

**TINJAUAN PUSTAKA FAKTOR-FAKTOR YANG
MEMPENGARUHI PREFERENSI MENABUNG PADA
BANK UMUM
(Studi Pada Mahasiswa Malang)**

JURNAL ILMIAH

Disusun oleh :

**Bintan Akmaliyah
125020502111006**



**JURUSAN ILMU EKONOMI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS BRAWIJAYA
MALANG
2016**

LEMBAR PENGESAHAN PENULISAN ARTIKEL JURNAL

Artikel Jurnal dengan judul :

TINJAUAN PUSTAKA FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PREFERENSI MENABUNG PADA BANK UMUM (Studi Pada Mahasiswa Malang)

Yang disusun oleh :

Nama : Bintan Akmaliyah
NIM : 125020502111006
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Jurusan : S1 Ilmu Ekonomi

Bahwa artikel Jurnal tersebut dibuat sebagai *persyaratan ujian skripsi* yang dipertahankan di depan Dewan Penguji pada tanggal 14 Juni 2016.

Malang, 14 Juni 2016
Dosen Pembimbing,

Dra. Marlina Ekawaty, M.SI., Ph.D.
NIP. 19650311 198903 2 001

Tinjauan Pustaka Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Preferensi Menabung Pada Bank Umum (Studi Pada Mahasiswa Malang)

Bintan Akmaliyah

Dra. Marlina Ekawaty, M.SI., Ph.D.

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya

Email: akmaliyah94@gmail.com

ABSTRAK

Sistem perbankan di Indonesia yang menganut dual banking system memaksa masyarakat untuk melakukan pilihan menggunakan bank umum konvensional atau bank umum syariah. Walaupun belum berpenghasilan mahasiswa sebagai konsumen potensial juga dihadapkan dengan pilihan tersebut. Tulisan ini ingin melihat landasan teori dan penelitian terdahulu tentang produk, promosi, dan pelayanan bank umum syariah serta perilaku dalam pemilihan kedua bank umum. Pendekatan studi literature digunakan untuk menjawab tujuan tersebut. Landasan teori yang terdiri dari teori preferensi, preferensi menabung menurut ekonomi islam, teori perilaku konsumen prespektif ekonomi, teori perilaku konsumen prespektif pemasaran, perbankan di Indonesia, perbankan syariah, hubungan produk dengan preferensi, hubungan promosi dengan preferensi, hubungan pelayanan dengan preferensi, hubungan tabungan yang dipilih orang tua dengan preferensi. Beberapa penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Raihan Daulay (2006), Zainab (2011), Fitri Maisya (2012), Khoirul Uyun (2012), Chusnul Chotimah (2014).

Kata Kunci : Bank Umum Konvensional, Bank Umum Syariah, Dual Banking System, Produk, Promosi, Pelayanan.

TINJAUAN PUSTAKA

A. Teori Preferensi

Preferensi konsumen dapat diartikan sebagai kesukaan, suatu pilihan yang lebih disukai. Preferensi dapat diukur dengan menggunakan konsep utilitas. Utilitas didefinisikan sebagai kepuasan yang didapat oleh seseorang karena aktivitas yang dilakukan. Preferensi konsumen terjadi karena adanya manfaat yang lebih besar daripada komoditi lainnya. Para ekonom mengasumsikan bahwa bila terdapat beberapa pilihan kemungkinan, maka individu akan memilih salah satu yang menghasilkan utilitas tertinggi (Nicholson, 2002). Preferensi terbentuk dari persepsi terhadap produk. Menurut Mowen (1993), preferensi dapat berubah, preferensi konsumen dapat diketahui dengan mengukur tingkat kegunaan atau nilai penting pada setiap produk atau jasa. Penilaian terhadap produk atau jasa menggambarkan sikap konsumen terhadap produk atau jasa tersebut, sehingga dapat mencerminkan preferensi konsumen dalam menggunakan atau mengkonsumsi suatu produk atau jasa. Menurut Simamora (2003 : 88), ada beberapa langkah yang harus dilalui sampai konsumen membentuk preferensi, yaitu :

- a. Diasumsikan bahwa konsumen melihat produk sebagai sekumpulan atribut. Konsumen yang berbeda memiliki persepsi yang berbeda tentang atribut apa yang relevan.
- b. Tingkat kepentingan atribut berbeda-beda sesuai dengan kebutuhan dan keinginan masing-masing. Konsumen memiliki penekanan yang berbeda-beda dalam atribut apa yang paling penting.
- c. Konsumen mengembangkan sejumlah kepercayaan tentang letak produk pada setiap atribut.
- d. Tingkat kepuasan konsumen terhadap produk akan beragam sesuai dengan perbedaan atribut.
- e. Konsumen akan sampai pada sikap terhadap merek yang berbeda melalui prosedur evaluasi.

Dalam teori modern, indeks utility merepresentasikan preferensi ordinal konsumen. Para ahli membuat model maksimasi utility dengan menggunakan peralatan matematis karena dianggap sangat cocok untuk digunakan, yang jelas hasilnya tidak memilih angka tertinggi melainkan memilih mana yang sangat sesuai dengan anggaran yang tersedia.

Terdapat banyak aksioma untuk menerangkan tingkah laku individu dalam masalah penetapan pilihan terhadap suatu produk. Hubungan preferensi biasanya diasumsikan memiliki tiga sifat dasar, yaitu : (Nicholson, 1994).

- a. Kelengkapan (*completeness*)
Kelengkapan (*completeness*) mengandung pengertian jika A dan B merupakan dua kondisi atau situasi, maka setiap orang selalu harus bisa menspesifikasikan apakah :
 - 1) A lebih disukai daripada B
 - 2) B lebih disukai daripada A, atau
 - 3) A dan B sama-sama disukai.
 Setiap individu diasumsikan tidak bingung dalam menentukan pilihan mengacu dasar ini sebab setiap orang tahu mana yang baik dan mana yang buruk, dengan demikian, selalu bisa menjatuhkan pilihan diantara dua alternatif.
- b. Transitivitas (*transitivity*)
Transitivitas (*transitivity*) yaitu jika seseorang menyatakan lebih menyukai A daripada B, dan lebih menyukai B daripada C, maka orang tersebut harus lebih menyukai A daripada C. Dengan demikian, seseorang tidak bisa mengartikulasikan preferensi yang saling bertentangan.
- c. Kontinuitas (*continuity*)
Kontinuitas (*continuity*) yaitu jika seseorang menyatakan lebih menyukai A daripada B ini berarti dalam segala kondisi di bawah pilihan A tersebut disukai daripada kondisi di bawah pilihan B.
Dengan demikian, diasumsikan preferensi tiap orang akan mengikuti dasar di atas. Setiap orang akan selalu dapat membuat atau menyusun ranking pada semua situasi ataupun kondisi mulai dari yang paling disukai hingga yang paling tidak disukai dari berbagai macam barang dan jasa yang tersedia.

B. Preferensi Menabung Menurut Ekonomi Islam

Tabungan dalam Islam jelas merupakan sebuah konsekuensi atau respon dari prinsip ekonomi Islam dan nilai moral Islam, yang menyebutkan bahwa manusia haruslah hidup hemat dan tidak bermewah-mewah serta mereka (diri sendiri dan keturunannya) dianjurkan ada dalam kondisi yang tidak fakir. Jadi dapat dikatakan bahwa motivasi utama orang menabung adalah nilai moral hidup sederhana (hidup hemat) dan keutamaan tidak fakir.

Dalam bahasan tabungan pada ilmu ekonomi konvensional, dijelaskan bahwa tabungan merupakan selisih dari pendapatan dan konsumsi. Tanpa dijelaskan secara detil apa yang menjadi motivasi dari tabungan tersebut. Dalam teori konvensional ini, relatif terlihat bahwa tabungan merupakan sebuah konsekuensi dari pendapatan yang tidak digunakan. Sehingga fungsi tambahan menabung atau kecenderungan menabung marjinal (*marginal propensity to save; MPS*) menjadi $MPS = 1 - MPC$, dimana MPC merupakan kecenderungan mengkonsumsi marjinal (*marginal propensity to consume*) dari seorang individu.

Pada ekonomi konvensional, konsumen cenderung memilih untuk memperoleh kepuasan (*utility*) dalam kegiatan konsumsinya. Sedangkan berbeda dengan ekonomi Islam, dimana yang menjadi tujuan dari kegiatan konsumsinya adalah kecenderungan untuk mendapatkan kemaslahatan. Kandungan masalah tersebut terdiri dari manfaat dan berkah, dimana manfaat terdiri dari (Al-Arif, 2011 : 156 - 157) :

- (1) Manfaat material, adalah berupa diperolehnya tambahan harta atau kekayaan bagi konsumen sebagai akibat pembelian suatu barang dan jasa. Manfaat fisik dan psikis, adalah berupa terpenuhinya kebutuhan fisik atau psikis manusia.
- (2) Manfaat fisik dan psikis, adalah terpenuhinya kebutuhan fisik atau psikis manusia.
- (3) Manfaat intelektual, adalah berupa terpenuhinya kebutuhan akal manusia ketika ia mengkonsumsi suatu barang atau jasa.
- (4) Manfaat terhadap lingkungan, adalah berupa eksternalisasi positif dari konsumsi suatu barang atau jasa yang dapat dirasakan oleh sekitarnya
- (5) Manfaat jangka panjang, adalah dengan terpenuhinya kebutuhan duniawi jangka panjang.

