selain kedelapan subyek tersebut yang kebutuhannya telah terpenuhi oleh bank konvensional, dua dari sepuluh subyek mengaku tidak memerlukan bank syariah karena kebutuhannya telah terpenuhi dengan menabung di BMT dan menabung sendiri di rumah. Pernyataan tersebut dituturkan oleh pak Sefie yaitu *“Penggunaan BMT hanya untuk menabung sehari-hari, dan lebih memilih BMT dari pada bank syariah karena dibantu saudara dalam pembuatannya. Kalau bank agak lebih ribet, karna lebih gede gitu jadi lebih memilih yang mudah aja”* W3(7-12). Beliau berpendapat bahwa penggunaan BMT hanya untuk menabung dan kebutuhan tersebut telah di penuhi oleh BMT sehingga beliau tidak termotivasi untuk menabung di bank syariah. Kemudian dituturkan juga oleh bu Tri Manto yaitu *“Saya gak butuh bank mba, ya gak percaya aja. Kan kita gak tau kalau uang kita dikemanakan kan atau nanti terpotong dan berkurang kan mba. Enakan nabung dirumah”* W5(7-9). Kebutuhan untuk menabung beliau telah terpenuhi dengan menabung di dirumah sehingga beliau belum termotivasi untuk menggunakan bank syariah karena kebutuhannya telah terpenuhi.

Dari hasil wawancara dengan kesepuluh subyek, dapat disimpulkan bahwa delapan dari sepuluh subyek kebutuhannya telah terpenuhi oleh bank konvensional, satu dari sepuluh kebutuhannya sudah terpenuhi oleh BMT dan satu lagi telah terpenuhi dengan menabung sendiri dirumah. Sehingga dapat dikatakan bahwa kebutuhan para subyek untuk menabung di bank syariah tidak ada yang menyebabkan mereka belum membuka rekening tabungan di bank syariah. Hasil penelitian ini juga selaras dengan hasil penelitian dari Rohmadi, Nurbaiti dan Junaidi pada jurnalnya yang berjudul *“Analisis Faktor Penentu Keputusan Nasabah dalam Memilih Jasa Perbankan Syariah dan Perbankan Konvensional di Kota Bengkulu”* pada tahun 2016 yang hasil penelitiannya menjelaskan bahwa nasabah tidak tertarik untuk pindah

dari bank konvensional ke bank syariah salah satu alasannya dikarenakan saat ini belum membutuhkan layanan dari perbankan syariah.

2) Minat

Minat seseorang atau ketertarikan terhadap sesuatu dapat mendorong seseorang untuk berperilaku tertentu. Menurut Mowen dalam Oliver (2006) minat beli merupakan sesuatu yang diperoleh dari proses belajar dan proses pemikiran yang membentuk suatu persepsi. Dimana nantinya minat beli menciptakan suatu motivasi yang terus terekam dalam benak nasabah dan menjadi suatu keinginan yang sangat kuat yang pada akhirnya ketika seorang konsumen harus memenuhi kebutuhannya akan mengaktualisasikan apa yang ada didalam benaknya itu (Andespa, 2017, p. 44).

Hasil wawancara dengan sepuluh subyek menunjukkan bahwa enam dari sepuluh subyek menyatakan bahwa mereka berminat, dan empat sisanya menyatakan tidak berminat untuk membuka rekening tabungan di bank syariah. Ada beberapa alasan para subyek yang berminat tersebut belum membuka rekening tabungan di bank syariah yaitu karena belum adanya kebutuhan dan minimnya pengetahuan tentang bank syariah. (1) belum adanya kebutuhan, seperti yang dijelaskan oleh Ibu Inkarwati ini “...saya minat, tapi seperti yang sudah saya sampaikan tadi, saya sudah terlalu banyak punya tabungan di bank lain jadi ya menurut saya sudah cukup itu saja” W10(82-84), dan didukung oleh dua subyek lain yang sependapat. (2) Minimnya pengetahuan tentang bank syariah, seperti yang dipaparkan oleh ibu Rey Soraya “Berminat mba, tapi saya sibuk gak bisa kesana kesini buat nyari informasinya. mungkin memang sosialisasinya kurang mba, kekantor aja di kejaksaan syariah itu belum pernah datang kekantor...”, selain ibu Rey Soraya dua subyek lain juga menjelaskan bahwa mereka belum dapat informasi banyak tentang bank syariah.

Kemudian selanjutnya, alasan para subyek yang belum berminat membuka rekening tabungan di bank syariah adalah karena tidak ada kebutuhan dan kurang percaya terhadap bank syariah. Tiga dari empat subyek yang tidak berminat menjelaskan bahwa mereka tidak berminat karena tidak adanya kebutuhan untuk membuka rekening di bank syariah, yang salah satunya dijelaskan oleh bapak Sefie *“Saya belum berminat karna sudah cukup di BMT saja, selain waktunya juga tidak ada untuk menabung di bank itu. Kalau di bank kan seenggaknya 100rb baru bisa nabung karna susah juga kalau mau kesanaa untuk nabung jumlah kecil. Waktunya juga saya tidak ada untuk itu. Dan kalau saya mau ambil jga mudah gak lama prosesnya mereka yang datang ngasih”* W3(48-52). Lalu satu dari empat subyek yang tidak berminat tersebut menuturkan alasannya tidak berminat karena kurang percaya terhadap bank syariah yang dituturkan oleh ibu Tri Manto ini *“saya gak butuh bank mba, ya gak percaya aja. Kan kita gak tau kalau uang kita digimanain kan atau nanti terpotong dan berkurang kan mba. Enakan nabung dirumah”* W5(7-9). *Sampai saat ini belum ada minat mba, karna saya ngerasa nabung sendiri lebih enak”* W5(44-45).

2. Aspek Stimulus

Aspek stimulus ini terbagi menjadi 3 bagian yang dapat mempengaruhi motivasi seseorang dalam pemilihan suatu merk, bagian itu adalah sumber komunikasi, isi komunikasi dan unsur pembeda pada alternatif-alternatif.

1) Sumber komunikasi

Komunikasi pada dasarnya adalah semua praktik yang dilakukan untuk memberikan atau saling bertukar informasi. Secara spesifik seperti yang dikemukakan oleh Schiffman dan Kanuk (2000), komunikasi merupakan transmisi pesan dari pengirim ke penerima dengan menggunakan suatu bentuk signal yang dikirim melalui suatu media tertentu. Sumber komunikasi konsumen

diklasifikasikan menjadi: (Ristiyanti Prasetyo & John J.O.I Ihalauw, 2005, p. 134)

- (1) Sumber informal, misalnya teman, keluarga, tetangga, teman sekerja, dll. Yang secara teratur berkomunikasi dan dalam komunikasi itu menyebutkan suatu bentuk informasi suatu produk atau jasa. Komunikasi ini juga disebut komunikasi dari mulut kemulut yang cenderung lebih persuasif karena pengirim pesan tidak mempunyai kepentingan sama sekali atas tindakan si penerima setelah itu. Berdasarkan hasil wawancara dari sepuluh subyek, informasi dari sumber informal ini adalah informasi yang paling banyak mereka dapatkan. Para subyek mendapatkan informasi terkait bank syariah kebanyakan dari saudara dan teman, seperti pemaparan salah satu subyek "*dikasi tau adek, pernah denger kalau di bank syariah itu beda sama bank syariah, beda di bunga gitu katanya mba, tapi saya tidak begitu paham*" W4 (16-18). Mendapatkan informasi dari sumber ini kadang tidak sesuai dengan yang diharapkan, karena sumber ini tidak ada kepentingan terhadap bank syariah sehingga pemberian informasi hanya seperlunya saja yang bisa dikatakan tidak lengkap, seperti penuturan salah satu subyek ini "*Pernah denger tentang bagi hasil tapi belum ngerti, detailnya gak tau*" W3 (40).
- (2) Sumber formal, seperti salesman, juru bicara perusahaan yang mempengaruhi atau membujuk konsumen untuk bertindak sesuai dengan petunjuknya. Komunikasi formal yang seperti ini digunakan dalam personal selling. Keuntungan dari personal selling adalah bahwa timbal balik langsung yang dihasilkan dari komunikasi tersebut merupakan faktor yang membuat personal selling efektif, karena timbal balik itu seringkali dapat direspons oleh staf penjualan secara langsung.

Dari sepuluh orang subyek, yang mendapatkan informasi mengenai bank syariah dari sumber formal ini hanya satu subyek,

sisanya mengaku bahwa hanya pernah mendapat informasi dari saudara atau teman saja atau juga dari media masa. Seperti yang dituturkan salah satu subyek ini yang berpendapat bahwa dari marketing bank syariah belum pernah datang untuk memberi sosialisasi atau menawarkan produk secara langsung *“Belum pernah didatengin marketing bank syariah mba. Menurut saya mereka datang itu penting, kalau calon nasabah ini hanya mendapat informasi dari teman atau internet saja kan kurang akurat, dan kadang gak bikin tertarik. Kalau merekanya datang langsung kan enak bisa sambil Tanya-tanya. Kalau misal nunggu calon nasabah datang ke kantor terus nanya-nanya ya gak akan datang mereka kan mereka belum tertarik kalau belum ditawarkan”* W1 (28-33). Selain itu ada yang mengeluhkan sibuk tidak sempat berkunjung ke bank syariah padahal ingin tau dan sangat mengharapkan ada yang menjelaskan lebih jelasnya dan membandingkan dengan bank konvensional yang pernah datang untuk sosialisasi *“... Saya juga kan sibuk gak bisa kesana kesini buat nyari informasinya. mungkin memang sosialisasinya kurang mba, kekantor aja di kejaksaan itu syariah itu belum pernah datang kekantor. Paling Danamon, BCA, Jadi kalah saing sama konvensional. Mungkin gini ya mungkin bank syariah berfikir gini, ah paling orang orang sudah tau mengenai bank syariah jadi gk perlu lagi datang datang sosialisasi. Tapi kan nyatanya belum tentu kan masyarakat umum awam tentang bank syariah”* W6 (41-48). Sepuluh subyek setuju jika sumber komunikasi yang paling efektif adalah berasal dari sumber formal yaitu marketing bank syariah, seperti yang di kemukakan oleh salah satu subyek yaitu *“menurut saya sangat efektif kalau dari bank datang langsung, kalau kaya saya ini kan pengen tapi gak ngerti ya jadinya gak buka buka rekening di bank syariah.*

Kalau saya tau informasi secara jelasnya kan bisa saja saya buka disana” W7(29-32).

- (3) Sumber umum yaitu seperti media massa dan organisasi konsumen. Seperti yang dijelaskan seorang subyek ini dia mendapatkan informasi tentang bank syariah dari teman dan internet *“Tau sedikit tentang bank syariah, dari teman teman sendiri dan juga pernah baca diinternet” W1 (16-17).*
- (4) Sumber pengalaman, yaitu suatu informasi yang berasal dari pengalaman, pernah mengalami, menguji, atau menggunakan produk. Untuk sumber pengalaman ini dari sepuluh subyek tidak ada yang mendapatkan informasi mengenai bank syariah berdasarkan hasil dari pengalaman ini.

Berdasarkan hasil wawancara dengan sepuluh subyek, maka diketahui bahwa sembilan dari sepuluh subyek mendapatkan informasi mengenai bank syariah hanya dari sumber informal dan sumber umum. Hanya satu subyek yang mendapatkan informasi dari sumber formal dan untuk sumber pengalaman tidak ada. Padahal menurut Ristiyanti Prasetijo & John J.O.I Ilhalauw (2005) komunikasi formal lebih efektif karena adanya timbal balik langsung yang dihasilkan dari komunikasi tersebut karena timbal balik itu seringkali dapat direspons oleh staf penjualan secara langsung. Sepuluh subyek setuju jika marketing bank syariah langsung datang untuk sosialisasi dan juga melakukan penawaran produk kepada mereka.

Hal tersebut didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Toni Prasetyo Utomo pada tahun 2014 yang menjelaskan bahwa faktor pengetahuan tentang bank syariah adalah faktor yang dominan terhadap keputusan nasabah dalam memilih bank syariah, jadi dapat diartikan bahwa sumber komunikasi yang efektif akan menghasilkan informasi yang atau pengetahuan tentang bank syariah dengan akurat dan jelas.