Sedangkan berkah akan hadir jika seluruh hal berikut dilakukan dalam aktivitas konsumsinya (Al – Arif, 2011 : 157), yaitu:

- (1) Barang atau jasa yang dikonsumsi bukan merupakan barang haram.
- (2) Tidak melakukan konsumsi yang berlebihan di luar kemampuan dan kebutuhan dirinya.
- (3) Aktivitas konsumsi yang dilakukan diniatkan untuk mendapatkan ridha Allah SWT.

Semakin tinggi frekuensi kegiatan yang bermasalah, maka semakin besar pula berkah yang akan diterima oleh pelaku konsumsi. Selain itu, berkah bagi konsumen juga berhubungan secara langsung dengan besarnya manfaat dari barang/jasa yang dikonsumsi. Hubungan tersebut bersifat interaksional, yakni berkah akan dirasakan besar untuk kegiatan yang menghasilkan manfaat yang besar pula, begitu juga sebaliknya. Hal ini dapat dituliskan, sebagai berikut: (P3EI, 2011 : 153)

$$M = F + B$$

Dimana : M = masalah

F = manfaat

B = berkah

Dalam kaitannya perilaku konsumen dengan preferensi diperlukan modifikasi terhadap formulasi masalah, sehingga menjadi:

$$M = F (1 + \beta i p) b^y$$

Dimana : M = masalah

F = manfaat

β = frekuensi kegiatan konsumsi

p = pahala per unit kegiatan

b = koefisien perhatian, besarnya adalah 0 dan 1

y = koefisien preferensi, dengan kisaran nilai : $0 < y < 2$

Dari formulasi di atas dapat ditunjukkan bahwa ketika konsumen peduli akan masalah, maka konsumen akan memberikan perhatian sepenuhnya terhadap hal hal yang berkaitan dengan pencapaian masalah dan sebaliknya apabila konsumen tidak peduli akan masalah, maka konsumen akan memberikan perhatian yang sedikit atau tidak sama sekali terhadap adanya masalah dalam kegiatan konsumsinya.

Perbedaan perilaku konsumen muslim dengan konsumen konvensional:

1. konsumen muslim memiliki keunggulan bahwa harta yang mereka peroleh semata mata untuk memenuhi kebutuhan individual (materi) tetapi juga kebutuhan social (spiritual).
2. Selain itu islam memandang harta bukan sebagai tujuan, tapi juga sebagai alat untuk memupuk pahala demi tercapainya falah (kebahagiaan dunia dan akhirat). Harta merupakan pokok kehidupan Surat An-Nisa (4) : 5, yang merupakan karunia Allah surat an-Nisa(4):32. Islam memandang segala yang ada di bumi dan seisinya hanyalah milik Allah, sehingga apa yang dimiliki adalah amanah.
3. Dalam perspektif konvensional, harta merupakan hak pribadi, asalkan tidak melanggar hukum atau undang undang, maka harta merupakan hak penuh pemilikinya.

Fungsi Konsumsi Intertemporal dalam Konvensional Konsumsi Intertemporal dalam ekonomi konvensional Menurut Karim (2002;65-66) yang dimaksud dengan konsumsi intertemporal (dua periode) adalah konsumsi yang dilakukan dalam dua waktu yaitu masa sekarang (periode pertama) dan masa yang akan datang(periode kedua). Menurut Mankiw (2000;403-409) untuk mempermudah kajian yang dihadapi konsumen yang hidup selama dua periode.

Konsumsi Intertemporal dalam Ekonomi Islam Monzer Kahf berusaha mengembangkan pemikiran konsumsi intertemporal islami dengan memulai membuat asumsi sebagai berikut :

- a. Islami dilaksanakan oleh masyarakat
- b. Zakat hukumnya wajib
- c. Tidak ada riba dalam perekonomian
- d. Mudharabah merupakan wujud perekonomian

Pelaku ekonomi mempunyai perilaku memaksimalkan konsep konsumsi intertemporal dijelaskan oleh hadits Nabi Muhammad SAW yakni : “Tidak ada sedikit pun diantara yang kami punyai (yakni harta dan penghasilan) benar-benar jadi milikmu kecuali yang kamu makan dan gunakan habis, yang kamu pakai dan kamu tanggalkan, dan yang kamu belanjakan untuk kepentingan bersedekah, yang imbalan pahalanya kamu simpan untukmu”. (H.R. Muslim dan Ahmad).

Maknanya yaitu yang kamu miliki adalah apa yang telah kamu makandan apa yang telah kamu infakkan. Secara makro Islam, perekonomian terdiri dari dua karakteristik yang berbeda, yaitu muzakki dan mustahiq. Muzakki adalah golongan pembayar zakat. Sedangkan, mustahiq adalah golongan penerima zakat. Dua golongan ini mempunyai model konsumsi yang berbeda. Golongan pertama, final spendingnya adalah Cz (total konsumsi muzakki) dikurangi Zy (zakat pendapatan), In (infak), Sh (Shadaqah), dan Wf (Wakaf). Golongan kedua, final spendingnya adalah Z (zakat yang diterima) atau Y (pendapatan) ditambah Z. Jika dibuat persamaan adalah sebagai berikut.

$$FS = Cz - (Zy + In + Sh + Wf) \dots(1)$$

$$FS = Z \dots(2)$$

$$FS = Y + Z \dots(3)$$

FS= Final Spending (konsumsi terakhir) Persamaan (2) adalah model konsumsi bagi mustahiq kategori fakir, ibnussabil, dan fisabilillah. Tiga kategori ini tidak memiliki pendapatan sehingga Co (konsumsi primer)nya sama dengan zakat yang diterima. Sedangkan persamaan (3) adalah model konsumsi bagi mustahiq kategori miskin. Kategori ini memiliki pendapatan tetapi tidak mencukupi untuk memenuhi kebutuhannya sehingga harus dipenuhi oleh zakat. Dari uraian di atas, dapat disimpulkan bahwa zakat yang diterima oleh mustahiq menentukan tingkat konsumsinya. Sedangkan bagi muzakki, zakat akan mengurangi final spending-nya. Tetapi hal itu dirasa tidak memberatkan karena faktor keimanan para muzakki tersebut di mana konsumsi mereka terpenuhi.

C. Teori Perilaku Konsumen Prespektif Ekonomi

Prilaku konsumen didefinisikan sebagai studi tentang unit pembelian (*buying units*), dan proses pertukaran yang melibatkan perolehan, konsumsi, dan pembuangan barang, jasa, pengalaman, serta ide-ide (Salim, 2002). Sedangkan menurut James F. Engel, perilaku konsumen didefinisikan sebagai aktivitas yang secara langsung terdiri dari unsur perolehan, mengonsumsi, membuang barang dan jasa, serta mencakup proses kepuasan yang mendahului dan mengikuti tindakan-tindakan tersebut.

Teori-teori ekonomi didasarkan pada asumsi-asumsi tertentu, salah satunya adalah asumsi rasionalitas. Demikian pula dengan teori perilaku konsumen yang memiliki asumsi rasionalitas. Asumsi rasionalitas dalam perilaku konsumen yaitu asumsi bahwa konsumen senantiasa berusaha menggunakan pendapatannya, yang jumlahnya terbatas untuk memperoleh kombinasi barang-barang dan jasa-jasa konsumsi yang dianggap memberikan kepuasan maksimum (Reksoprayitno, 2011).

Penjelasan mengenai perilaku konsumen yang paling sederhana didapati dalam hukum permintaan, yang mengatakan bahwa apabila harga suatu barang naik dan *ceteris paribus*, maka jumlah yang diminta konsumen akan barang tersebut turun, dan sebaliknya bila harga tersebut turun. *Ceteris paribus* berarti bahwa semua faktor-faktor lain yang mempengaruhi jumlah yang diminta dianggap tidak berubah. Terdapat dua pendekatan untuk menerangkan mengapa konsumen berperilaku seperti yang dinyatakan oleh hukum permintaan, yaitu pendekatan utilitas marginal dan pendekatan kurva indeverensi.

a) Utilitas Marginal (Kardinal)

Utilitas marginal disebut juga nilai guna yaitu kepuasan seseorang dari mengonsumsi barang-barang (Laily dan Pristyadi, 2013). Untuk menjelaskan perilaku konsumen dalam memenuhi kepuasannya digunakan anggapan :

1) Utiliti dapat diukur dengan uang atau satuan lain.

2) Berlaku hukum Gossen (Law of Diminishing Marginal Utility), yaitu : semakin banyak sesuatu barang dikonsumsi, maka tambahan kepuasan (marginal utility) yang diperoleh dari setiap tambahan yang dikonsumsi akan menurun.

3) Konsumen selalu berusaha mencapai kepuasan total yang maksimum.

Pendekatan kardinal didasarkan pada asumsi bahwa tingkat kepuasan yang diperoleh konsumen dari mengonsumsi barang dapat diukur dengan satuan tertentu seperti rupiah, jumlah, unit atau buah dan lain-lain. Semakin besar jumlah barang yang dapat dikonsumsi maka semakin tinggi tingkat kepuasannya. Konsumen yang rasional akan berusaha untuk memaksimalkan kepuasannya pada tingkat pendapatan yang dimilikinya. Besarnya nilai kepuasan akan sangat bergantung pada individu (konsumen) yang bersangkutan.

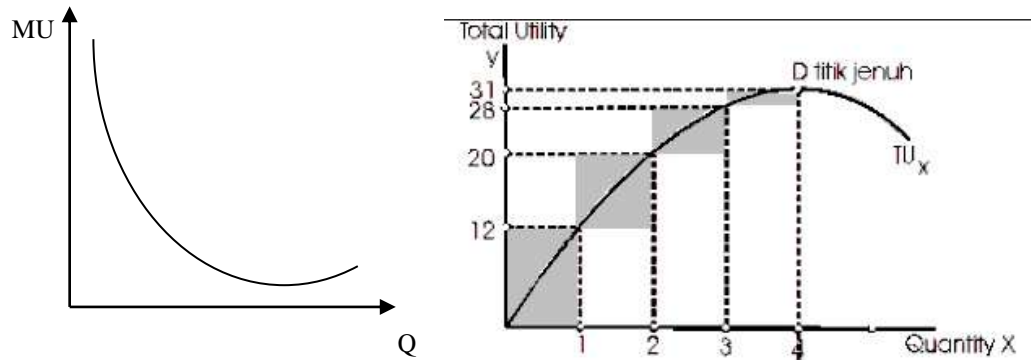
Konsumen dapat mencapai kondisi equilibrium atau mencapai kepuasan yang maksimum apabila dalam membelanjakan pendapatannya mencapai kepuasan yang sama pada berbagai barang. Tingkat kepuasan konsumen terdiri dari dua konsep yaitu kepuasan total (total utility) dan kepuasan tambahan (marginal utility). Kepuasan total adalah kepuasan menyeluruh yang diterima oleh individu dari mengonsumsi sejumlah barang atau jasa. Sedangkan kepuasan tambahan adalah perubahan total per unit dengan adanya perubahan jumlah barang atau jasa yang dikonsumsi.

Berikut adalah perbedaan antara kepuasan total dan kepuasan tambahan yang diperoleh konsumen saat mengonsumsi barang lewat contoh numerik dan gambar pada tabel 2.1 berikut ini.

Tabel 2.1 Kepuasan Total dan Kepuasan Tambahan Yang Diperoleh Konsumen Saat Mengonsumsi Barang

Q_a	TU_a
0	0
1	12
2	20
3	28
4	31

Bentuk dari kurva MU dan TU adalah sebagai berikut



b) Kurva indifferensi (Ordinal)

Pendekatan ordinal mengasumsikan bahwa konsumen mampu meranking/membuat urutan-urutan kombinasi barang yang akan dikonsumsi berdasarkan kepuasan yang akan diperolehnya tanpa harus menyebutkan secara absolut. Pendekatan ordinal digunakan dengan menggunakan analisis kurva indifferensi.

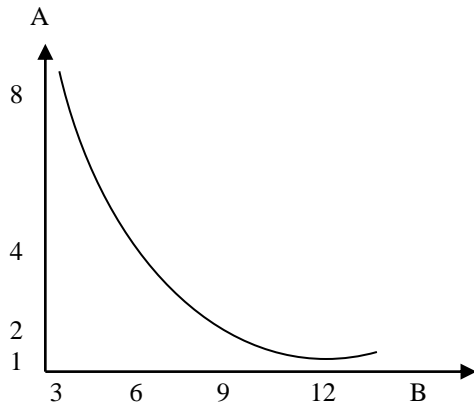
Kurva indifferensi adalah kurva yang menunjukkan berbagai titik-titik kombinasi dua barang yang memberikan kepuasan yang sama. Mengukur kepuasan konsumen dengan pendekatan kurva indifferensi didasarkan pada 4 (empat) asumsi, yakni:

- Konsumen memiliki pola preferensi akan barang-barang konsumsi yang dinyatakan dalam bentuk peta indifferensi.
- Konsumen memiliki dana dalam jumlah tertentu.
- Konsumen selalu berusaha untuk mencapai kepuasan maksimum.
- Semakin jauh dari titik origin, maka kepuasan konsumen semakin tinggi

Kurva indifferensi memiliki karakteristik atau ciri-ciri umum sebagai berikut:

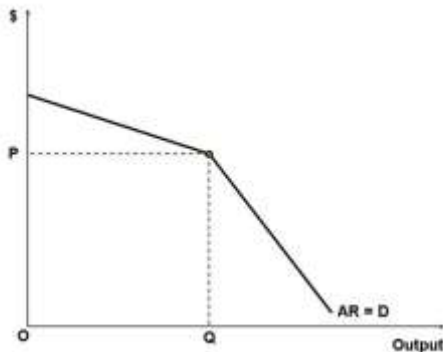
1. Memiliki kemiringan yang negatif Bila jumlah suatu barang dikurangi maka jumlah barang yang lain harus ditambah agar dapat memperoleh tingkat kepuasan yang sama.
2. Tidak dapat berpotongan Perpotongan antara dua kurva indifferensi tidak mungkin terjadi.
3. Cembung terhadap titik origin.

Berikut adalah contoh kurva indifferents



C. Kinked Demand Curve (Kurva Permintaan Bengkok)

Pasar oligopoli model kurva patah diformulasikan oleh Sweezy. Dalam model ini keseimbangan perusahaan ditentukan pada waktu garis permintaan yang dihadapi produsen patah. Karena pada tingkat ini berarti MR yang dihadapi produsen sama besar dengan MC-nya, memang secara umum dapatlah diutarakan bahwa kurva MR dapat berpotongan dengan kurva MC di mana saja pada bagian kurva MR yang patah. Hal ini bermakna bahwa adanya perubahan struktur biaya produksi tidak akan berpengaruh terhadap tingkat output dan harga keseimbangan perusahaan. Berbentuk patah kurva permintaan yang dihadapi oligopolis ini mencerminkan perilaku oligopolis di pasar, yaitu apabila ia menurunkan tingkat harga jual, maka ia mengharapkan produsen pesaingnya akan mengikuti kebijaksanaannya. Akan tetapi kalau ia menaikkan harga jual maka produsen pesaingnya tidak akan mengikuti kebijaksanaan. Bentuk kurva permintaan yang patah adalah manifestasi dari adanya ketidakpastian oligopolis terhadap perkiraan perusahaan pesaing apabila ia menurunkan tingkat harga jual. Model ini dapat digunakan untuk menjelaskan mengapa dalam pasar oligopoli tingkat harga output yang terjadi di pasar cenderung tetap tidak berubah-ubah.



Menurut Sweezy, ciri reaksi oligopolis jika terjadi perubahan harga adalah jika suatu oligopolis menurunkan harga maka oligopolis cenderung juga akan menurunkan harga karena tidak mau kehilangan konsumen dan jika oligopolis menaikkan harga maka akan kehilangan konsumen karena oligopolis lain tidak menaikkan harga dan akan mendapat tambahan konsumen dengan tanpa melakukan reaksi apapun. Hal ini menyebabkan kurva permintaan yang dihadapi oligopolis merupakan kurva yang patah (kinked demand curve).

Karakteristik pasar oligopoly :

1. Hanya terdapat sedikit perusahaan dalam industry.

2. Produknya homogen atau terdiferensiasi.
3. Pengambilan keputusan yang saling mempengaruhi.
4. Kompetisi non harga.

Penyebab terbentuknya pasar oligopoly :

Efisiensi skala besar di dalam efisiensi teknis (teknologi) dan efisiensi ekonomi (biaya produksi). Profit hanya bisa tercipta apabila perusahaan mampu mencapai tingkat efisiensi. Efisiensi teknis menyangkut pada penggunaan teknologi dalam proses produksi. Kemampuan produsen dalam menempatkan sumber daya secara optimal. Efisiensi ekonomi menyangkut pada biaya produksi. Bagaimana mengatur biaya pada komposisi yang tepat sehingga harga yang dipasarkan merupakan harga yang bisa diterima pasar dan produsen.

D. Teori Perilaku Konsumen Prespektif Pemasaran

Dalam memahami perilaku konsumen, salah satunya yaitu dengan preferensi. Preferensi atau pilihan konsumen ini dapat diukur dengan *utilitas* (kepuasan). Seorang konsumen akan memilih manakah yang akan memberikan tingkat kepuasan maksimum. Kepuasan konsumen ini dipengaruhi oleh beberapa faktor. Menurut Lupiyoadi pada Handayani (2015), kepuasan konsumen akan dipengaruhi oleh:

1. Kualitas produk, konsumen akan puas bila suatu produk dan jasa berkualitas.
2. Harga, konsumen akan lebih puas bila mendapat produk yang memiliki harga murah dengan kualitas yang sama dengan pilihan lain.
3. Kualitas pelayanan atau jasa, konsumen akan lebih puas bila produsen memberikan pelayanan yang lebih baik kepada konsumen.
4. Emosi, konsumen merasa bangga dan mendapat kepercayaan saat mengkonsumsi suatu produk tertentu yang cenderung memiliki tingkat kepuasan yang lebih.
5. Biaya, konsumen tidak perlu mengeluarkan biaya tambahan atau tidak perlu membuang waktu untuk memperoleh suatu produk, dan akan cenderung puas.

E. Perbankan di Indonesia Lembaga Keuangan Bank

Salah satu lembaga keuangan yang ada di masyarakat adalah bank. Pada perekonomian saat ini masyarakat mengenal bank umum yang dijalankan dan dimiliki oleh negara maupun swasta, sedangkan dari beberapa bank tersebut terdapat bank central yang berfungsi mengatur dan mengawasi kinerja bank-bank tersebut dan membantu mencapai tujuan-tujuan ekonomi dalam perekonomian sebuah negara.