2) Isi Komunikasi

Isi komunikasi merupakan sebuah pesan, yang pesan ini dapat berupa pikiran, ide, sikap, citra atau informasi lain yang ingin di ekspresikan oleh si pengirim kepada audiens yang dituju. Isi komunikasi dari berbagai sumber diatas yaitu sumber informal, dan formal mempengaruhi keputusan beli konsumen. Karena isi komunikasi yang berasal dari sumbernya tersebut jika setelah melewati proses belajar konsumen, mereka menyimpulkan bahwa produk atau jasa yang ditawarkan perusahaan tersebut bernilai positif bagi dirinya maka konsumen akan memberikan respon yang baik terhadap produk dan jasa yang ditawarkan tersebut dan juga sebaliknya. (Ristiyanti Prasetijo & John J.O.I Ihalaaw, 2005)

Berdasarkan pemaparan dari beberapa subyek, terlihat bahwa isi komunikasi yang didapat dari berbagai sumber itu beragam. Dapat dilihat dari penjelasan beberapa subyek *“Pernah denger tentang bagi hasil tapi belum ngerti, detailnya gak tau”* W2 (40). Pengetahuan yang berasal dari beberapa sumber tersebut menghasikan jawaban yang beragam yang mempengaruhi keputusan mereka untuk menggunakan bank syariah, semakin banyak tau mengenai informasi positif, mereka akan semakin tertarik. Selain isi komunikasi yang positif, tentu ada juga isi komunikasi yang negative seperti pemaparan dari subyek ini *“.....kalau bank syariah saya pernah denger denger lupa dari siapa kaya meragukan kesyariahannya suatu bank syariah itu mba. Makanya belum mencoba nanti aja karna saya juga belum banyak dapat informasi yang jelas”* W1(43-46) dengan adanya informasi negatif yang beredar mengenai bank syariah sedikit banyaknya mempengaruhi seseorang untuk menggunakannya, tentu akan menjadi pertimbangan seseorang saat mendapatkan isi komunikasi yang negatif.

Isi komunikasi sangat berpengaruh terhadap motivasi seseorang dalam menentukan sebuah perbankan yang akan dipilih, pernyataan tersebut didukung oleh hasil penelitian dari Rohmadi, Nurbaiti dan Junaidi dalam penelitiannya yang berjudul “Analisis Faktor Penentu Keputusan Nasabah dalam Memilih Jasa Perbankan Syariah dan Perbankan Konvensional di Kota Bengkulu” pada tahun 2016 yang menjelaskan bahwa responden yang diteliti menyatakan tidak tertarik untuk pindah dari bank konvensional ke bank syariah yang salah satu alasannya bahwa responden tidak tertarik karena informasi bank syariah tidak jelas dan tidak tahu tentang produk bank syariah. Penelitian tersebut mendukung hasil penelitian yang telah dilakukan, bahwa isi komunikasi berpengaruh terhadap motivasi seseorang dalam menentukan sebuah perbankan syariah.

3) Unsur pembeda pada alternatif-alternatif

Konsumen mengevaluasi pilihan berkenaan dengan manfaat yang diharapkan dan menyempitkan pilihan hingga alternative yang dipilih. Konsumen akan membandingkan suatu produk dengan produk lain untuk mendapatkan kepuasan yang maksimal. Sama halnya dalam pemilihan suatu bank untuk menabung, tentunya konsumen akan mencari berbagai informasi terlebih dahulu sebelum menggunakannya. Unsur pembeda bank syariah dari bank konvensional yang di ketahui oleh subyek seperti bank syariah setingkat lebih baik dari pada bank konvensional dengan tidak adanya riba didalam bank syariah dan mengganti bunga dengan bagi hasil. Yang beberapa subyek ketahui seperti yang dituturkannya “*Tau sedikit, mengenai riba itu kan haram ya kalau kita agama islam ini, kalau di bank syariah sepengetahuan saya bebas dari riba itu. Gitu aja sih yang saya tau mba*” W6 (15-18).

Delapan dari sepuluh subyek sudah mengetahui mengenai riba dan bagi hasil yang menjadi pembeda antara bank syariah dengan

bank konvensional. Selain unsur pembeda berupa tidak adanya riba di bank syariah dan adanya prinsip bagi hasil, yang menjadi perbandingan dengan bank konvensional yang juga dapat menjadi pertimbangan untuk penggunaan bank syariah yaitu fasilitas dan pelayanan. Beberapa subyek mengharapkan fasilitas bank syariah diperlengkap seperti yang dijelaskan berikut ini *“Kalau fasilitas sih maunya di bank nya dibanyakin tempat duduk diruang tunggu nya sama jangan sampai panas didalam ruangan kalau lagi rame nasabahnya. Dan ibu yang terpenting ATM mba, mau transfer-transfer biar mudah. Tapi ATM bank syariah ibu jarang liat ya”* W6 (64-68). Keluhan mengenai ATM juga di paparkan oleh subyek lainnya *“ATM juga penting mba, kan yang saya pernah lihat kalau bank syariah sulit dicari mba, rata-rata kan yang banyak kaya di pinggir jalan kebanyakan mandiri sama BRI, tapi gak tau juga ya mba sepenglihatan saya seperti itu”* W8 (53-57)

Untuk masalah pelayanan semua subyek setuju bahwa pelayanan yang diharapkan itu pelayanan yang ramah, sopan, dan memudahkan, *“Maunya semua orang pelayanan itu yang ramah mba, ngejelasinnya lengkap dan mudah kita pahami, buat orang tua kaya saya ini agak sedikit sulit untuk menerima informasi jadi kan butuh yang sabar juga buat jelasin jelasinnya”* W8 (60-63).

Berdasarkan hasil wawancara dengan kesepuluh subyek dalam aspek stimulus ini dapat disimpulkan bahwa sumber komunikasi yang efektif menurut para subyek adalah dengan marketing bank syariah datang langsung untuk melakukan sosialisasi dan penawaran produk. Kemudian salah satu alasan yang menjadi penyebab para subyek belum menggunakan bank syariah adalah karena kurang lengkapnya informasi yang mereka dapatkan mengenai bank syariah yang didapat dari sumber-sumber informal. Selain itu unsur pembeda yang dibandingkan antara bank syariah dengan bank

konvensional adalah fasilitas yang diberikan bank syariah masih kurang dibandingkan dengan bank konvensional seperti kuantitas dan kualitas dari ATM bank syariah.

3. Aspek Situasi

Situasi dapat mendorong seseorang untuk berperilaku. Seorang konsumen akan terus menyesuaikan konsumsinya dengan situasi yang terus berubah. Dapat dikaitkan pula dengan perilaku konsumsi dalam perbankan syariah yang dapat berubah sesuai dengan situasi baik situasi kepemilikan rekening tabungan di bank syariah oleh kerabatnya, reputasi sebuah nama dari bank itu sendiri, kesibukan dan juga kondisi jarak antara lokasi tempat tinggal dengan bank syariah.

Berdasarkan penuturan para subyek, yang sangat mempengaruhi keputusan mereka dalam memilih sebuah perbankan itu adalah reputasi perbankan itu sendiri. Seperti yang dipaparkan salah satu subyek ini *“Reputasi bank itu penting, kalau ada berita berita jelek atau pernah kejadian yang enggak enggak kan kita takutnya kena juga, makanya sebelum saya punya BCA itu saya cari tau dulu mba, dan sejauh ini BCA emang terkenal bagus mba, kalau bank syariah saya pernah denger denger lupa dari siapa kaya meragukan kesyariahannya suatu bank syariah itu mba. Makanya belum ada niatan untuk mencoba nanti aja karna saya juga belum banyak dapatinformasi yang jelas”* W1 (40-46) *.....tapi ya saya menghargai bank syariah yang sudah ada niatan baik untuk memperbaiki. Toh itu kan juga belum tentu bener dan kan bank syariah sendiri juga sudah ada yang mengawasi ya jadi kita percayakan aja sama mereka yang bertugas”* W1 (49-52).

Reputasi negatif dari bank syariah ini menyebabkan belum maunya subyek ini membuka rekening tabungan di bank syariah karena masih meragukan juga mengenai bank syariah. Namun delapan dari sepuluh subyek ini meyakini bahwa bank syariah memiliki reputasi yang baik,

seperti penuturan dari Elan Ramzy *“Reputasi sangat penting, kaya kejadian kemaren bank BRI kena skimming itu kan sudah menjadi contoh bisa menurunkan reputasi bank BRI itu sendiri. Tapi kalau menurut aku bank syariah reputasinya bagus bagus aja yang aku tau”* W2 (65-68). Dari penuturan beberapa subyek, bank syariah memiliki reputasi yang baik dimata mereka. Didukung juga oleh pernyataan dari ibu Rey Soraya *“Ya mba menurut saya reputasi berpengaruh. Kan reputasi bank syariah baik baik aja ya mba gak ada yang aneh aneh makanya saya tertarik. Malah menurut saya dengan penerapan sistem syariah yang ada di bank syariah akan menaikkan reputasi bank tersebut, karna berbeda dengan bank konvensional”* W6 (79-83).

Jarak antara lokasi bank syariah dan tempat tinggal atau tempat bekerja juga mempengaruhi motivasi seseorang dalam menggunakan atau membuka rekening tabungan di bank syariah, namun tidak sepenuhnya karna jarak. Seperti penjelasan dari salah satu subyek *“Kalau ditanya jarak mempengaruhi minat saya pada suatu bank ya mempengaruhi mba, tapi tidak plek karna dekat saya memilih suatu bank. Dipertimbangkan lagi apa kebutuhannya dan seperti yang saya bilang tadi mengenai reputasi juga perlu”* W1 (68-70). Kemudian salah satu situasi yang membuat seseorang itu belum mau membuka rekening tabungan di bank syariah ini adalah kesibukannya, yang menyebabkan tidak sempatnya untuk mencari informasi terkait bank syariah *“Iya mba begitu. Saya juga kan sibuk gak bisa kesana kesini buat nyari informasinya. mungkin memang sosialisasinya kurang mba, kekantor aja di kejaksaan itu syariah itu belum pernah datang kekantor....”* W6 (41-43).

Berdasarkan hasil wawancara dengan sepuluh subyek maka dapat disimpulkan bahwa dalam aspek situasi ini yang dijadikan pertimbangan para subyek untuk membuka rekening tabungan di suatu bank adalah reputasi. Kesibukan dan jarak mereka dengan bank juga

mempengaruhi dalam pemilihan sebuah bank, namun itu hanya pendukung saja.

Berdasarkan hasil wawancara dengan kesepuluh subyek dapat dikatakan bahwa motivasi berpengaruh terhadap keputusan seseorang dalam memilih sebuah perbankan, hal tersebut juga didukung oleh penelitian dari Roni Andespa pada tahun 2017 dan Wahyu Utami pada tahun 2015 yang dalam penelitiannya menyebutkan bahwa motivasi merupakan salah satu faktor yang berpengaruh terhadap keputusan masyarakat untuk mengambil keputusan menabung di bank syariah.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, alasan belum termotivasinya subyek untuk menggunakan bank syariah dikarenakan oleh:

1. Belum/ tidak adanya kebutuhan dan minat

Berdasarkan hasil penelitian dari ke sepuluh subyek yang diteliti, alasan belum maunya subyek membuka rekening tabungan di bank syariah dikarenakan oleh ketiadaan kebutuhan dan minat. Kebutuhan subyek telah terpenuhi dengan menabung di bank konvensional, BMT, dan menabung sendiri di rumah.

2. Minimnya informasi yang didapatkan subyek dan kurang efektifnya penyampaian informasi dari bank syariah.

Sumber informasi yang paling banyak di dapatkan para subyek adalah berdasarkan oleh sumber informal sehingga informasi yang didapat kurang lengkap dan kurang akurat. Kesepuluh subyek sepakat bahwa sumber dari marketing bank syariah secara langsung/ sumber formal lebih efektif dibandingkan informasi yang disampaikan oleh sumber informal.

3. Fasilitas berupa ATM bank syariah dianggap belum cukup.

Fasilitas yang diberikan bank syariah menjadi fokus para subyek yaitu mengenai kuantitas dan kualitas ATM dari bank syariah yang masih kurang.

4. Reputasi sebuah bank menjadi pertimbangan dalam pemilihan sebuah perbankan.

Dari sepuluh subyek satu yang mengaku mendapatkan informasi negatif mengenai reputasi bank syariah, namun sisanya menganggap reputasi dari bank syariah adalah baik. Kesibukan dan jarak tempat tinggal/ tempat bekerja dnegan bank syariah juga mempengaruhi subyek dalam memilih sebuah bank, namun hanya menjadi pendukung saja.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan dari hasil penelitian dan pembahasan, maka penyusun memberikan saran untuk bank syariah sebagai berikut:

1. Untuk bank syariah hendaknya lebih gencar turun ke masyarakat untuk mensosialisasikan berbagai pengetahuan mengenai bank syariah. Kemudian hendaknya bank syariah menciptakan sebuah kebutuhan yang dapat membuat masyarakat menggunakan bank syariah.
2. Untuk para akademisi ekonomi Islam hendaknya ikut serta dalam memberikan pemahaman kepada masyarakat tentang bank syariah untuk kemajuan dan perkembangan bank syariah lebih pesat lagi.
3. Untuk penelitian selanjutnya diharapkan dapat menambah jumlah responden dan memperluas wilayah penelitian agar hasil dari penelitian lebih variatif.

DAFTAR PUSTAKA

- A. Strauss & J. Corbin. (2015). *Dasar-Dasar Penelitian Kualitatif*. Pustaka Pelajar.
- Ali, Z. (2008). *Hukum Perbankan Syariah*. Jakarta.
- Andespa, R. (2017). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah dalam Menabung di Bank Syariah. *Jurnal Lembaga Keuangan dan Perbankan, Vol 2, No 2*.
- Antonio, M. S. (2001). *Bank Syariah*. Jakarta: Gema Insani Press.
- Antonio, M. S. (2001). *Bank Syariah dari Teori ke Praktek*. Jakarta: Gema Insani Press.
- Arikunto. (2006). *Prosedur Penelitian (suatu pendekatan praktek)*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Asmara, D. (2017). Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Nasabah dalam Membuka Rekening Tabungan pada Bank Syariah Mandiri Cabang Cikarang Jakarta. *Thesis*.
- Damayanti, S. (2016). Pengaruh Pandangan Islam, Pelayanan dan Keamanan . *Jurnal Manajemen dan Pemasaran Jasa Vol 9 No 1*.
- Eriyanto. (2011). *Analisis Isi Pengantar Metodologi untuk Penelitian Ilmu Komunikasi dan Ilmu-Ilmu Sosial Lainnya*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Ferrinadewi, E. (2008). *Merk & Psikologi Konsumen*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Frinces, Z. H. (2010). Pentingnya Profesi Wirausaha di Indonesia. *Jurnal Ekonomi & pendidikan, Vol 7, No 1*.
- Hamzah Hafied & Muhammad Nasir. (2013). *Lembaga Keuangan Syariah*. Makassar: PT. Muntoha Ukhuwah Grafika.

- Handayani, Siti Umi Hanik & Jati. (2014). Keputusan Nasabah dalam Memilih Perbankan Syariah (Studi Kasus Pada Nasabah Bank Syariah Mandiri). *Jurnal JABPI Vol 22, No 2*.
- Hasan, A. (2010). *Marketing Bank Syariah*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Herinza, R. (2013). Persepsi Ulama Terhadap Pelaksanaan Perbankan Syariah di Kabupaten Kudus. *Skripsi*.
- Karim, I. S. (2011). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen Bank Syariah di Wilayah DKI Jakarta Menurut Karakteristik Demografi. *Thesis*.
- Khairunnisa, D. (2001). Preferensi Masyarakat Terhadap Bank Syariah (Studi Kasus Bank Muamalat Indonesia dan Bank BNI Syariah). *Thesis*.
- Kurniati. (2010). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Nasabah Muslim dan Non Muslim dalam Memilih Jasa Perbankan Syariah (di Bank Syariah Mandiri Cabang Yogyakarta dan BPD DIY Syariah). *Thesis*.
- Kusuma, I. (2009). Analisis Minat dan Keputusan Menabung di Bank Syariah pada Pegawai Negeri Sipil Duru Muslim di Kabupaten Sleman. *Thesis*.
- Lewis, L. M. (2001). *Perbankan Syariah*. Jakarta: PT. Serambi Ilmu Semesta.
- Lupiyoadi, R. (2007). *Entrepreneurship from Mindset to Strategy*. Jakarta: Lembaga Penerbit Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia.
- Maleong, J. (2000). *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya Kristanto.
- Nurdin, M. S. (2016). Perbankan Syariah (Studi Perbandingan Pandangan antara Nejatullah Siddiqi dan Afzalur Rahman). *Skripsi*.
- Nurseto, T. (2004). Strategi Menumbuhkan Wirausaha Kecil Menengah yang Tangguh. *Jurnal Ekonomi & Pendidikan Vol.1 No.1*.

- Nurul Inayah & Sri Sudiarti. (2017). Analisis Keputusan Nasabah Menabung di Bank Syariah (Studi Kasus PT. BPRS Puduarta Insani). *At-Tawassuth Vol. 2. No 1.*
- OJK. (2017, April 3). *Undang-undang No. 20 Tahun 2008 Tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah.* Retrieved from <https://www.ojk.go.id/sustainable-finance/id/peraturan/undang-undang/Pages/Undang-Undang-Republik-Indonesia-Nomor-20-Tahun-2008-Tentang-Usaha-Mikro,-Kecil,-dan-Menengah.aspx>
- Raharjo, M. M. (2011). *Manajemen Sumber Daya Manusia yang Unggul, Cerdas & Berkarakter Islami.* Yogyakarta: PENERBIT GAVA MEDIA.
- Rahmat, P. S. (2009). Penelitian Kualitatif. *Jurnal EQUILIBRIUM, Vol 5 No.9.*
- Ristiyanti Prasetijo & John J.O.I Ihalauw. (2005). *Perilaku Konsumen.* Yogyakarta: Andi.
- Rohmadi, Nurbaiti & Junaidi. (2016). Analisis Faktor Penentu Keputusan Nasabah dalam Memilih Jasa Perbankan Syariah dan Perbankan Konvensional di Kota Bengkulu. *Jurnal Manhaj, Vol 4 No 3.*
- Samsudin, S. (2005). *Manajemen Sumber Daya Manusia.* Bandung: CV PUSTAKA SETIA.
- Setiadi, N. J. (2003). *Perilaku Konsumen.* Jakarta: Prenada Media Group.
- Suci, Y. R. (2017). Perkembangan UMKM (Usaha Mikro Kecil dan Menengah) di Indonesia. *Jurnal Ilmiah Cano Ekonomos Vol.6 No.1.*
- Sudarsono, H. (2008). *Bank Dan Lembaga Keuangan Syariah.* Yogyakarta: EKONISIA.
- Sugiyono. (2010). *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D).* Bandung: Alfabeta.

- Suryani, N. G. (2016). Perbandingan Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Intensi Berwirausaha Mahasiswa FEB UNUD dan Mahasiswa FEB UNDIKNAS. *Jurnal Manajemen UNUD, Vol 5, No 3*.
- Suryani, T. (2008). *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Syukron, A. (2013). Dinamika Perkembangan Perbankan Syariah di Indonesia. *Jurnal Ekonomi dan Hukum Islam, Vol.3*.
- Utami, W., Sangen, M., & Rachaman, M. Y. (2015). Analisis Pengaruh Religiusitas, Kelompok Referensi dan Motivasi terhadap Keputusan Menabung di Bank Syariah. *Jurnal Wawasan Manajemen*, 1-13.
- Utomo, T. P. (2014). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Dalam Memilih Jasa Perbankan Syariah (studi pada Bank Syariah Mandiri, kantor cabang Malang). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Fakultas Eokonomi dan Bisnis*.
- Wibowo, P. (2011). Dorongan Non Nasabah Untuk Menjadi Nasabah Bank Syariah. *thesis*, 1-94.
- Winardi, J. (2003). *Entrepreneur dan Entrepreneurship*. Jakarta: Prenada Media.

LAMPIRAN

Pengkodean Berbuka

Wawancara 1

Hari, Tanggal : 03 Mei 2018

Durasi : 18 menit 29 Detik

Nama Subyek : Fero Agustian

Jenis Usaha Subyek : Makanan (penjual thai tea)

1	I	:	Apakah anda memiliki rekening tabungan di bank syariah?
	S	:	Enggak
	I	:	Kalau bank konvensional biasa mas punya?
	S	:	Iya punya. Bank BCA
5	I	:	Selain untuk menabung, mas menggunakan bank tersebut untuk keperluan apa mas?
	S	:	untuk transaksi ke pusat dan pemasok mba
	I	:	Alasan mas memilih rekening tabungan di bank BCA apa mas? Kenapa bukan bank lain atau bank syariah?
10	S	:	Kalau transfer ke pemasok itu biar gak kena potongan karena mereka menggunakan bank BCA. Jadi sekalian nabung aja disana
	I	:	Dari pemasok tersebut pernah tidak meminta untuk menggunakan bank syariah mas?
	S	:	Belum pernah.
15	I	:	Mas tau informasi mengenai bank syariah mas?
	S	:	Tau sedikit mba, dari teman teman sendiri dan juga juga ada dari internet
	I	:	Yang mas ketahui mengenai bank syariah itu seperti apa saja mas?
20	S	:	Katanya bank syariah itu gak pakai bunga ya mba, terus diganti dengan prinsip bagi hasil. Itu sih bedanya juga dengan bank

		konvensional. Dan kalau bank syariah kan ada dewan pengawasnya ya mba. Gitu aja sih yang saya ketahui mba.
	I	Iya mas benar. Terus Pernah gak mas marketing bank syariah datang menawarkan atau sosialisasi mengenai bank syariah?
25	S	Belum mba
	I	Menurut mas nih, penting gak sih marketing datang langsung untuk menawarkan produknya ke calon nasabahnya?
30	S	Ya penting mba, malah kalau calon nasabah ini hanya mendapat informasi dari teman atau internet saja kan kurang akurat, dan kadang gak bikin tertarik. Kalau merekanya datang langsung kan enak bisa sambil tanya. Kalau missal nunggu calon nasabah datang ke kantor terus nanya nanya ya gak akan datang mereka kan mereka belum tertarik kalau belum ditawarin.
	I	Pernah tidak mas datang kekantor untuk cari informasi mas?
35	S	Tidak, saya gak ada waktu mba, dan belum tertarik juga
	I	: Kalau kerabat ada yang punya bank syariah gak mas?
	S	: Setau saya enggak ada mba, Cuma rata rata BNI sama BRI.
	I	: Mas dalam memilih suatu bank untuk menggunakannya mempertimbangkan reputasi bank itu tidak mas?
40	S	: Iya dong mba, kalau ada berita berita jelek atau pernah kejadian yang enggak enggak kan kita takutnya kena juga, makanya sebelum saya punya BCA itu saya cari tau dulu mba, dan sejauh ini BCA emang terkenal bagus, kalau bank syariah saya pernah denger denger lupa dari siapa kaya meragukan kesyariahannya suatu bank syariah itu mba. Makanya belum ada niatan untuk mencoba nanti aja karna saya juga belum banyak dapat informasi yang jelas.
45	I	: Oh begitu mas, pernah ya mas mendapat berita bahwa bank syariah itu tidak benar benar syariah?
50	S	: ya begitu mba, tapi ya saya menghargai bank syariah yang sudah ada niatan baik untuk memperbaiki. Toh itu kan juga belum tentu bener

		dan kan bank syariah sendiri juga sudah ada yang mengawasi ya jadi kita percayakan aja sama mereka yang bertugas.
	I	Benar mas, terus kalau saya bilang bank syariah itu menjunjung nilai keadilan dan kejujuran mas setuju tidak?
55	S	Setuju ajasih mba, kan mereka bermerk syariah. memang seharusnya seperti itu.
	I	Iya mas. Misalkan nih mas nya nantinya tertarik untuk membuka rekening tabungan di bank syariah, mas nya mengharapkan etika pegawai bank syariah itu seperti apa mas?
60	S	Tentunya yang baik baik ya mba, pengennya mereka ramah, sopan, cepat tanggaplah sama nasabahnya.
	I	Misal saya Tanya mengenai etika pegawai yang ibu harapkan dari etika pegawai bank syariah itu sendiri seperti aapa?
65	S	Sesuai standar aja mba, tapi kan ini bank syariah sudah seharusnya etikanya mencerminkan agama kita kita ini mba.
	I	Kalau saya Tanya mengenai jarak antara rumah/ tempat kerja dengan suatu bank itu mempengaruhi gak dalam memilih suatu bank?
70	S	Mempengaruhi ya mempengaruhi mba, tapi tidak plek karna dekat saya memilih suatu bank. Dipertimbangkan lagi apa kebutuhannya dan seperti yang saya bilang tadi mengenai reputasi juga perlu.
	I	Misalkan nih masnya nanti suatu saat mau membuka rekening tabungan di bank syariah, mas nya ngarepin pelayanan an fasilitas seperti apa dari bank syariah itu?
75	S	Yang penting saya itu pelayanan dan fasilitas bank syariah tidak kurang dari bank konvensional. Dan saya juga harpin kalau bisa ATM bank syariah itu di banyakin, kan dengan adanya itu memudahkan kita nasabahnya mba walaupun bank nya jauh seenggaknya ATMnya deket, bener gak mba