Perbankan merupakan inti dari sistem keuangan pada setiap negara, bank sebagai lembaga keuangan menjadi tempat bagi perusahaan badan pemerintah dan swasta maupun perorangan untuk menyimpan dananya melalui kegiatan menabung dan berbagai jasa yang diberikan, bank melayani kebutuhan pembiayaan serta melancarkan mekanisme sistem pendanaan bagi semua sektor.

Bank juga berperan sebagai pemasok dari sebagian besar uang beredar yang digunakan sebagai alat pembayaran sehingga kebijaksanaan moneter dapat berjalan dengan baik. Hal tersebut menunjukkan bahwa bank merupakan suatu lembaga keuangan yang sangat penting dalam kegiatan perekonomian dan perdagangan, peran tersebut telah dibuktikan oleh bank-bank di Indonesia dalam keikutsertaan menabung ekonomi nasional selama ini.

Jenis Bank di Indonesia

Dalam Undang-Undang Perbankan No. 7 Th 1992 jenis bank ada 2 macam (Kasmir : 218) yaitu Bank Umum dan Bank Perkreditan Rakyat (BPR). Pengertian dari kedua jenis bank tersebut tercantum dalam pasal (1) dan (2) yaitu:

“Bank umum adalah bank yang dapat memberikan jasa dalam lalu lintas pembayaran, sedangkan bank perkreditan rakyat adalah bank yang menerima simpanan hanya dalam

bentuk deposito berjangka, tabungan dan dalam bentuk lainnya yang dipersamakan dengan itu”.

Menurut (Kasmir, 2008:34) adapun jenis perbankan ini dapat ditinjau dari berbagi segi.

1. Dilihat dari fungsinya yaitu:

a) Bank Umum

Bank umum menurut Peraturan Bank Indonesia No. 9/7/PBI/2007 adalah bank yang melaksanakan kegiatan usaha secara konvensional dan atau berdasarkan prinsip syariah yang dalam kegiatannya memberikan jasa dalam lalu lintas pembayaran.

b) Bank Pengkreditan Rakyat

Bank Pengkreditan Rakyat adalah bank yang melaksanakan kegiatan usaha secara konvensional atau berdasarkan prinsip syariah yang dalam kegiatannya tidak memberikan jasa dalam lalu lintas pembayaran. Kegiatan Bank Pengkreditan Rakyat jauh lebih sempit jika dibandingkan dengan kegiatan bank umum.

c) Bank Sentral

Fungsi bank sentral di Indonesia di pegang oleh Bank Indonesia (BI), Bank Sentral tidak termasuk kedalam Undang-Undang Republik Indonesia No.10 tahun 1998 tentang Perbankan. Hal ini dikarenakan pada prinsip Bank Indonesia merupakan lembaga negara yang turut berfungsi mengawasi pelaksanaan Undang-Undang tersebut, yaitu dalam kapasitasnya selaku pembinaan dan pengawas bank. Bank sentral bersifat tidak komersial seperti halnya bank umum dan bank pengkreditan rayat.

2. Dilihat dari segi menentukan harga

a) Bank yang berdasarkan prinsip konvensional

Mayoritas bank yang berkembang di Indonesia dewasa ini adalah bank yang berorientasi pada prinsip konvensional. Dalam mencari keuntungan dan menentukan harga kepada nasabahnya, bank yang berdasarkan prinsip konvensional menggunakan dua metode, yaitu:

1. Menetapkan bunga sebagai harga, baik untuk produk simpanan seperti giro, tabungan maupun deposito. Demikian pula dengan harga untuk produk pinjaman (kredit) juga ditentukan berdasarkan tingkat suku bunga tertentu. Penentuan harga ini dikenal dengan istilah *based*.
2. Untuk jasa-jasa bank lainnya pihak perbankan barat menggunakan atau menerapkan berbagai biaya-biaya dalam nominal atau presentase tertentu. Sistem pengenaan biaya ini dikenal dengan istilah *fee based*.

b) Bank yang berdasarkan prinsip syariah

Bagi bank yang berdasarkan prinsip syariah dalam penentuan harga produknya sangat berbeda dengan bank yang berdasarkan prinsip konvensional. Bank yang berdasarkan hukum Islam antara bank dengan pihak lain untuk menyimpan dana atau pembiayaan usaha atau kegiatan perbankan lainnya. Dalam menentukan harga atau mencari keuntungan bagi bank yang berdasarkan prinsip syariah adalah sebagai berikut:

1. Pembiayaan berdasarkan prinsip bagi hasil (*mudharabah*).
2. Pembiayaan berdasarkan prinsip penyertaan modal (*musyarakah*).
3. Prinsip jual beli barang dengan memperoleh keuntungan (*murabahah*).
4. Pembiayaan barang modal berdasarkan sewa murni tanpa pilihan (*ijarah*).
5. Pemindahan kepemilikan atas barang yang disewa dari pihak bank oleh pihak lain (*ijarah wa iqtina*).

Perbedaan antara bank umum konvensional dan bank umum syariah selain dalam penentuan harga yang sudah dijelaskan di atas, dapat juga dilihat pada tabel 2.2 berikut ini.

Tabel 2.2 Perbedaan Bagi Hasil dan Bunga

No	Bagi Hasil	Bunga
1	Penentuan besarnya rasi/nisbah bagi hasil dibuat pada waktu akad dengan berpedoman pada kemungkinan untung rugi	Penentuan bunga dibuat pada waktu akad dengan asumsi harus selalu untung
2	Besarnya rasio bagi hasil berdasarkan pada jumlah keuntungan yang diperoleh	Besarnya persentase berdasarkan pada jumlah uang/modal yang dipinjamkan
3	Bagi hasil tergantung pada keuntungan proyek yang dijalankan. Bila usaha rugi, kerugian akan ditanggung bersama oleh kedua belah pihak	Pembayaran bunga tetap seperti yang dijanjikan tanpa pertimbangan apakah proyek yang dijalankan oleh pihak nasabah untung atau rugi
4	Jumlah pembagian laba meningkat sesuai dengan peningkatan jumlah pendapatan	Jumlah pembayaran bunga tidak meningkat sekalipun jumlah keuntungan berlipat atau keadaan ekonomi sedang "booming"
5	Tidak ada yang meragukan keabsahan bagi hasil	Eksistensi bunga diragukan (kalau tidak dikecam) oleh semua agama termasuk Islam

Sumber : Antonio, 2001:61

Kegiatan Operasional Bank Konvensional

Dalam menjalankan usahanya sebagai lembaga keuangan, kegiatan bank tidak akan lepas dari bidang keuangan. Kegiatan perbankan secara sederhana adalah sebagai tempat melayani segala kebutuhan para nasabahnya, hal ini sesuai dengan kegiatan utama suatu bank, yaitu menghimpun dana melalui simpanan dan kemudian menyalurkan dana kepada masyarakat umum melalui kredit atau pinjaman.

Menurut Kasmir (2003:30) kegiatan bank umum secara lengkap adalah sebagai berikut:

1. Menghimpun dana (*funding*).
Kegiatan menghimpun dana merupakan kegiatan membeli dana dari masyarakat. Kegiatan membeli dana dapat dilakukan dengan cara menawarkan berbagai jenis simpanan yaitu giro, tabungan dan deposito.
2. Menyalurkan dana (*lending*)
Menyalurkan dana merupakan kegiatan menjual dana yang berhasil dihimpun dari masyarakat. Penyaluran dana yang dilakukan oleh bank melalui pemberi pinjaman.
3. Memberikan jasa-jasa bank lainnya (*service*)
Jasa-jasa bank lainnya merupakan kegiatan penunjang untuk mendukung kelancaran kegiatan menghimpun dan menyalurkan dana. Jasa-jasa bank yang ditawarkan

Karakteristik Perbankan Syariah

Menurut Undang-Undang no 10 tahun 1998 tentang perubahan Undang-Undang No.7 tahun 1992 tentang Perbankan, disebutkan Bank Syariah adalah Bank Umum yang melaksanakan kegiatan usaha berdasarkan prinsip syariah dalam kegiatan memberikan jasa dalam lalu lintas pembayaran. Menurut Muhammad (2005:78) dalam menjalankan aktivitasnya bank Syariah menganut prinsip-prinsip sebagai berikut:

1. Prinsip keadilan
Dengan sistem operasional berdasarkan "*profit and loss sharing system*", bank syariah memiliki kekuatan tersendiri yang berbeda dengan bank konvensional. Perbedaan ini nampak jelas bahwa dalam sistem bagi hasil terkadang dimensi keadilan dan pemerataan. Apabila merujuk pada strategi keunggulan bersaing, maka sistem bagi hasil merupakan strategi diferensiasi yang

menjadi kekuatan tersendiri bagi lembaga yang berangkutan untuk memenangkan persaingan yang kompetitif.

2. Prinsip Kesederajatan

Bank Syariah menempatkan nasabah penyimpan dana, nasabah pengguna, maupun bank pada kedudukan yang sama dan sederajat. Hal ini tercermin dalam hak, kewajiban, resiko, dan keuntungan yang berimbang antara nasabah penyimpan dana, nasabah pengguna dana, maupun bank. Dengan sistem bagi hasil yang diterapkan, bank syariah mensyaratkan adanya hubungan kemitraan nasabah.

3. Prinsip Ketentraman

Sebagai lembaga ekonomi, tujuan pendirian bank syariah adalah menciptakan keseimbangan sosial ekonomi masyarakat agar mencapai ketentraman. Karena itu, produk-produk bank syariah harus mencerminkan atau sesuai dengan prinsip dan kaidah muamalah Islam.