80	I	Iya benar mas. Nah terus nih kalau saya Tanya mas sebenarnya mas ada minat gak membuka di syariah, walaupun sedikit gitu mas ada gak kepikiran ingin menggunakan
	S	Iya mba, ada ko minat saya, tapi belum sekarang mungkin karna kebutuhan saya juga sudah terpnuhi dengan bank yang sekarang, mungkin nanti mba
85	I	Mas, kalau boleh tau kira kira penghasilan perbulannya berapa ya?
	S	Hmm kalau sehari 2jt, berarti 60 jt ya mba, iya segitu. Itu kotornya
	I	Oke deh mas, mungkin cukup wawancara nya mas, terimakasih sudah menyempatkan waktunya mas
	S	Iya mba sama sama semoga sukses

PENKODEAN BERBUKA

Wawancara 2

Hari, Tanggal : 7 Mei 2018

Durasi : 16 menit 19 Detik

Nama Subyek : Elan Ramzy

Jenis Usaha Subyek : pemilik studio puzzle colour

1	I	:	Apakah kaka memiliki rekening tabungan di bank syariah?
	S	:	belum
	I	:	Kalau bank konvensional biasa kakak punya?
	S	:	Iya punya. Bank Mandiri
5	I	:	Selain buat menabung, kaka pakai bank itu buat keperluan apa aja kak?
	S	:	buat transfer gitu, terus bayar gaji anak anak juga kan sekarang enaknya transfer aja gak usah sediain uang tunai.
	I	:	Kakak ada berminat gak buat nabung dibank syariah?
10	S	:	insyaallah berminat karna aku suka sistemnya, yang berbasis syariah
	I	:	Menurut kaka fasilitas dari bank syariah itu bagaimana? Apa yang kaka harapkan dari fasilitas yang harusnya diberikan bank syariah?
15	S	:	sudah cukup baik kok, cuman saja masalah ATM aku agak jarang liat ATM bank syariah, kan kalau mandiri BRI gitu kan banyak pinggir jalan juga terus di alfamart indomaret biasanya ada jadi memudahkan mau ngambil atau mau transfer. Terus jangan sampai bank syariah juga ketinggalan canggihnya dengan bank konvensional
	I	:	kalau masalah pelayanan gimana kak apakah menurut kaka sudah cukup baik?
20	S	:	menurut aku belum sepenuhnya memuaskan, kaatanya yang aku pernah dengar beberapa bank syariah itu menyulitkan, kaya ribet

		gitu jadi harusnya dipermudah ya kita kita untuk melakukan transaksi di bank
25	I :	pernah gk kak marketing bank syariah datang kekantor untuk menawarkan produk bank syariah tersebut?
	S :	belum pernah. Mungin karna kita baru ya jadi tidak dijadikan sasaran dari bank syariah
	I :	Menurut kaka pemberian informasi secara langsung oleh bank syariah itu efektif tidak untuk menarik perhatian calon nasabahnya?
30	S :	Iya efektif lah. dibanyakin iklan di media sosial dan datang langsung itu lebih efektif, aku orang awam kebanyakan ga tau tentang bank syariah jadi butuh banyak informasi bisa sekalian <i>sharing</i> juga kalau ada yang gak ngerti kan enak
35	I :	apa kaka pernah memiliki rekan kerja yang meminta kaka untuk menggunakan rekening bank syariah?
	S :	belum ada, aku simpel aja kan biasanya orang yang minta kita samaan bank nya karna gak mau terpotong gitu kan, kalau aku gak terlalu memperhitungkan itu.
	I :	kaka tau tentang bagi hasil yang ada di bank syariah?
40	S :	Pernah denger tapi belum ngerti, detailnya gak tau
	I :	kalau tentang riba yang ada dibank konvensional kaka tau?
	S :	iya aku sudah tau kalau tentang riba.
	I :	Kaka punya kerabat gak yang menggunakan bank syariah, dan pernah gak ngajak kakak buat nebung di sana juga?
	S :	Ada sih tapi kalau ngajak gak pernah.
45	I :	Kakak kalau memilih bank itu jarak antara rumah/ tempat kerja kebank menjadi pertimbangan tidak?
	S :	Iya, tapi gak karna dekat ajasih, kalau menurut aku itu baik ya jarak deket itu cuman bonus aja. Tapi ya enak juga kalau deket kan
50	I :	Kakak tau perbedaan antara bank syariah sama bank konvensional?

	S	:	Tau tau gitu aja, kaaya bank syariah itu pakai sistem bagi hasil, terus ga ada riba nya, terus ada pengawasnya kan kalau bank syariah
	I	:	Kakak tau mengenai bank syariah itu dari mana?
	S	:	Pernah denger aja dari orang tua.
55	I	:	Oh iya kak, apakah menurut kakak bank syariah benar benar menjunjung nilai keadilan an kejujuran
	S	:	Iya semoga saja. kan sayang namanya sudah syariah masa dalam kegiatan realnya tidak syariah
60	I	:	Misal aku Tanya mengenai etika pegawai yang kakak harapkan dari etika pegawai bank syariah itu sendiri seperti aapa?
	S	:	Ya harus lebih baik dari bank konvensional yang mencerminkan kita seorang muslim.
	I	:	Menurut kaka reputasi suatu bank itu perlu enggak saat ingin membuka sebuah tabungan di suatu bank?
65	S	:	iyalah penting, kaya kejadian kemaren bank BRI kena skimming itu kan sudah menjadi contoh bisa menurunkan reputasi bank BRI itu sendiri. Tapi kalau menurut aku bank syariah reputasinya bagus bagus aja yang aku tau
	I	:	Oiya kaka. Kalau boleh tau penghasilan kakak sebulannya berapa?
70	S	:	Sekitar 5-10jt an
	I	:	Oiya mungkin cukup kak terimakasih atas waktunya
	S	:	Iya sama sama ya ki. Semoga cepet selesai

PENKODEAN BERBUKA

Wawancara 3

Hari, Tanggal : 7 Mei 2018

Durasi : 10 menit 46 Detik

Nama Subyek : Sefie

Jenis Usaha Subyek : penjahit dan permak jeans

1	I	:	Apakah anda memiliki rekening tabungan di bank syariah?
	S	:	Tidak ada
	I	:	Kalau bank konvensional biasa bapak punya?
	S	:	Tidak ada juga mba, saya pakai BMT
5	I	:	Oh begitu pak, Selain untuk menabung, bapa menggunakan BMT untuk apa pak?
	S	:	Tidak ada mba, Cuma nabung aja hasil lebih sehari hari.
	I	:	Kenapa bapaak lebih memilih BMT pak dari pada bank syariah?
10	S	:	Kemarin dibuatin saudara juga diajakin kesana jadi sekalian deh buka, padahal saya juga gak perlu perlu banget kemaren itu tapi karna diajak yaudah. Kalau bank kan agak lebih ribet ya mba, karna lebih gede gitu jadi saya males maunya yang mudah aja dan kebetulan saudara juga bantuin bikin saat itu
	I	:	Oh begitu pak, Kalau saudara yang punya bank syariah ada gak pak?
15	S	:	Setau saya belum ada
	I	:	Bapak disini dari jam berapa sampai jam berapa pak?
	S	:	Dari pagi sampai sore mba
	I	:	Oh sampai sore ya pak, jadi bapak tidak ada waktu tuntut mencari informasi ya pak mengenai bank syariah?
20	S	:	Iya mba
	I	:	Bapak memilih BMT itu karna dekat ya pak?

	S	:	Iya mba deket banget ini disamping, jadi mereka dateng kalau saya mau nabung, sedikit sedikit enak mau nabung kalau di bank kan harus banyak sekali nabung biar sekalian, kalau ini kan enak.
25	I	:	Kalau bapaak suatu saat mau menggunakan bank syariah kira kira bapak mengharapkan pelayanan dan fasilitas seperti apa?
	S	:	Yang memudahkan aja mba, gak ribet. Kaya jemput bola ini kan enak mba. Terus kalau lewat ATM gitu saya tidak ngerti jadi yang mudah aja pokoknya, kalau mau ambil atau nabung gak ribet
30	I	:	Berarti kalau masalah riba dan sistem bagi hasil bapa sedikit sedikit udah tau dan mengerti ya pak?
	S	:	Iya sedikit lah mba, karna kan saya juga di BMT Cuma nabung jadi gak begitu ngerti selain masalah tabungan saya.
35	I	:	Dari bank syariah sendiri pernah datang menawarkan produk atau menjelaskan mengenai bank syariah enggak pak?
	S	:	Belum pernah
	I	:	Menurut bapak perlu tidak pihak bank itu datang menjelaskan kepada calon nasabahnya itu pak?
40	S	:	Iya kayanya perlu mba, kan sebelum menggunakan orang juga mau tau gimananya. Kalau belum tau ya gak tertarik orang untuk menabung disana,
	I	:	Bapak pernah mendengar atau mengetahui mengenai tabungan dibank syariah tidak pak?
45	S	:	Belum mba, cuman tau nya bank syariah itu gak pake riba aja kaya BMT tapi bank syariah itu untuk ukuran yang lebih besarnya
	I	:	Benar pak, seperti itu. Sebenarnya bapak ada minat tidak untuk menggunakan bank syariah?
50	S	:	Tidak, karna sudah cukup di BMT saja, selain waktunya juga tidak ada untuk menabung di bank itu. Kalau di bank kan seenggaknya 100rb baru bisa nabung karna susah juga kalau mau kesanaa untuk nabung jumlah kecil. Waktunya juga saya tidak ada untuk itu. Dan

			kalau saya mau ambil jga mudah gak lama prosesnya mereka yang datang ngasih
55	I	:	Oiya pak, kalau misalkan ni bapak nanti menjadi nasabah di bank syariah kira kira bapa mengharapkan etika pegawai yang seperti apa pak?
	S	:	Sopan aja mba, kaya di BMT juga udah bagus, tapi kan kalo dibank lebih besar harusnya lebih baik lagi. Terus juga ramah gak mudah marah kalau saya gak ngerti sesuatu.
	I	:	Oh iya pak kalau boleh tau penghasilan perbulannya berapa ya pak?
60	S	:	Gak banyak mba, 5-7jt an saja
	I	:	Oh iya pak kalau begitu sudah cukup sepertinya, terimakasih atas waktu yang bapa sempatkan
	S	:	Iya mba sama sama. Semoga lancar terus ya mba

PENKODEAN BERBUKA

Wawancara 4

Hari, Tanggal : 9 Mei 2018

Durasi : 10 menit 9 Detik

Nama Subyek : Rohimin

Jenis Usaha Subyek : penjahit dan permak jeans

1	I	:	Apakah anda memiliki rekening tabungan di bank syariah?
	S	:	Belum ada mba
	I	:	Kalau bank konvensional biasa mas punya?
	S	:	Iya punya. Di Bank BRI
5	I	:	Selain untuk menabung, mas menggunakan bank tersebut untuk keperluan apa mas?
	S	:	Cuma buat nabung aja mba
	I	:	Alasan mas memilih rekening tabungan di bank BRI apa mas? Kenapa bukan bank lain atau bank syariah?
10	S	:	Gak papa mba, yang dekat BRI soalnya
	I	:	Oh begitu mas, kalau saudara sendiri ada yang punya bank syariah tidak mas?
	S	:	Ada adek saya mba
15	I	:	Pernah gak adek mas ngasi tau bank syariah itu seperti apa dan ngajak mas buat nabung juga disana?
	S	:	Kalau cerita sih pernah bilang kalau di bank syariah itu beda sama bank syariah, beda di bunga gitu katanya mba, tapi saya tidak begitu paham. Kalau ngajak gak ada sih
	I	:	Mas tau perbedaan bank syariah dan konvensional itu apa aja mas?
20	S	:	Tau nya Cuma yang tadi bunganya beda sama konvensional, gak ada bunga bunga an beda bahasanya saya lupa apa itu
	I	:	Oiya mas, kalau masalah riba dan sistem bagi hasil mas tau?