F. Perbankan Syariah

Pengertian Perbankan Syariah

Bank Syariah adalah suatu bentuk dari bank modren yang didasarkan pada hukum Islam, yang dikembangkan pada abad pertengahan Islam dengan menggunakan konsep bagi resiko sebagai sistem utama dan meniadakan sistem keuangan yang didasarkan pada kepastian dan keuntungan yang telah ditentukan sebelumnya (Schaik : 2015)

Undang-Undang Perbankan Syariah No 21 Tahun 2008 menyatakan bahwa:

“Perbankan syariah adalah segala sesuatu yang menyangkut tentang bank syariah dan unit usaha syariah, mencakup kelembagaan, kegiatan usaha, serta cara dan proses dalam melaksanakan kegiatan usahanya. Bank Syariah terdiri atas bank umum syariah (BUS), unit usaha syariah (UUS), dan bank pembiayaan rakyat syariah (BPRS)”.

Dalam upaya penyempurnaan lembaga perbankan syariah pada tahun 2008, dikeluarkan UU. No. 21 tahun 2008 tentang Perbankan Syariah. Sejak itu pertumbuhan perbankan syariah dari tahun ke tahun yang mengalami bertumbuhan secara signifikan. Secara ilustrasi, tabel 2.1 menggambarkan evolusi perbankan syariah di Indonesia

Tabel 2.3 Evolusi Perbankan Syariah di Indonesia

Tahun	Perkembangan Bank Syariah	Keterangan
1990	Kesadaran implementasi ekonomi Islam	Gerakan dan kesepahaman untuk mendirikan Bank Islam
1992	Dual banking system	Terbitnya UU. no 7 tahun 1992. diizinkan pendirian Bank Syariah
1998	Penguatan dual banking system	Terbitnya UU. No. 10 tahun 1998. Landasan kelembagaan dan operasional Bank Syariah
1999	Pengesahan fungsi BI	Terbitnya UU. No. 23 tahun 1999. BI juga bertanggung jawab pada Bank Syariah
2003	Keluarnya fatwa haram komersial bunga bank oleh MUI	-
2008	Pengukuhan kehadiran Bank Islam	Terbitnya UU. No. 21 tahun 2008 tentang Perbankan Syariah

Jenis Simpanan di Bank Syariah

Seorang yang ingin menabung di bank syariah dapat memilih antara akad *al-wadi'ah* atau *al-mudharabah*. Meskipun jenis produk tabunga di bank syariah mirip dengan bank konvensional, yaitu

giro, tabungan dan deposito. Namun dalam bank syariah terdapat perbedaan-perbedaan seperti yang dijelaskan berikut ini (Karim, 156-158) :

a. Giro

Pada umumnya bank syariah menggunakan akad *wadi'ah* pada rekening giro. Nasabah yang membuka rekening giro berarti melakukan akad *wadi'ah* (titipan). Karena sifat titipan yang dapat diambil sewaktu-waktu sehingga secara asasi bank tidak bisa menggunakannya. Pada prinsip giro berdasarkan *wadi'ah* ini tidak mendapatkan keuntungan, bahkan seharusnya nasabah membayar kepada bank karena telah percaya kepada bank untuk menyimpannya agar aman. Akan tetapi, tidak menutup kemungkinan bank memberikan bonus/hadiah kepada pemilik giro, namun tidak disebutkan di awal karena jika dilakukan akan sama dengan bunga.

b. Tabungan

Bank syariah menetapkan dua akad dalam tabungan, yaitu, *wadi'ah* dan *mudharabah*. Tabungan berdasarkan prinsip *wadi'ah* tidak mendapat keuntungan dari bank karena sifatnya titipan. Tabungan dapat diambil sewaktu-waktu melalui *teller* maupun ATM.

c. Deposito

Deposito Syariah adalah produk simpanan berjangka yang dikelola berdasarkan prinsip Islam atau syariah. Maksud dari menggunakan prinsip syariah ialah produk deposito ini dikelola menggunakan prinsip *Mudharabah Muthlaqah* yang ditujukan untuk nasabah perorangan atau perusahaan. Perbedaan Deposito Syariah dan Deposito Konvensional (non-syariah) yaitu terdapat pada tata cara pengelolaan uangnya yang berdasarkan akad syariah atau nilai-nilai Islam. Salah satu contoh dalam praktik bank syariah yaitu pihak bank akan menawarkan zakat, apabila zakat disetujui oleh nasabah maka keuntungan dari deposito tersebut akan terpotong otomatis untuk zakat sebesar 2,5%.

Tujuan dan Fungsi Bank Syariah

Bank syariah adalah lembaga keuangan yang menjalankan perannya untuk menjadi lembaga intermediasi antara pemilik modal dan pengusaha. Untuk itu hadirnya bank Syariah dianggap sangat mempunyai peranan penting dalam pergerakan pertumbuhan ekonomi. Adapun tujuan normatif dibentuknya lembaga keuangan syariah sebagai berikut:

1. mengarahkan kegiatan ekonomi umat untuk bermuamalah secara islam, khususnya muamalah yang berhubungan dengan perbankan, agar terhindar dari praktek-praktek riba atau jenis-jenis usaha/perdagangan lain yang mengandung unsur *gharar* (penipuan) dimana jenis-jenis usaha tersebut selain dilarang dalam Islam, juga dapat menimbulkan dampak negatif terhadap ekonomi umat.
2. Untuk menciptakan suatu keadilan di bidang ekonomi, dengan jalan meratakan pendapatan melalui kegiatan investasi, agar tidak terjadi kesenjangan yang amat besar antara pemilik modal dengan yang membutuhkan dana.
3. Untuk meningkatkan kualitas hidup umat, dengan jalan membuka peluang berusaha yang lebih besar terutama kepada kelompok miskin yang diarahkan kepada kegiatan yang bersifat produktif dengan berwirausaha.
4. Untuk membantu menanggulangi kemiskinan, dengan jalan pembinaan nasabah seperti pembinaan pengusaha produsen, pembinaan pedagang perantara, program pembinaan konsumen, dan program pengembangan usaha bersama.
5. Untuk menjaga kestabilan ekonomi/moneter pemerintah.
6. Untuk menyelamatkan ketergantungan umat Islam terhadap bank konvensional.

Menurut (Antonio, 2001) dalam Paradigma Akuntansi Islam, bank syariah memiliki fungsi sebagai berikut :

a. Manajemen Investasi

Bank Islam dapat melaksanakan fungsi ini berdasarkan kontrak *mudharabah* atau kontrak perwakilan. Dalam kontrak *mudharabah*, bank menerima prosentase keuntungan hanya dalam kasus hutang. Apabila terjadi kerugian, sepenuhnya menjadi resiko penyedia dana, sementara bank tidak ikut menanggungnya.

b. Investasi

Bank Islam menginvestasikan dana yang ditempatkan pada dunia usaha (baik secara modal maupun dana rekening investasi) dengan menggunakan alat investasi yang konsisten dengan syariah, contohnya yaitu: kontrak *al-mudharabah*, *al-murabahah*, *al-musarakah*, *ba'i as salam*, *al-ijarah*, dan lain-lain. Rekening investasi dapat dibagi menjadi tidak terbatas (*unrestricted mudharabah*) atau terbatas (*restricted mudharabah*).

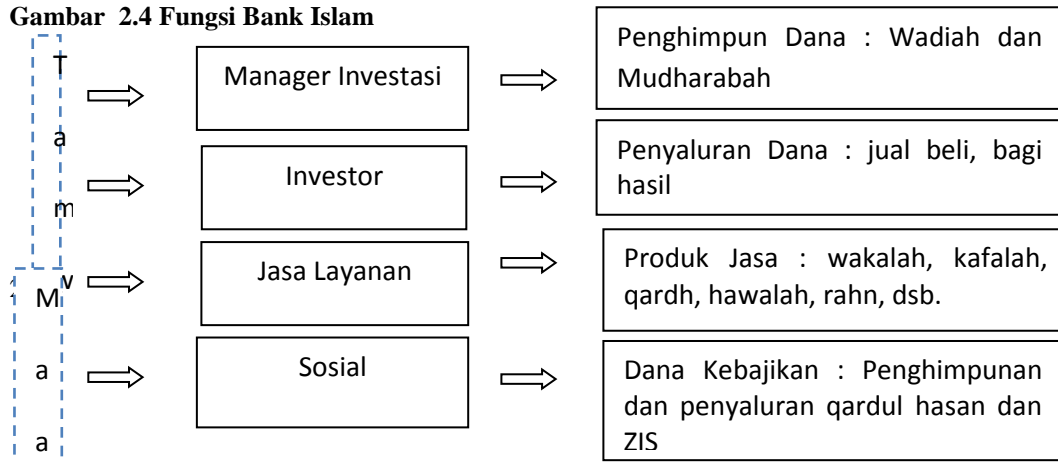
c. Jasa Layanan Keuangan

Bank Islam dapat juga menawarkan berbagai jasa keuangan lainnya berdasarkan upah (*fee based*) dalam sebuah kontrak perwakilan atau penyewaan. Contohnya: garansi, L/C, dan sebagainya.

d. Jasa Sosial

Konsep perbankan Islam mengharuskan bank Islam melaksanakan jasa sosial, bisa melalui dana *qardh* (pinjaman kebajikan), zakat, atau dana sosial yang sesuai dengan ajaran Islam. Lebih jauh lagi, konsep perbankan Islam memainkan peran dalam pengembangan sumber daya insani dan menyumbang dana bagi pemeliharaan serta pengembangan dana bagi pemeliharaan serta membangun lingkungan hidup. Berikut adalah gambar 2.4 menunjukkan fungsi bank dalam Islam

Gambar 2.4 Fungsi Bank Islam



Prinsip-Prinsip Perbankan Syariah

Lembaga Keuangan memiliki peran sebagai lembaga perantara (*intermediary*) antara unit-unit ekonomi yang mengalami kelebihan dana dengan unit-unit yang lain yang mengalami kekurangan dana. Kedudukan bank syariah sebagai perantara dapat diwujudkan dalam kegiatan yang menghimpun dana dari masyarakat dan menyalurkan kembali untuk masyarakat melalui berbagai produk yang ditawarkan.

Fungsi bank syariah secara garis besar tidak berbeda dengan bank konvensional, yakni sebagai lembaga intermediasi yang mengarahkan dana dari masyarakat dan menyalurkan kembali dana-dana tersebut kepada masyarakat yang membutuhkan dalam bentuk fasilitas pembiayaan. Perbedaan pokoknya terletak dalam jenis keuntungan yang diambil bank dari transaksi-transaksi yang dilakukan. Bila bank konvensional mendasarkan keuntungan dari pengambilan bunga, maka bank syariah dari apa yang disebut sebagai imbalan, baik sebagai jasa maupun *mark-up* atau *profit margin*, serta bagi hasil (*loss and profit sharing*).

Disamping menggunakan Hukum Islam dan membebaskan transaksi dari bunga (*interest fee*), aspek unik lainnya dari bank syariah dibandingkan dengan bank konvensional adalah diperbolehkannya Bank Syariah melakukan kegiatan-kegiatan usaha yang bersifat *multi-finance* dan perdagangan (*trading*). Hal ini berkenaan dengan sifat dasar transaksi Bank Syariah yang merupakan investasi dan jual beli serta sangat beragamnya pelaksanaan pembiayaan yang dapat dilakukan Bank Syariah, seperti pembiayaan dengan prinsip *murabahah* (jual beli), *ijarah* (sewa), atau *ijarah wa iqtina* (sewa beli) dan lain-lain.

Perbankan syariah tumbuh dan dikembangkan sebagai sebuah alternatif bagi praktik perbankan konvensional. Yang dikritik dari bank konvensional oleh konsep perbankan syariah, bukanlah menolak bank dalam fungsinya sebagai lembaga intermediasi keuangan, melainkan di dalam karakteristik-karakteristiknya yang lain. Misalnya masih terdapatnya unsur riba dalam praktik perbankan konvensional.

Dengan dilarangnya *riba*, *maysir*, *gharar* dan *bathil* dalam perbankan, maka sebagai gantinya dapat menerapkan akad-akad Islam pada praktik perbankan. Adapun akad-akad Islam atau yang lazimnya dikenal dengan akad berdasarkan prinsip syariah menurut Muhammad Syafi'i Antonio terdiri dari prinsip titipan atau simpanan (*al-wadiah*), bagi hasil (*profit-sharing*), sewa-menyewa (*operating lease and financial lease*), dan jasa (*fee-based service*) yaitu *al-wakalah*, *al-kafalah*, *al-hiwalah*, *ar-rahn*, *al-qardh*. Masing-masing akad tersebut sesuai karakteristiknya dapat diterapkan dalam operasional perbankan syariah dalam produk penghimpunan dana (*funding*), penyaluran dana (*lending*), dan produk jasa (*service*). Pada tabel 2.5 menjelaskan perbandingan produk-produk bank syariah dan bank konvensional.

Perbandingan Produk-Produk Bank Syariah dan Bank Konvensional

Nama Prinsip	Jenis Produk dan Akad Syariah	Penerapan dalam System Perbankan	Keterangan
Simpanan	<i>Al-Wadi'ah</i>	<i>Corrent Account</i> <i>Saving Account</i>	Dapat dikombinasi dengan prinsip Mudharabah dalam L/C dan kafalah untuk garansi
Bagi Hasil	<i>Al-Mudharabah</i> <i>Al-Musyarakah</i> <i>Al-Muzara'ah</i> <i>Al-Musaqah</i>	<i>Investmentt Account</i> <i>Saving Account</i> <i>Project Financing</i> <i>Project Financing</i> <i>Plantion Credit</i> <i>Financing</i>	
Pengambilan Keuntungan (<i>margin</i>)	<i>Bai Al-Murabahah</i> <i>Bai Baithaman Ajil</i> <i>Bai At-Takjiri</i> <i>Bai As-Salam</i> <i>Bai Al-Istishna</i>	<i>Trade Financing</i> <i>Latterof Credit</i> <i>Trading Financing</i>	
Sewa	<i>Ijarah</i> <i>Bai At-Takjiri</i> <i>Musyarakah</i> <i>Mutanaqisoh</i>	<i>Leasing</i> <i>Hire Purchase</i> <i>Decreasing</i> <i>Participation</i>	
Pengambilan Fee	<i>Al-Kafalah</i> <i>Al-Hiwalah</i> <i>Al-Jualah</i> <i>Al-Wakalah</i>	<i>Guarantee</i> <i>Debts Transfer</i> <i>Special Service</i> <i>Latter of Credit</i>	
Kebijakan (<i>Tabarru'</i>)	<i>Al-Qardh</i>	<i>Beneloventt Loan</i>	Biaya administrasi hanya dapat diambil untuk faktor-faktor yang menentukan terjadinya kontrak (notaris, materai dll)

Sumber: Antonio, 1992.

Berdasarkan peraturan Bank Indonesia No.6/24/PBI/2004, tentang Bank Umum yang melaksanakan kegiatan usaha berdasarkan prinsip syariah, menyebutkan bahwa bank wajib

menerapkan prinsip syariah dan prinsip kehati-hatian dalam melakukan kegiatan usahanya. Adapun bentuk usaha yang dijalankan oleh bank syariah itu sendiri meliputi:

1. Melakukan penghimpunan dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan investasi, antara lain:
 - a. Giro berdasarkan prinsip wadi'ah;
 - b. Tabungan berdasarkan prinsip wadi'ah dan/atau mudharabah; atau
 - c. Deposito berjangka berdasarkan prinsip mudharabah.
2. Melakukan penyaluran dana melalui:
 - a. Prinsip jual beli berdasarkan akad, antara lain:
 - a. *Murabahah*;
 - b. *Istisna*;
 - c. *Salam*.
 - b. Prinsip bagi hasil berdasarkan akad, antara lain:
 - a. *Mudharabah*;
 - b. *Musarakah*.
3. Melakukan pemberian jasa pelayanan perbankan dengan berdasarkan akad antara lain:
 - a. *Wakalah*;
 - b. *Hawalah*;
 - c. *Kafalah*;
 - d. *Rahn*.
4. Membeli, menjual, dan/atau menjamin atas resiko sendiri surat berharga pihak ketiga yang diterbitkan atas dasar transaksi nyata (*underlying transaction*) berdasarkan prinsip syariah;
5. Membeli surat berharga berdasarkan prinsip syariah yang diterbitkan oleh pemerintah dan/atau Bank Indonesia;
6. Menerbitkan surat berharga berdasarkan prinsip syariah;
7. Memindahkan uang untuk kepentingan sendiri dan/atau nasabah berdasarkan prinsip syariah;
8. Menerima pembayaran tagihan atas surat berharga yang diterbitkan dan melakukan perhitungan dengan atau antar pihak ketiga berdasarkan prinsip syariah;
9. Menyediakan tempat untuk menyimpan barang dan surat berharga berdasarkan prinsip *wadi'ah yad amanah*;
10. Melakukan kegiatan penitipan termasuk penatausahaannya untuk kepentingan pihak lain berdasarkan suatu kontrak dengan prinsip *wakalah*;
11. Memberikan fasilitas *letter of credit (L/C)* berdasarkan prinsip syariah;
12. Memberikan fasilitas garansi berdasarkan prinsip syariah;
13. Melakukan kegiatan usaha kartu debit, *charge card* berdasarkan prinsip syariah;
14. Melakukan kegiatan wali amanat berdasarkan akad *wakalah*;
15. Melakukan kegiatan lain yang lazim dilakukan bank sepanjang disetujui oleh Bank Indonesia dan mendapatkan fatwa Dewan Syariah Nasional.
Selain melakukan kegiatan usaha sebagaimana disebutkan di atas, bank dapat pula :
 1. Melakukan kegiatan dalam valuta asing berdasarkan prinsip *sharf*;
 2. Melakukan kegiatan penyertaan modal pada bank atau perusahaan lain di bidang keuangan berdasarkan prinsip syariah seperti sewa guna usaha, modal ventura, perusahaan efek, asuransi serta lembaga kliring penyelesaian dan penyimpanan.
 3. Melakukan kegiatan penyertaan modal sementara berdasarkan prinsip syariah untuk mengatasi akibat kegagalan pembiayaan dengan syarat harus menarik kembali penyertaannya dengan ketentuan sebagaimana ditetapkan oleh Bank Indonesia; dan
 4. Bertindak sebagai penghimpun dana pensiun dan pengurus dana pensiun berdasarkan prinsip syariah sesuai dengan ketentuan dalam perundang-undangan dana pensiun yang berlaku.