	S	:	Tau pernah dengar itu istilahnya doing mba
	I	:	Masnya berminat enggak buat punya rekening di bank syariah?
25	S	:	Minat sih mba, tapi masih belum
	I	:	Kenapa mas?
	S	:	Gak sempet nyari tau mba, dan juga kan sudah ada bank BRI ini
	I	:	Kalau nanti nih mas, suatu saat mas buka tabungan di bank syariah mas pengen fasilitas dan pelayan seperti apa sih yang diberikan?
30	S	:	Kalau kaya saya kan Cuma nabung aja, fasilitas paling apa ya di bank itu jangan sampai lama nunggu antrian gitu aja sih. Kalau pelayanan maunya mereka lebih banyak lagi biar gak antri ya hehe itu kan maunya saya saja.
	I	:	Dari bank syariah sendiri pernah datang kesini tidak mas nawar nawarin gitu?
35	S	:	Belum pernah sih mba
	I	:	Menurut mas perlu gak dari bank syariah itu dateng untuk memberi informasi mengenai bank syariah dan menawarkan produk produknya?
40	S	:	Perlu sih mba, biar saya tau kan, kaya seperti ini kan gak pernah dateng jadi ya saya gak tau sama sekali mengenai prosesnya di bank syariah itu.
	I	:	Benar mas, terus kalau saya bilang bank syariah itu menjunjung nilai keadilan dan kejujuran mas setuju tidak?
45	S	:	Iya kan emang harus gitu ya mba, eh saya tidak tau juga hehe
	I	:	Kalau boelh tau penghasilan mas perbulannya berapa ya?
	S	:	Sekitar 8jt an mba
	I	:	Oke deh mas, mungkin cukup wawancara nya mas, terimakasih sudah menyempatkan waktunya mas

PENKODEAN BERBUKA

Wawancara 5

Hari, Tanggal : 16 Mei 2018
Durasi : 11 menit 43 Detik
Nama Subyek : Tri Manto
Jenis Usaha Subyek : penjual Makanan

1	I	:	Apakah anda memiliki rekening tabungan di bank syariah?
	S	:	Tidak punya.
	I	:	Kalau bank konvensional biasa ibu punya?
	S	:	Tidak juga mba, saya kalau nabung Cuma di rumah aja
5	I	:	Oh begitu bu, kenapa ibu lebih memilih dirumah padahal kan lebih aman kalau dibank atau BMT bu.
	S	:	Saya rasa gak butuh bank mba, ya gak percaya aja. Kan kita gak tau kalau uang kita digimanain kan atau nanti terpotong dan berkurang kan mba. Enakan nabung dirumah.
10	I	:	Jadi ibu tidak menggunakan bank karna ibu tidak percaya ya bu dan takut ya. Apakah dari pihak bank pernah menawarkan ibu untuk menabung di bank syariah?
	S	:	Belum pernah juga mba, jadi saya juga gak ngerti
	I	:	Kalau mengenai informasi tentang bank syariah ibu pernah dengar?
15	S	:	Belum pernah mba
	I	:	Berarti ibu belum mendapatkan informasi apa apa mengenai bank syariah ya bu?
	S	:	Iya mba, kan saya juga nabungnya dirumah
20	I	:	Berarti mengenai perbedaan bank syariah dan konvensional serta mengenai riba dan bagi hasil ibu juga tidak mengetahui ya bu?
	S	:	Iya mba.

	I		Misalkan nih bu, kalau dari bank syariah sendiri datang menjelaskan dan menawarkan produk tabungan, kira kira ibu mau tidak?
25	S	:	Ya gak tau mba, belum pernah soalnya, dan saya takut juga mau nabung di bank itu
	I	:	Kalau misalkan nih suatu saat ibu menggunakan jasa perbankan untuk menabung, ibu maunya diberikan pelayanan seperti apa?
	S	:	Maunya dikasih tau mba, gak semua orang sama, kaya saya ini kan gak ngerti apa apa, jadimaunya dimudahin semua urusan saya.
30	I	:	Kalau fasilitas ibu ngarepinnya seperti apa?
	S	:	Ya gimana ya saya gak ngerti di bank itu seperti apa mba maaf
	I	:	Oiya ibu tidak apa apa, mungkin seperti bank itu menyediakan apa biar ibu nyaman dengan menggunakan jasa mereka seperti itu bu?
35	S	:	Apa ya mba, bank nya mudah di temuin misalnya mungkin mba, jadi ga susah jauh jauh nyamperin
	I	:	Baik bu, kalau kerabat ibu ada yang punya bank syariah tidak bu?
	S	:	Saya tidak tau mba.
	I	:	Kalau misalkan lagi nih bu, ibu nanti menggunakan tabungan di bank syariah, ibu maunya pegawainya ber etika seperti apa?
40	S	:	Yang baik dong mba, yang mencerminkan islam, kan katanya syria kan.
	I	:	Sebenarnya kalau saya tanya minat ada gak bu sedikit aja terbesit dipikiran ibu kalau ibu pengen menggunakan bank syariah?
45	S	:	Sampai saat ini belum ada mba, karna saya ngerasa nabung sendiri lebih enak.
	I	:	Baik bu, mungkin saya mengerti, jadi ibu belum menggunakan bank syariah karena memang ibu telah bisa memenuhi kebutuhan menabung ibu dengan menabungnya dirumah.
	S	:	Iya mba
50	I	:	Oiya kalau boleh tau penghasilan ibu perbulannya berapa ya?
	S	:	Kira kira 6 jt an mba kotornya

	I	:	Mungkin itu saja bu, terimakasih banyak sudah menyempatkan waktunya.
--	---	---	--

PENKODEAN BERBUKA

Wawancara 6

Hari, Tanggal : 16 Mei 2018

Durasi : 22 menit 19 Detik

Nama Subyek : Rey Soraya

Jenis Usaha Subyek : Makanan (catering & kue kering)

1	I	:	Apakah anda memiliki rekening tabungan di bank syariah?
	S	:	Belum punya.
	I	:	Kalau bank konvensional biasa ibu punya?
	S	:	Iya punya.
5	I	:	Selain untuk menabung, ibu menggunakan bank tersebut untuk keperluan apa bu?
	S	:	untuk menerima uang pensiunan bapak mba, dan kalau mau transfer ke anak saya.
10	I	:	Dari pemasok dan dari konsumen sendiri pernah tidak bu meminta ibu untuk bertransaksi dengan bank syariah?
	S	:	Kalau konsumen biasanya gak pernah minta saya pakai bank syariah, mereka ngikutin saya saja. kalau produsen belum juga karna saya jarang bayar lewat transfer mba.
	I	:	Ibu pernah tau tentang bank syariah bu?
15	S	:	Tau sedikit, mengenai riba itu kan haram ya kalau kita agama islam ini, kalau di bank syariah sepengetahuan saya bebas dari riba itu. Gitu aja sih yang saya tau mba.
	I	:	Ibu tau informasi itu dari mana bu?
20	S	:	Temen temen aja mba, terus anak saya itu juga kerja di bank. Tapi bukan bank syariah

50	I	Ibu tau mengenai perbedaan bank syariah dengan bank konvensional bu?
	S	Iya tau sedikit mba, kan bank syariah bebas dari riba, dan menggunakan prinsip bagi hasil bukan bunga. Bunga itu kan haram ya mba bagi agama kita ini.
55	I	: kalau ibu nanti mau membuka tabungan bank syariah, ibu memilih bank syariah yang seperti apa bu?
	S	: Yang mudah lah mba dekat dengan rumah saya, gak jauh jauh banget, apa lagi orang tua kaya saya ini kan suka gak ada tenaganya lagi mau pergi keluar jauh jauh itu.
60	I	: Untuk pelayanan sendiri, ibu maunya pelayanan dibank itu seperti apa bu?
	S	: Kalau pelayanan sesuai standarnya aja mba kalau saya, gak muluk muluk. Kaya di bank bank pada umumnya saja.
	I	: Ohiya ibu, kalau ditanya fasilitas bu?
65	S	: Kalau fasilitas sih maunya di bank nya dibanyakin tempat duduk diruang tunggu nya sama jangan sampai panas didalam ruangan kalau lagi rame nasabahnya. Dan ibu yang terpenting ATM mba, mau transfer-transfer biar mudah. Tapi ATM bank syariah ibu jarang liat ya.
70	I	Ibu punya gak kerabat yang punya bank syariah dan meminta ibu membuka rekening dibank syariah juga bu?
75	S	punya ada dijakarta, malah dia yang menganjurkan anak saya yang kerja di bank konvensional untuk keluar di bank itu, dan juga meminta ibu membuka kan tabungan untuk anak ibu yang baru kuliah untuk membuka tabungan di bank syariah untuk dia ngasih ngasih anak ibu uang jajan katanya tapi belum sempat ibu mencari informasinya.
	I	Saya tanya mengenai reputasi suatu bank, itu berpengaruh tidak dengan keputusan ibu untuk membuka rekening tabungan disana?

80	S	Ya mba berpengaruh. Kan reputasi bank syariah baik baik aja ya mba gak ada yang anehaneh makanya saya tertarik. Malah menurut saya dengan penerapan sistem syariah yang ada di bank syariah akan menaikkan reputasi bank tersebut, karna berbeda dengan bank konvensional.
85	I	Misal saya Tanya mengenai etika pegawai yang ibu harapkan dari etika pegawai bank syariah itu sendiri seperti aapa?
	S	Sesuai standar aja mba, tapi kan ini bank syariah sudah seharusnya etikanya mencerminkan agama kita kita ini mba.
90	I	Menurut ibu apakah nilai-nilai keislaman yang diterapkan di bank syariah seperti nilai keadilan dan kejujuran dapat terealisasi dengan baik dalam kegiatannya di bank syariah bu?
95	S	Harusnya sih dapat terealisasi karena kan bank syariah membawa nama agama disini, jadi kalau cuman sekedar kata kata aja sangat disayangkan. Semoga saja apa yang dicita citakan dari awalnya berdirinya bank syariah ini dapat tercapai, tidak berubah menjadi mencari keuntungan semata saja seperti bank konvensional.
	I	Aamin bu semoga ya bu. Maaf bu kalau boleh tau penghasilan perbulan ibu berapa ya bu?
	S	Kira kira 15jt an mba, kotornya loh itu
100	I	Oh iya bu mungkin itu saja yang saya tanyakan. Terimakasih banyak ibu sudah mau menyempatkan waktunya.
	S	Iya sama sama mba

PENKODEAN BERBUKA

Wawancara 7

Hari, Tanggal : 16 Mei 2018
Durasi : 12 menit 19 Detik
Nama Subyek : Kholid
Jenis Usaha Subyek : Makanan (penjual dawet)

1	I	:	Apakah anda memiliki rekening tabungan di bank syariah?
	S	:	Belum punya mba.
	I	:	Kalau bank konvensional biasa mas punya?
	S	:	Iya ada bank BRI
5	I	:	Selain untuk menabung, mas menggunakan bank tersebut untuk keperluan apa mas?
	S	:	Saya Cuma buat nabung mba, kalau enggak buat ngirim uang ke keluarga yang jauh
	I	:	Alasan mas memilih rekening tabungan di bank BRI apa mas? Kenapa bukan bank lain atau bank syariah?
10	S	:	Ya kemaren saya diajak temen saya buka di BRI karna barengan yaudah saya buka juga mba.
	I	:	Oh begitu mas, sebenarnya mas berminat tidak dengan bank syariah mas?
15	S	:	Iya mba minat, tapi temen saya gak ada yang pakai itu dan jauh dari rumah saya, agak repot dan bingung juga belum ada yang pernah pakainya mba.
	I	:	Mas tau mengenai bank syariah mas?
	S	:	Tau mba, gak ada ribanya katanya ya mba
20	I	:	Kalau perbedaan yang lainnya yang mas tau apa lagi mas? Terus mas tau informasi tadi itu dari siapa?

	S		Cuma tau itu mba,. Ada kemaren saya baca dimana saya lupa mba, kalo ndak Koran apa ya kemaren
	I	:	Oh begitu mas, kalau dari pihak bank sendiri pernah ketemu dengan mas?
25	S		Belum pernah mba, ndak pernah ketemu
	I		Menurut mas kalau dari pihak bank datang nih menawarkan produk dan memberikan informasi mengenai bank syariah kira kira efektif tidak untuk menarik calon nasabah?
30	S		Iya mba menurut saya sangat efektif, kalau kaya saya ini kan pengen tapi gak ngerti ya jadinya gak buka buka rekening di bank syAriah. Kalau saya tau informasi secara jelasnya kan bisa saja saya buka disana.
	I		mas yang mas tau mengenai riba itu apa mas? Dan pernah denger gak sistem bagi hasil?
35	S		Taunya riba itu haram mba di islam, gitu aja yang saya tau, kalau bagi hasil gak tau sama sekali mba gak ngerti
	I	:	Oiya mas, terus Kalau kerabat ada yang punya bank syariah gak mas?
	S	:	Ada mba di mandiri syariah tapi gak di jogja sodara saya itu
40	I	:	Menurut mas reputasi bank syariah saat ini bagus tidak mas?
	S	:	Saya tidak tau mba.
	I	:	Mas jualan sampai sore ya mas?
	S	:	Iya mba, makanya saya gak sempet buat cari tau tentang bank syariah.
45	I		Misalkan nih mas, bank syariah itu ada deket rumahnya mas atau tempat mas jualan ini, kira kira bisa mendorong mas untuk membuka rekening tabungan di bank syariah tidak mas?
	S		Mungkin mba, kalau dekat kana pa apa enak.
50	I		Kalau nanti mas suatu saat mungkin menggunakan tabungan di bank syariah, apa sih yang mas harepin ari fasilitas dan pelayanannya?

	S	Hm fasilitas apa ya mba, kaya bank BRI ini aja sudah cukup mba.
	I	Terus kalau etika pegawai masnya mereka gimana mas?
	S	Ramah baik, sabar aja gitu mba ngadepin nasabah kaya saya ini.
55	I	Kan bank syariah ini menjalan kan kegiatannya berdasarkan prinsip prinsip syariah ya mas, mas yakin tidak kalau bank syariah menerapkan prinsip keadilan dan kejujuran?
	S	Iya mba, kan itu sudah kewajiban dari mereka kalau tidak begitu nanti namanya jadi tidak syariah kan mba hee
60	I	Iya mas, baik. Maaf sebelumnya kalau boleh tau penghasilan perbulannya berapa ya mas
	S	Enggak banyak mba, rata ratanya kotornya sih 9jt an aja,
	I	Baik mas terimakasih atas waktunya. Saya mohon maaf kalau mengganggu saat sibuk seperti ini
	S	Gak papa mba, sama sama

PENKODEAN BERBUKA

Wawancara 8

Hari, Tanggal : 16 Mei 2018
Durasi : 20 menit 15 Detik
Nama Subyek : Patmi Sujjati
Jenis Usaha Subyek : Pengrajin Karikatur

1	I	:	Apakah anda memiliki rekening tabungan di bank syariah?
	S	:	Belum, saya belum punya rekening di bank syariah, saya cuma punya di bank Mandiri sama BRI.
5	I	:	Kebutuhan apa yang membuat ibu menabung di bank Mandiri dan BRI bu
	S	:	Saya pakai bank mandiri sama BRI itu buat biar mudah aja mba bayar bayar atau terima pembayaran dari orang. Sama kemaren saya habis pinjaman ke bank mandiri.
10	I	:	Kenapa ibu gak pakai bank syariah bu, kan bank syariah juga bisa untuk kegiatan transaksi ibu tersebut? Dan untuk pinjaman juga bank syariah menyediakan bu.
15	S	:	Ya saya dari awal pakainya bank itu mba, dan pemasok bahan bahan untuk pembuatan karikatur ini juga pakainya mandiri jadi saya enak kalau sama sama satu bank gak kena potongan kan. Kalau pinjaman itu kemaren yang datang nawarin dari bank mandiri jadi saya ya pinjam ke bank itu.
20	I	:	Kata ibu tadi yang menawarkan pinjaman ke ibu itu dari bank mandiri secara langsung datang ya bu, sehingga ibu menggunakan bank mandiri sampai sekarang, seperti itu ya bu? Kalau bank syariah itu sendiri pernah datang untuk menawarkan produk ataupun memberi sosialisasi terkait bank syariah tidak bu?

25	S	:	Ya benar mba seperti itu. Kalau bank syariah belum pernah sama sekali sosialisasi atau menawarkan kesini mba. Makanya kan kita juga sebagai orang awam kalau gak didatengin tuh di tawarin terus dijelasin gimana gimananya ya kita gak ngerti mba, kalau gak ngerti gini gimana kita mau gunain nya.
30	I	:	Oh jadi seperti itu ya bu, permasalahan utamanya karena tidak mengerti dan tidak pernah tau. Berarti informasi yang secara langsung disampaikan pihak bank menurut ibu merupakan hal yang sangat penting dilakukan bank untuk menarik simpati dari calon nasabah ya bu.?
35	S	:	Iya mba gitu. Kita kalau datang untuk nanya nanya yo gak sempet mba, harusnya emang seperti bank mandiri itu datengin kita tawar tawarin, biar kita juga tau dan ngerti. Kan bisa jadi pertimbangan kita buat buka rekening di sana. Saya gak suka ribet mba buat urusan begini begini.
	I	:	Kalau informasi mengenai bank syariah sendiri ibu pernah dengar tidak bu dari teman atau saudara?
40	S	:	Pernah dengar aja teman punya mba, tapi kalau mengenai bagaimana bagaimananya saya tidak tau.
	I		Pemasok barang sendiri apakah ada yang memiliki bank syariah bu?
	S		Tidak ada.
	I		Oh berarti ibu memang belum ada kepentingan untuk menggunakan bank syariah sendiri ya bu
45	S		Iya mba.
	I	:	Berarti ibu belum tau mengenai perbedaan antara bank syariah dan konvensional ya bu?
	S	:	Iya mba, saya tidak tau.
	I	:	Kalau informasi mengenai riba dan bagi hasil itu tau bu?
50	S	:	Yo tidak tau mba.

	I	:	Kalau masalah fasilitas bu, ibu mengharapkan fasilitas seperti apa sih kalau ibu nanti nya menggunakan produk dan jasa bank syariah?
55	S	:	Saya sih yang penting urusan itu cepat, tidak berbelit-belit, terus mudah gitu mba, ATM juga penting mba, kan yang saya pernah lihat kalau bank syariah sulit dicari mba, rata-rata kan yang banyak kaya di indomaret alfamart kebanyakan mandiri ssma BRI, tapi gak tau juga ya mba sepenghlihatan saya seperti itu.
	I		Kalau mengenai pelayanan bu, ibu mengarpakan pelayan seperti apa yang diberikan pihak bank kepada ibu?
60	S		Maunya semua orang pelayanan itu yang ramah mba, ngejasinnya lengkap dan mudah kita pahami, buat orang tua kaya saya ini agak sedikit sulit untuk menerima informasi jadi kan butuh yang sabar juga buat jelasin jelasinnya.
65	I		Oiya bu, kalau berita yag menyebar mengenai suatu merek bank itu mempengaruhi ibu tidak untuk membuka tabungan di bank tersebut?
70	S		Tentu mba, kalau ada berita jelek tentang bank tersebut ya saya gak mau ambil resiko utuk nekat membuka disana. Kaya bank BRI sekarang ada berita apa itu yang uangnya hilang, kalau saya sebelumnya belum buka daisana ya saya gak mau buka, takut kan kalau kena nya disaya.
	I		Menurut ibu apakah bank syariah itu memang menerapkan nilai-nilai keislaman dalam kegiatan operasionalnya? Seperti nilai kejujuran dan keadilan?
75	S		Harusnya sih menerapkan mba. Kalau udah pakai bank syariah kan kita harapannya ngikut mereka aja, gak ngerti mereka jujur dan adil atau tidaknya. Tapi kan kalau namanya sudah syariah ya harusnya emang udah seperti itu mba. Karna saya tidak tau ya Cuma gitu pendapat saya

80	I	Iya baik bu tidak apa apa. Kalau mengenai etika pegawai harapan ibu etika seperti apa sih yang diharepin nasabah kepada pegawai bank syariah?
	S	Maunya sih pegawainya ramah, brpakaian rapi, sabar, jujur, sama maunya mereka senyum aja deh mba, enak apa apaa itu kalau liat orang senyum
85	I	Wah iya bu. Kalau saya Tanya minat, apakah ibu berminat untuk memiliki rekening tabungan di bank syariah?
90	S	Mungkin mba, kalau seperti yang saya bilang diawal tadi. Kalau pihak bank sendiri mau turun langsung ke sini, menjelaskan, sosialisasi, promosikan produknya. Mungkin kalau menurut saya itu baik dan menguntungkan saya akan membuka rekening disana.
	S	Maaf bu, kalau boleh tau kisaran penghasilan perbulannya berapa?
	I	Hmm penghasilan ya, naik turun mba, rata rata sih 50jtan mba tapi itu gak tentu loh
95	I	Oh iya baik bu, mungkin itu saja sudah cukup menurut saya, mohon maaf mengganggu waktunya, terimakasih banyak bu
	S	Iya sama sama mba, gapapa selagi saya bisa membantu.

PENGGODEAN BERBUKA

Wawancara 9

Hari, Tanggal : 16 Mei 2018

Durasi : 16 menit 56 Detik

Nama Subyek : Dani

Jenis Usaha Subyek : Makanan (pemilik rumah makan gudeg wijilan Bu.Slamet)

1	I	:	Apakah anda memiliki rekening tabungan di bank syariah?
	S	:	Enggak, aku gak punya mba.
	I	:	Kalau bank konvensional biasa mba punya?
	S	:	Iya ada bank BCA.
5	I	:	Kebutuhan apa yang membuat mba menggunakan rekening di bank BCA tersebut mba, selain untuk menabung?
	S	:	Buat transfer-transfer mba ke pemasok, buat Dp biasanya mba.
	I	:	Kenapa mba gak pakai bank syariah mba, kan bank syariah juga bisa untuk kegiatan transaksi mba tersebut?
10	S	:	Saya gak suka e mba sama bank syariah
	I	:	Kalau boleh tau kenapa mba gak suka ya?
15	S	:	Ya gak suka aja mba, gak tertarik. Saya itu yo kalau udah satu, satu aja, rata rata temen-temen aku yang via transfer itu banyak nya BCA, gampang kalau via transfer beda bank kan kena potongan, aku kan caranya yang sama juga biar gk kepotong. Kalau bank syariah kan kayaknya agak jarang yang pakai.
	I	:	Dari pihak bank sendiri pernah datang gak mba untuk memberikan informasi terkait produk dan jasa yang mereka miliki? Atau mba sendiri pernah mencari tau untuk datang langsung ke bank syariah?

20	S	:	Gak pernah datang mba. Saya gak kepikiran buat datang kesana buat cari tau. Ya kalau kebutuhan saya sudah terpenuhi di bank yang satu itu ya ngapain saya pindah pindah mba.
25	I	:	Kalau dari saudara atau teman ada yang punya bank syariah gak mba, pernah gak mereka mengajak atau memberikan informasi terkait bank syariah?
	S	:	enggak ada, kalau sodara ku itu mandiri, BRI ada juga tapi jauh kaka ku yang di Kediri. Kalau yang disini pakai BCA. Tapi semua yang ada disini pakainya BCA.
30	I		Kalau saya Tanya mengenai kenyamanan atau keebihan apa yang dimiliki bank BCA ini yang buat mba gak mau berpindah itu apa mba?
35	S		Yang kaya aku bilang tadi mba, temen temen rata-rata pakai itu, biar gampang aja transfer-transfer. Terus kalau bank BCA dimana mana ada, gampang gitu, yang saya tau sih kalau bank syariah susah nyari ATMnya gitu.
	I		Informasi seperti apa sih mba yang mba pernah denger dari temen atau saudara atau dari internet mengenai bank syariah?
	S		Taunya cuma beda syariahnya itu aja mba, kalau masuk diucapin salam gitu. Taunya juga dari temen pas ngobrol kumpul kumpul gitu.
40	I		Oh begitu mba, kalau misal saya tanya mengenai riba dan bagi hasil mba mengetahui?
	S		Enggak mba.
	I	:	Berarti ibu belum tau mengenai perbedaan antara bank syariah dan konvensional ya bu?
45	S	:	Iya mba, saya tidak tau.
	I	:	Menurut mba nih, penting gak sih dari pihak bank datang langsung untuk menawarkan ke calon nasabahnya iyu?
	S	:	Yo penting mba, kita kalau cari informasi sendiri ya males.