Pengembangan Produk Bank Syariah

Bank syariah sebagai sebuah entitas bisnis Islami menjadikan nilai dan hukum Islam sebagai panduan dalam hal apapun, termasuk dalam menciptakan produk dan akad yang digunakan. Dalam aplikasi operasionalnya bank Islam didasarkan pada prinsip jual beli dan bagi hasil sesuai dan prinsip-

prinsip lain yang sesuai dengan syariat Islam. Adapun bentuk akad dasar dalam penciptaan produk bank syariah meliputi:

1. Al-wadi'ah (Simpanan)

Yaitu perjanjian antara pemilik barang (termasuk uang) dengan penerima barang (termasuk bank) dimana pihak penerima bersedia untuk menyimpan dan menjaga keselamatan barang dan atau uang yang dititipkan kepadanya.

Dasar hukum al-wadi'ah adalah : QS. An-Nisaa: 58

إِنَّ اللَّهَ يَأْمُرُكُمْ أَنْ تُؤَدُّوا الْأَمَانَاتِ إِلَىٰ أَهْلِهَا

Artinya : Sesungguhnya Allah menyuruh kamu menyampaikan amanat kepada yang berhak menerimanya (QS. An-Nisaa: 58)

Prinsip wadiah implikasinya sama dengan qardh, dimana nasabah bertindak sebagai pihak yang meminjamkan uang dan bank bertindak sebagai peminjam. Prinsip ini dikembangkan berdasarkan keuntungan-keuntungan sebagai berikut:

1. Keuntungan atau kerugian dari penyaluran dana menjadi hak milik atau tanggung jawab bank, sedang pemilik dana tidak dijanjikan imbalan dan tidak menanggung kerugian bank dimungkinkan memberikan bonus kepada pemilik dan merupakan suatu insentif.
2. Bank harus membuat akad pembukaan rekening yang isinya mencakup izin penyaluran dana yang disimpan dan persyaratan lain yang disepakati selama tidak bertentangan dengan prinsip syariah.
3. Terhadap pembukaan rekening ini bank dapat mengenakan pengganti biaya administrasi untuk sekedar menutupi biaya yang benar-benar terjadi.
4. Ketentuan lain yang berkaitan dengan rekening giro dan tabungan tetap berlaku selama tidak bertentangan dengan prinsip syariah.

2. Al- Mudharabah

Yaitu perjanjian antara pemilik modal (uang/barang) dengan penerima modal dimana pemilik modal bersedia membiayai sepenuhnya suatu usaha dan penerima modal bersedia mengelola usaha tersebut dengan bagi hasil.

a) *Mudharabah mutlaqah*

Penerapan *mudharabah mutlaqah* dapat berupa tabungan dan deposito sehingga terdapat dua jenis penghimpun dana yaitu: tabungan *mudharabah* dan deposito *mudharabah*. Berdasarkan prinsip ini tidak ada pembatasan bagi bank dalam menggunakan dana yang dihimpun.

b) *Mudharabah muqayadah*

Pada dasarnya *mudharabah muqayadah* sama dengan persyaratan *mudharabah mutlaqah*. Perbedaannya adalah terletak pada adanya pembatasan penggunaan modal sesuai dengan permintaan pemilik modal.

3. Al- Musyarakah

Yaitu perjanjian kerjasama antara 2 pihak atau lebih pemilik modal (uang/barang) untuk mencapai suatu usaha. Dasar hukum pada QS. Shad: 24

وَإِنَّ كَثِيرًا مِّنَ الْخُلَطَاءِ لَيَبْغِي بَعْضُهُمْ عَلَىٰ بَعْضٍ إِلَّا الَّذِينَ آمَنُوا وَعَمِلُوا الصَّالِحَاتِ وَقَلِيلٌ مَّا هُمْ

Artinya: Dan sesungguhnya kebanyakan dari orang-orang yang berserikat itu sebahagian mereka berbuat zalim kepada sebahagian yang lain, kecuali orang-orang yang beriman dan mengerjakan amal yang saleh. (QS. Shad: 24)

4. Al-Ba'i

Yaitu akad persetujuan jual-beli terhadap suatu barang, adapun dasar hukumnya pada QS. An-Nisaa: 29

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا

Artinya: Wahai orang-orang yang beriman, janganlah kalian memakan harta-harta kalian di antara kalian dengan cara yang batil, kecuali dengan perdagangan yang kalian saling ridha. Dan janganlah kalian membunuh diri-diri kalian, sesungguhnya Allah itu Maha Kasih Sayang kepada kalian. (QS. An-Nisaa: 29)

Untuk selanjutnya akad ini dikembangkan dalam beberapa produk meliputi:

a. Pembiayaan *murabahah*

Bank sebagai penjual dan nasabah sebagai pembeli. Barang diserahkan segera dan pembayaran dilakukan secara tangguh.

b. Pembiayaan *Salam* (jual beli barang yang belum ada)

Pembayaran dilakukan secara tunai, barang diserahkan belakangan. Bank sebagai pembeli dan nasabah sebagai penjual. Dalam transaksi ini ada kepastian tentang kuantitas, kualitas, harga dan waktu penyerahan.

c. Pembiayaan *Istishna'*

Jual-beli seperti akad salam namun pembayarannya dilakukan oleh bank dalam beberapa kali pembayaran. *Istishna'* diterapkan pada pembiayaan manufaktur dan konstruksi.

5. Al-Ijarah (*Leasing*)

Yaitu akad pemindahan hak guna atas barang atau jasa, melalui pembayaran upah sewa, tanpa diikuti dengan pemindahan kepemilikan atas barang itu sendiri. Dalam praktiknya kegiatan ini dilakukan oleh perusahaan *leasing*, baik untuk kegiatan *operating lease* maupun *financial lease*.

Dasar hukumnya yaitu pada QS. Al-Qashas:26

قَالَتْ إِحْدَاهُمَا يَا أَبَتِ اسْتَأْجِرْهُ إِنَّ خَيْرَ مَنِ اسْتَأْجَرْتَ الْقَوِيُّ الْأَمِينُ

Artinya: Salah seorang dari kedua wanita itu berkata: "Ya bapakku ambillah ia sebagai orang yang bekerja (pada kita), karena sesungguhnya orang yang paling baik yang kamu ambil untuk bekerja (pada kita) ialah orang yang kuat lagi dapat dipercaya. (QS. Al-Qashas:26)

6. Al-Wakalah (Amanat)

Wakalah atau wakilah artinya penyerahan atau pendelegasian atau pemberian mandat dari satu pihak kepada pihak lain. Mandat ini harus dilakukan sesuai dengan yang telah disepakati oleh si pemberi mandat.

7. Al-Kafalah (Garansi)

Al-Kafalah merupakan jaminan yang diberikan penanggung kepada pihak ketiga untuk memenuhi kewajiban pihak kedua atau yang ditanggung. Dapat pula diartikan sebagai pengalihan tanggung jawab dari satu pihak kepada pihak lain. Dalam dunia perbankan dapat dilakukan dalam hal pembiayaan dengan jaminan seseorang.

8. Al-Hawalah

Al-Hawalah merupakan pengalihan utang dari orang yang berhutang kepada orang lain yang wajib menanggungnya, atau dengan kata lain pemindahan beban utang dari satu pihak kepada pihak lain. Dalam dunia keuangan atau perbankan dikenal dengan kegiatan anjak piutang atau *factoring*.

9. Ar-Rahn

Ar-Rahn merupakan kegiatan menahan salah satu harta milik si peminjam sebagai jaminan atas pinjaman yang diterimanya. Kegiatan seperti ini dilakukan seperti jaminan utang atau gadai.

G. Hubungan Produk Bank dengan Preferensi

Kata produk berasal dari bahasa Inggris *product* yang berarti "sesuatu yang diproduksi oleh tenaga kerja atau sejenisnya". Bentuk kerja dari kata *product*, yaitu *produce*, merupakan serapan dari bahasa latin *prōdūce(re)*, yang berarti (untuk) memimpin atau membawa sesuatu untuk maju. Pada tahun 1575, kata "produk" merujuk pada apapun yang diproduksi "*anything produce*". Sejak tahun 1995 kata *product* lebih merujuk pada sesuatu yang diproduksi "*thing or things produced*". Produk dalam pengertian ekonomi diperkenalkan pertama kali oleh ekonom-politisi Adam Smith.

Dalam penggunaan yang lebih luas, produk dapat merujuk pada sebuah barang atau unit, sekelompok produk yang sama, sekelompok barang dan jasa, atau sebuah pengelompokan industri untuk barang dan jasa. Dalam bisnis, produk adalah barang atau jasa yang dapat diperjual belikan. alam marketing, produk adalah apapun yang bisa ditawarkan ke sebuah pasar dan bisa memuaskan sebuah keinginan atau kebutuhan.

Pengertian dari sumber lain mengenai produk adalah suatu sifat yang kompleks baik dapat diraba atau tidak dapat diraba, termasuk bungkus, warna, harga, prestise perusahaan, pelayanan perusahaan dan pengecer yang diterima oleh pembeli untuk memuaskan keinginan dan kebutuhan konsumen. Penggolongan produk dapat dibedakan menjadi tiga bagian yaitu:

- (1) Penggolongan produk menurut wujud dan kekonkretannya,
- (2) Penggolongan produk menurut tingkat pemakaiannya,

(3) Penggolongan produk menurut tujuan pemakaiannya.