50	I	:	Kalau masalah fasilitas mba, mba mengharapkan fasilitas seperti apa sih kalau mba nanti berubah pikiran dan mau membuka rekening tabungan di bank syariah?
55	S	:	aku sih yang penting mudah gitu dan lengkap mba, ATM juga penting mba, kan ATM bank syariah masih susah dicari, sepengetahuan aku loh, soalnya jarang liat.kalau deket kan enak ya mau transaksi.
	I		Misal saya tanya masalah reputasi bank itu sendiri menjadi pertimbangan mba gk untuk menggunakan bank tersebut?
60	S		Ya jelas mba, kan aku pakai BCA dah dari lama, gak pernah ada kejadian aneh aneh mba, makanya kalau mau mencoba yang baru merasa takut, apa lagi bank syariah kan baru baru aja ramenya.
	I		Kalau mengenai pelayanan mba, mba mengarpakan pelayan seperti apa yang diberikan pihak bank kepada mba?
	S		Saya sih yang penting cepet aja jangan lelet gitu, terus maunya mereka kalau menjelaskan yang ramah, udah sih mba gitu aja.
65	I		Misal saya Tanya mengenai etika pegawai yang mba harapkan nih mba dari bank syariah sendiri, mba mengharapkan seperti apa?
70	S		Sopan mba, apa lagi kan bank syariah nih, ceritanya lebih dari bank konvensional, harusya sih lebih sopan baik pakaian maupun perkataan dan perbuatannya. Cocok sih kalau pegawainya kan menggunakan hijab ya, mungkin lebih ke sikap aja di cerminkan ke syariahnya.
	I		Menurut mba apakah bank syaraih memang menerapkan nilai-nilai keislaman, seperti menjunjung keadilan dan kejujuran?
75	S		Ya harusnya sih begitu mba, kan udah syariah tu namanya, kalau sampai masih ada membohongi nasabah ya keterlalu. Dan kan kasian orang orang yang jadi nasabah yang udah percaya banget nih sma bank syaraih kalau masih tidak sesuai dengan nilai-nilai keislaman

80	S	Maaf sebelumnya mba, saya mau Tanya, kalau kisaran penghasilan kira kira berapa perbulannya mba?
	I	Kira kira aja ya mba, 50-70jtan mba
	I	Oiya mba, mungkin udah itu aja mba, karna jawaban mba tadi udah bisa dimengerti terimakasih banyak mba maaf mengganggu waktunya
	S	Iya sama sama

PENKODEAN BERBUKA

Wawancara 10

Hari, Tanggal : 16 Mei 2018
Durasi : 21 menit 18 Detik
Nama Subyek : Ingkarwati
Jenis Usaha Subyek : Pengrajin Batik Darmo

1	I	:	Apakah anda memiliki rekening tabungan di bank syariah?
	S	:	Belum mba.
	I	:	Kalau bank konvensional biasa ibu punya?
	S	:	Iya ada banyak
5	I	:	Selain untuk menabung, ibu menggunakan bank tersebut untuk keperluan apa bu?
	S	:	untuk melayani produsen dan pelanggan .
	I	:	Dari pemasok dan dari konsumen sendiri pernah tidak bu meminta ibu untuk bertransaksi dengan bank syariah?
10	S	:	Belum pernah mba
	I	:	Kebanyakan konsumen atau produsen ibu menggunakan bank apa bu?
	S	:	Bank mandiri dan BCA.
	I	:	Dari pihak bank syariah pernah datang tidak bu memberikan sosialisasi atau menawarkan produk ke sini?
15	S	:	Iya pernah mba, kan pegawai dari BMT itu kebanyakan sekarang pindah jadi pegawai bank syariah jadi mereka datang menawarkan kesayakarna saya punya BMT juga, tapi saya belum punya bank syariah karna juga udah kebanyakan punya rekening tabungan di bank konvensional.
20	I	:	Berarti ibu sudah pernah mendapatkan informasi terkait bank syariah ya bu dari pihak bank syariah itu sendiri?

	S	:	Iya mba.
25	I		Menurut ibu nih, pemberian informasi atau penawaran produk dengan datang langsung menemui calon nasabah itu efektif tidak untuk menarik calon nasabah bu?
30	S		Iya mba, kan kalau datang kesini langsung nemuin itu enak, kan banyak orang sibuk yang gak sempet ke bank syariah sendiri ntuk Tanya Tanya doang, kalau seperti saya sih merasa terbantu kalau mereka datang langsung, tapi sayangnya saya sudah kebanyakan bank jadi sudah cukup sepertinya.
	I		Waktu pihak bank syariah datang kesini ibu dikasih tau tentang apa bu?
	S		Ditawarin buka rekening tabungan di bank syariaih mba. Dijelasin mengenai tabungan disana
35	I		Oh berarti ibu sudah sedikit tau tentang bank syariah bu ya? Perbedaan antara bank syariah dan konvensional, seperti tentang riba dan tentang bagi hasil ibu berarti sudah sedikit tau ya bu?
40	S		Iya mba, beda nya dikit dikit dah tau, tentang bunga yang dilarang ajaran agama juga sudah tau tau sedikit, tapi kalau bagi hasil belum terlalu paham, kalau tau ya sudah tau mba.
	I	:	Kalau ditanya mengenai fasilitas, ibu mengharapkan fasilitas seperti apa sih bu yang harus disediakan oleh bank itu sendiri?
45	S	:	Fasilitas apa ya, saya sudah merasa cukup sih mba sama yang ada ada gini, saya kan orang tua jadi yang sangat perlu sih cuma ATM aja sih mudah dijangkau. Sama jugaruang tunggu di bank biar kalau banyak nasabah yang datang masih nyaman. Tidak panas, bisa duduk gitu aja sih mba.
	I	:	Untuk pelayanan sendiri, ibu maunya pelayanan di bank itu seperti apa bu?
50	S	:	Mau saya cepat mba, gak antri antri. Sama kalau bisa gak ribet gitu mba ngurus apa apa.

	I	:	Apakah ibu memiliki kerabat yang menggunakan bank syariah dan meminta ibu untuk membuka tabungan di bank syariah juga?
55	S	:	Kalau saudara ada yang punya, tapi tidak pernah sih meminta saya untuk menggunakannya juga. Paling sambil cerita cerita bank syariah itu gimana.
	I		Misal saya tanya masalah reputasi bank itu sendiri menjadi pertimbangan mba gk untuk menggunakan bank tersebut?
60	S		Kalau sudah punya tidak menjadi masalah mba, tapi kalau belum punya dan mau membuka disana jelas jadi pertimbangan. Kan kita kalau mau buka rekening gitu pasti Tanya Tanya, terus yang bagus seperti apa menurut orang yang udah jadi nasabah nya.
65	I		Kalau mengenai nilai nilai keislaman yang diterapkan di bank syariah, seperti nilai kejujuran dan keadilan, itu menurut ibu bagaimana? Apakah bisa menambah nilai plus nya?
	S		Ya saya setuju, memang sudah seharusnya kan bank syariah menerapkan nilai-nilai keislaman dalam kegiatannya. Tentu menjadi nilai plus, kan bank konvensional belum tentu begitu.
70	I		Misal saya Tanya mengenai etika pegawai yang ibu harapkan dari etika pegawai bank syariah itu sendiri seperti apa?
	S		Di bank syariah pegawai perempuannya menggunakan hijab kan ya mba, itu sudah mencerinkan etika yang baik sesuai ajaran islam, menurut saya sih yang penting mereka beretika baik saja melayani nasabah.
75	I		Ibu memilih bank itu mempertimbangkan lokasi bank itu tidak bu?
	S		Iya mba, kan saya diantar gak bisa bawa kendaraan sendiri jadi ya saya memilih yang dekat dekat aja. Karna kan saya juga sibuk jadi ga bisa pakai bank yang jauh jauh malah buang buang waktu nyamperinnya.
80	I		Kalau saya Tanya minat, ibu berminat tidak untuk punya rekening tabungan di bank syariah?

	S		Tentu mba, saya minat, tapi seperti yang sudah saya sampaikan tadi, saya sudah terlalu banyak punya tabungan di bank lain jadi ya menurut saya sudah cukup itu saja
85	I		Maaf sebelumnya bu, kalau boleh tau kira kira penghasilan ibu perbulannya berapa ya?
	S		Rata rata sih 50jtan mba, tapi gak tentu kadang naik kadang turun
	I		Oh iya baik bu, mungkin cukup bu, terimakasih atas waktu yang ibu sempatkan bu.
90	S		Iya sama sama

PENKODEAN BERPOROS

Berdasarkan hasil wawancara yang telah dipaparkan secara terbuka, didapatkan beberapa kategori yang muncul. Dalam pengkodean berporos ini dilakukan penyusunan setiap kategori berdasarkan hubungan yang telah disesuaikan dengan rumusan masalah serta berbagai hal yang perlu dimunculkan dalam mendukung penelitian ini. Dalam penelitian ini terdapat satu subyek yang terdiri dari sepuluh narasumber yang digunakan sebagai verifikator.

Motivasi Pengusaha Muslim di Kota Yogyakarta untuk Bersedia Menabung di Bank Syariah

A. Aspek Pribadi

Berdasarkan dari penuturan yang disampaikan oleh para subyek, dapat diketahui bahwa dari ke sepuluh subyek yang diwawancari memiliki beberapa pendapat mengenai motivasi menabung di bank syariah berdasarkan aspek pribadi ini. Beberapa dari subyek menuturkan bahwa mereka memiliki rekening tabungan di bank itu tidak hanya untuk menabung saja, tetapi mereka menggunakan rekening tabungan di bank tersebut untuk berbagai aktivitas seperti menerima uang pensiunan dan umumnya untuk melakukan transfer, baik kepada saudara dan rekan kerja,. Sampai saat ini mereka belum ada dorongan untuk membuka rekening tabungan di bank syariah karena tidak ada nya kebutuhan yang mengharuskannya dan kebutuhan akan menabung di bank tealah terpenuhi dengan menabung di bank konvensional ataupun di BMT.

Saat ditanya mengenai minat, jawaban dari para subyek beragam, ada yang berminat tapi belum menggunakan karena tidak adanya kebutuhan yang mendesak, ada juga yang berminat namun tidak paham dan minimnya pengetahuan yang didapat serta lokasi yang jauh dari tempat tinggal, kemudian ada juga yang ragu-ragu sampai ada yang tidak berminat sama sekali karna merasa sudah cukup dengan bank atau BMT yang sudah dimiliki saat ini.

Tabel 1
Aspek Pribadi

Subyek	Kodifikasi	Jawaban
PS	W1 (4-14)	Selain untuk menabung saya pakai bank BCA ini untuk transfer ke pemasok, biar gak kena potongan karena mereka menggunakan bank BCA. Jadi sekalian nabung aja disana. Dari pemasok tersebut juga belum ada permintaan untuk menggunakan bank syariah.
	(82-84)	Kalau minat ada, tapi belum sekarang mungkin karna kebutuhan saya juga sudah terpenuhi dengan bank yang sekarang, mungkin nanti.
	W3 (7-12)	Penggunaan BMT hanya untuk menabung sehari-hari, dan lebih memilih BMT dari pada bank syariah karena dibantu saudara dalam pembuatannya. Kalau bank agak lebih ribet, karna lebih gede gitu jadi lebih memilih yang mudah aja.
	(48-53)	Saya tidak berminat karna sudah cukup di BMT saja, selain waktunya juga tidak ada untuk menabung di bank itu. Kalau di bank kan seenggaknya 100rb baru bisa nabung karna susah juga kalau mau kesanaa untuk nabung jumlah kecil. Waktunya juga saya tidak ada untuk itu. Dan kalau saya mau ambil jga mudah gak lama prosesnya mereka yang datang ngasih.
	W5 (7-9)	Saya gak butuh bank mba, ya gak percaya aja. Kan kita gak tau kalau uang kita digimanain kan atau nanti terpotong dan berkurang kan mba. Enakan nabung dirumah.
	(44-45)	Sampai saat ini belum ada minat mba, karna saya ngerasa nabung sendiri lebih enak.
	W6 (7-8)	Menggunakan bank untuk menerima uang pensiunan bapak mba, dan kalau mau transfer ke anak saya.

	(11-13)	konsumen biasanya gak pernah minta saya pakai bank syariah, mereka ngikutin saya saja. kalau produsen belum juga karna saya jarang bayar lewat transfer mba.
	(28-31)	Menurut ibu sih iya. Kaya ibu nih, sebenarnya ibu kepengen tapi ibu belum dapat informasi tentang bank syariah, terus terang anak ibu juga di bank konvensional kerjanya, malah dia mau keluar karna sadar akan riba,
	(41-48)	Berminat mba, tapi saya juga kan sibuk gak bisa kesana kesini buat nyari informasinya. mungkin memang sosialisasinya kurang mba, kekantor aja di kejaksaan itu syariah itu belum pernah datang kekantor. Paling danamon, BCA, Jadi kalah saing sama konvensional. Mungkin gini ya mungkin bank syariah berfikir gini, ah paling orang orang sudah tau mengenai bank syariah jadi gk perlu lagi datang datang sosialisasi. Tapi kan nyatanya belum tentu kan, masyarakat umum awam tentang bank syariah.
	W7(14-16)	Iya mba minat, tapi temen saya gak ada yang pakai itu dan jauh dari rumah saya, agak repot dan bingung juga Tanya siapa belum ada yang pernah pakainya mba.

B. Aspek Stimulus

Aspek stimulus disini diuraikan menjadi tiga yaitu, sumber komunikasi, isi komunikasi, dan unsur pembeda terhadap alternative lainnya. Berdasarkan hasil penjelasan dari para subyek mereka kebanyakan mendapat informasi mengenai bank syariah itu melewati teman atau saudara dan juga internet, sedangkan dari marketing bank syariah secara langsung, dari sepuluh orang hanya satu orang subyek yang pernah ditemui oleh marketing bank untuk menawarkan produk dan memberikan penjelasan lebih detail mengenai bank syariah. Mereka berpendapat bahwa penyampaian secara langsung dari

marketing bank syariah merupakan cara yang sangat efektif untuk menarik hati calon nasabahnya, dibandingkan melalui iklan. Informasi yang diketahui oleh para subyek sangat minim karena dapat dilihat bahwa hanya beberapa subyek saja yang mengetahui mengenai bank syariah. banyak dari mereka tidak tau apa bedanya bank syariah dengan bank konvensional, dan mengenai riba dan bagi hasil hanya beberapa subyek yang mengetahuinya.

Berdasarkan pemaparan dari para subyek, aspek stimulus yang berperan banyak dalam memotivasi seorang calon nasabah adalah dengan sumber komunikasi yang berasal dari marketing bank syariah itu sendiri, dan beberapa subyek mengeluhkan perbedaan bank syariah dengan bank konvensional dalam fasilitas nya yang berupa mesin ATM yang minim. Pemberian pemahaman kepada masyarakat mengenai riba perlu ditingkatkan, karena dapat dilihat masih banyak orang yang tidak tau apa itu riba yang kemudian menjadikan mereka merasa nyaman dengan bank konvensional.

Tabel 2
Aspek Stimulus

Subyek	Kodifikasi	Jawaban
PS	W1 (16-17)	Tau sedikit tentang bank syariah, dari teman teman sendiri dan juga juga pernah baca diinternet.
	(19-22)	Yang saya tau katanya bank syariah itu gak pakai bunga, terus diganti dengan prinsip bagi hasil. Dan kalau bank syariah kan ada dewan pengawasnya ya mba. Gitu aja sih yang saya ketahui mba.
	(28-33)	Belum pernah didatengin marketing bank syariah mba. Menurut saya mereka datang itu penting, kalau calon nasabah ini hanya mendapat informasi dari teman atau internet saja kan kurang akurat, dan kadang gak bikin tertarik. Kalau merekanya datang langsung kan enak bisa sambil tanya jawab. Kalau misal nunggu calon nasabah datang ke kantor

		<p>terus nanya-nanya ya gak akan datang mereka kan mereka belum tertarik kalau belum ditawarkan.</p>
	W2 (13-17)	<p>Fasilitas udah cukup baik kok, cuman saja masalah ATM aku agak jarang liat ATM bank syariah, kan kalau mandiri BRI gitu banyak pinggir jalan juga terus di alfamart indomaret biasanya ada jadi memudahkan mau ngambil atau mau transfer gitu. Terus jangan sampai bank syariah juga ketinggalan canggihnya dengan bank konvensional</p>
	(30-33)	<p>... dibanyakin iklan di media sosial dan datang langsung itu lebih efektif, kita orang awam kebanyakan ga tau tentang bank syariah jadi butuh banyak informasi bisa sekalian tanya-tanya juga kalau ada yang gak ngerti kan enak</p>
	(40)	<p>Pernah denger tentang bagi hasil tapi belum ngerti, detailnya gak tau.</p>
	(44)	<p>Pernah denger aja dari orang tua tentang bank syariah</p>
	W4 (16-18)	<p>Dikasi tau adek, pernah denger kalau di bank syariah itu beda sama bank syariah, beda di bunga gitu katanya mba, tapi saya tidak begitu paham.</p>
	(40-43)	<p>Perlu sih mereka dateng, biar saya tau kan, sampai saat ini gak pernah dateng jadi ya saya gak tau sama sekali mengenai bank syariah itu.</p>
	W6 (15-18)	<p>Tau sedikit, mengenai riba itu kan haram ya kalau kita agama islam ini, kalau di bank syariah sepengetahuan saya bebas dari riba itu. Gitu aja sih yang saya tau mba.</p>
	(28-30)	<p>Menurut ibu sih marketing bank syariah itu perlu datang sosialisasi. Kaya ibu nih, sebenarnya ibu kepengen tapi ibu belum dapat informasi tentang bank syariah</p>
	(41-48)	<p>..... Saya juga kan sibuk gak bisa kesana kesini buat nyari informasinya. mungkin memang sosialisasinya kurang mba, kekantor</p>

		<p>aja di kejaksaan itu syariah itu belum pernah datang ke kantor. Paling danamon, BCA, Jadi kalah saing sama konvensional. Mungkin gini ya mungkin bank syariah berfikir gini, ah paling orang-orang sudah tau mengenai bank syariah jadi gak perlu lagi datang sosialisasi. Tapi kan nyatanya belum tentu masyarakat umum awam tentang bank syariah.</p>
	(64-68)	<p>Kalau fasilitas sih maunya di bank nya dibanyakin tempat duduk diruang tunggu nya sama jangan sampai panas didalam ruangan kalau lagi rame nasabahnya. Dan ibu yang terpenting ATM mba, mau transfer-transfer biar mudah. Tapi ATM bank syariah ibu jarang liat ya.</p>
	W7 (29-32)	<p>Iya mba menurut saya sangat efektif kalau dari bank datang langsung, kalau kaya saya ini kan pengen tapi gak ngerti ya jadinya gak buka buka rekening di bank syariah. Kalau saya tau informasi secara jelasnya kan bisa saja saya buka disana.</p>
	W8 (22-26)	<p>..... Kalau bank syariah belum pernah sama sekali sosialisasi atau menawarkan kesini mba. Makanya kan saya juga sebagai orang awam kalau gak didatengin tuh di tawarin terus dijelasin gimana gimananya ya saya gak ngerti mba, kalau gak ngerti gini gimana saya mau gunain nya.</p>
	(32-36)	<p>Kita kalau datang untuk nanya nanya yo gak sempet mba, harusnya emang seperti bank mandiri itu datengin kita tawar tawarin, biar kita juga tau dan ngerti. Kan bisa jadi pertimbangan kita buat buka rekening di sana. Saya gak suka ribet mba buat urusan begini begini.</p>
	(53-57)	<p>Saya sih yang penting urusan itu cepat, tidak berbelit-belit, terus mudah gitu mba, ATM juga penting mba, kan yang saya pernah lihat kalau bank syariah sulit dicari mba, rata-rata</p>

	(60-63)	<p>kan yang banyak kaya di pinggir jalan kebanyakan mandiri sama BRI, tapi gak tau juga ya mba sepenglihatan saya seperti itu.</p> <p>Maunya semua orang pelayanan itu yang ramah mba, ngejelasinnya lengkap dan mudah kita pahami, buat orang tua kaya saya ini agak sedikit sulit untuk menerima informasi jadi kan butuh yang sabar juga buat jelasin jelasinnya.</p>
	W10(15-19)	<p>Pegawai bank syariah pernah datang kesini nawarin gitu, kan pegawai dari BMT saya pakai itu kebanyakan sekarang pindah jadi pegawai bank syariah jadi mereka datang menawarkan kesaya, tapi saya belum punya bank syariah karna juga udah kebanyakan punya rekening tabungan di bank konvensional.</p>
	(26-30)	<p>Iya mba, kan kalau mereka datang kesini langsung nemuin itu enak, kan banyak orang sibuk yang gak sempet ke bank syariah sendiri ntuk Tanya Tanya doang, kalau seperti saya sih merasa terbantu kalau mereka datang langsung, tapi sayangnya saya sudah kebanyakan bank jadi sudah cukup sepertinya.</p>

C. Aspek Situasi

Situasi dapat mendorong seseorang untuk berperilaku. Seorang konsumen akan terus menyesuaikan konsumsinya dengan situasi yang terus berubah. Dapat dikaitkan pula dengan perilaku konsumsi dalam perbankan syariah yang dapat berubah sesuai dengan situasi baik situasi kepemilikan rekening tabungan di bank syariah oleh kerabatnya, reputasi sebuah nama dari bank itu sendiri, kesibukan dan juga kondisi jarak antara lokasi tempat tinggal dengan bank syariah. Berdasarkan penuturan para subyek, yang

	<p>(65-68)</p> <p>W4 (10) (16-18)</p> <p>W6 (41-43)</p> <p>(71-76)</p> <p>(79-83)</p> <p>W7 (42)</p> <p>W8 (32-34)</p>	<p>sudah menjadi contoh bisa menurunkan reputasi bank BRI itu sendiri. Tapi kalau menurut aku bank syariah reputasinya bagus bagus aja yang aku tau.</p> <p>Saya pakai BRI karena dekat mba.</p> <p>Adek saya punya bank syariah, pernah bilang kalau di bank syariah itu beda sama bank syariah, beda di bunga gitu katanya mba, tapi saya tidak begitu paham. Kalau ngajak gak ada sih</p> <p>Iya mba begitu. Saya juga kan sibuk gak bisa kesana kesini buat nyari informasinya. mungkin memang sosialisasinya kurang mba, kekantor aja di kejaksanaan itu syariah itu belum pernah datang kekantor....</p> <p>Iya punya kerabat dijakarta, malah dia yang menganjurkan anak saya yang kerja di bank konvensional untuk keluar di bank itu, dan juga meminta ibu membuka kan tabungan untuk anak ibu yang baru kuliah untuk membuka tabungan di bank syariah untuk dia ngasih ngasih anak ibu uang jajan katanya tapi belum sempat ibu mencari informasinya. Ya mba menurut saya reputasi berpengaruh. Kan reputasi bank syariah baik baik aja ya mba gak ada yang anehaneh makanya saya tertarik. Malah menurut saya dengan penerapan sistem syariah yang ada di bank syariah akan menaikkan reputasi bank tersebut, karna berbeda dengan bank konvensional.</p> <p>Iya mba, saya pulangnye sore, makanya saya gak sempet buat cari tau tentang bank syariah.</p> <p>Iya mba gitu. Kita kalau datang untuk nanya nanya yo gak sempet mba, harusnya emang seperti bank mandiri itu datengin kita tawar tawarin, biar kita juga tau dan ngerti.....</p> <p>.....kalau ada berita jelek tentang bank tersebut ya saya gak mau ambil resiko utuk</p>
--	--	--

	<p>(66-70)</p> <p>W9(26-28)</p> <p>(58-60)</p> <p>W10 (76-78)</p>	<p>membuka disana. Kaya bank BRI sekarang ada berita apa itu yang uangnya hilang, kalau saya sebelumnya belum buka disana ya saya gak mau buka, takut kan kalau kena nya disaya.</p> <p>enggak ada, kalau sodara ku itu mandiri, BRI ada juga tapi jauh kaka ku yang di Kediri. Kalau yang disini pakai BCA. Tapi semua yang ada disini pakainya BCA.</p> <p>Ya jelas mempertimbangkan reputasi mba, kan aku pakai BCA dah dari lama, gak pernah ada kejadian aneh aneh mba, makanya kalau mau mencoba yang baru merasa takut, apa lagi bank syariah kan baru baru aja ramenya. Iya lokasi penting dekat, kan saya diantar gak bisa bawa kendaraan sendiri jadi ya saya memilih yang deket deket aja.....</p>
--	---	---

RIWAYAT HIDUP PENULIS

Rizki Septy Ananda dilahirkan di Tanjung (Kalimantan Selatan) pada tanggal 11 September 1996 sebagai anak kedua dari tiga bersaudara dari pasangan H. Ahmad Robyani dan Hj. Ratu Rahmatunnisa. Saat ini bertempat tinggal di Jl. Kaliurang KM 10, Sleman, Yogyakarta. Hp: 0812-2095-1721. Alamat E-mail: rizkisepty11@yahoo.co.id. Pendidikan SMA ditempuh di SMAN 2 Tanjung, dan lulus pada tahun 2014. Pada tahun 2014, penulis diterima di program studi Ekonomi Islam Fakultas Agama Islam Universitas Islam Indonesia. Selama mengikuti perkuliahan di Fakultas Ilmu Agama Islam UII, penulis pernah menjadi fungsionaris Lembaga Eksekutif Mahasiswa Fakultas Ilmu Agama Islam periode 2015-2016.