Produk perbankan dapat menjadi salah satu faktor penentu ketertarikan nasabah menabung pada bank. Produk yang lebih kreatif dan inovatif dapat menjadi salah satu alternatif pilihan bagi nasabah untuk menabung. Produk yang inovatif pada penghimpunan dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan investasi, yaitu giro berdasarkan prinsip wadi'ah, tabungan berdasarkan prinsip wadi'ah atau mudharabah, dan deposito berjangka berdasarkan prinsip mudharabah.

Produk merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen dalam mengkonsumsi suatu barang atau jasa. Menurut Lupiyoadi (2001), konsumen akan puas apabila suatu produk yang mereka gunakan memiliki kualitas. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa produk dapat mempengaruhi preferensi seseorang terhadap barang atau jasa yang akan dipilih. Nasabah lebih berhati-hati saat akan memutuskan bank manakah yang akan dipilih sebagai tempat untuk menginvestasikan dananya. Menabung merupakan kegiatan yang memerlukan adanya keinginan seseorang untuk menyetor dan menyimpan uangnya di bank.

Pengertian tabungan secara spesifik sesuai dengan surat edaran Dereksi Bank Indonesia No.22/133/UPG/1989 yaitu tabungan adalah simpanan pihak ketiga pada bank yang penarikannya hanya dapat dilakukan dengan syarat:

- 1) Penarikan hanya dapat dilakukan dengan mendatangi bank atau alat yang disediakan untuk keperluan tersebut.
- 2) Penarikan tidak dapat menggunakan cek, bilyet giro serta surat perintah pembayaran yang lain yang sejenis.
- 3) Tabungan akan diselenggarakan dalam bentuk rupiah.

Dari pengertian tersebut tersirat bahwa orang yang menabung mempunyai hak untuk memperoleh kembali tabungan dengan syarat tertentu.

Dengan demikian tabungan juga memberikan manfaat fungsional, praktis secara emosional untuk dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan nasabah. Menabung dalam Islam merupakan tindakan yang dianjurkan oleh agama, karena dengan menabung seseorang mempersiapkan diri untuk pelaksanaan perencanaan masa yang akan datang sekaligus untuk menghadapi hal-hal yang tak terduga, dalam ayat Al-Quran terdapat ayat-ayat yang memerintahkan kaum muslim untuk mempersiapkan hari esok secara lebih baik, seperti dalam sura Al-Baqarah 266 yang artinya:

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

Ayat tersebut memerintahkan seorang Muslim agar bersiap-siap dan mengantisipasi masa depan keturunan, baik secara rohani (iman/takwa) maupun secara ekonomi harus dipikirkan langkah-langkah perencanaan salah satunya adalah dengan cara menabung. Dalam kamus Bahasa Indonesia “menabung” diartikan menyimpan uang. Perilaku menabung sendiri mensyaratkan seseorang untuk bisa disiplin dalam hal mengatur keuangan. Menabung sebagai sifat hemat dapat dijadikan sifat positif yang apabila dengan konsisten dilakukan akan meningkatkan kualitas hidup yang lebih baik. Semakin baik dan inovatif suatu produk bank maka semakin tinggi preferensi menabung mahasiswa pada bank umum.

H. Hubungan Promosi dengan Preferensi

Secara umum promosi merupakan komunikasi informasi antara penjual dan pembeli yang bertujuan untuk merubah sikap dan perilaku para pembeli, yang awalnya tidak mengetahui jadi mengetahui produk tersebut. Menurut Alma (2002: 135) yaitu : “Promosi adalah sejenis komunikasi yang memberi penjelasan yang meyakinkan calon konsumen tentang barang dan jasa”. Menurut Yupitri (2012) “promosi merupakan usaha-usaha yang dilakukan oleh bank untuk lebih

memperkenalkan bank tersebut kepada masyarakat luas baik melalui media elektronik maupun media cetak”.

Promosi penjualan dapat menarik konsumen karena konsumen cenderung mencari harga yang murah, nilai yang baik, menawarkan produk melalui periklanan, publisitas, promosi penjualan, penjualan personal, hadiah langsung, undian, potongan harga, kupon, dan mutu yang baik. Oleh karena itu perusahaan harus menciptakan strategi yang efektif agar tujuan promosi penjualan tersebut berdampak positif.

Didalam promosi, Nabi menganjurkan agar tidak berbohong/menipu dengan kata-kata manis. Dalam bisnis modern, paling tidak kita menyaksikan cara-cara yang tidak terpuji yang dilakukan dalam melakukan penawaran produknya, yang dilarang dalam ajaran Islam.

Kegiatan promosi secara terus-menerus dan terencana dapat memecahkan tiga persoalan penting dalam setiap bisnis, tidak terkecuali bank syari’ah. Persoalan tersebut adalah:

1. Informasi produk, promosi dapat memberikan informasi tentang pemasaran, produk, sistem distribusi, harga dan manfaat utama yang ditawarkan oleh produk bank syari’ah.
2. Persepsi masyarakat. Promosi dapat memecahkan persepsi konsumen yang keliru terhadap produk perusahaan yang memasarkannya. Promosi dapat digunakan untuk meluruskan persepsi atau meningkatkan citra bank syari’ah.
3. Promosi dapat mendorong terjadinya keinginan untuk membeli atau menggunakan merek/produk (*buying brand registred*), baik secara langsung maupun pada masa yang akan datang (tidak langsung).

I. Hubungan Pelayanan Bank dengan Preferensi

Pelayanan adalah proses pemenuhan kebutuhan melalui aktivitas orang lain secara langsung. Pelayanan yang diperlukan manusia secara umum dikelompokkan dua jenis, yaitu layanan fisik yang sifatnya pribadi sebagai manusia dan layanan administratif yang diberikan oleh orang lain selaku anggota organisasi, baik itu organisasi massa atau negara. Dalam rangka mempertahankan hidupnya, manusia sangat memerlukan pelayanan, baik dari diri sendiri maupun melalui karya orang lain. (Moenir dalam Nogi, 2005 : hal. 208)

Pelayanan prima (*excellent service*) adalah pelayanan yang memenuhi standar kualitas yang sesuai dengan harapan dan kepuasan nasabah. Dalam pelayanan prima terdapat dua elemen penting yang saling berkaitan yaitu **pelayanan** dan **kualitas**. Kualitas pelayanan sendiri memiliki beberapa definisi yang dikemukakan oleh beberapa ahli. Namun dari beberapa definisi yang dikemukakan, terdapat beberapa kesamaan, yakni:

- Kualitas merupakan usaha untuk memenuhi harapan pelanggan
- Kualitas merupakan kondisi mutu yang setiap saat mengalami perubahan
- Kualitas mencakup proses, produk, barang, jasa, manusia, dan lingkungan
- Kualitas merupakan suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan proses, produk, barang, jasa, manusia, dan lingkungan yang memenuhi harapan.

Pelayanan yang baik dapat mempengaruhi keputusan nasabah menabung pada perbankan syariah baik dari segi keramahan, sopan santun serta kejelasan dalam menjelaskan sesuatu. Semakin baik kualitas pelayanan oleh bank kepada nasabah maka nasabah akan memperoleh suatu kepuasan tersendiri terhadap layanan tersebut. Berikut dijelaskan dalam Al-Quran QS Al-Ahzab ayat 70, yaitu:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَقُولُوا قَوْلًا سَدِيدًا

Artinya: Wahai orang-orang yang beriman, bertakwalah kepada Allah, dan katakanlah perkataan yang tepat benar (dalam segala perkara) (Al-Ahzab : 70).

J. Hubungan Tabungan yang Dipilih Orang Tua dengan Preferensi

Setiap orang tua mempunyai pengaruh dalam pengabilan keputusan pembelian ataupun mengkonsumsi suatu barang dan jasa. Orang tua dan anak saling berinteraksi dan saling mempengaruhi satu sama lain dalam membuat pilihan pembelian. Maka dari itu, orang tua memberikan pengaruh baik secara langsung ataupun tidak langsung kepada anaknya. Pengaruh

langsung seperti halnya kemudahan dalam bertransaksi, sedangkan pengaruh tidak langsung tercermin dari tindakan orang tua. Keputusan orang tua dalam menggunakan jenis bank, juga akan dicontoh oleh anaknya, selain tidak ada biaya apabila melakukan transaksi orang tua dan anak juga mudah melakukan pengecekan apabila menggunakan jenis bank yang sama.

DAFTAR PUSTAKA

- Al – Arif, M. Nur Rianto. 2011. *Dasar-dasar Ekonomi Islam*. Solo : PT. Era Adicitra Intermedia.
- Alma, Buchari. 2002. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung : Alfabeta.
- Antonio, Muhammad Syafii. 1992. *Konsep Syariah Bank Islam*. Jakarta: Gema Insani.
- Antonio, Muhammad Syafii. 2001. *Bank Syariah Dari Teori dan Praktik*. Jakarta: Gema Insani.
- Bank Indonesia. 2015. *Statistik Perbankan syariah*. www.bi.go.id. Diakses 7 Januari 2015.
- Departemen Keuangan. 2015. *Cetak Biru Pengembangan Perbankan Syariah Indonesia*. www.perpustakaan.depkeu.go.id. Diakses 7 Januari 2015.
- Depag RI. 2005. *Alqur'an dan Terjemahan*. Bandung : Syamil Al-Qur'an.
- Daulay, Raihanah. 2006. *Pengaruh Pelayanan, Bagi Hasil, Dan Keyakinan Terhadap Keputusan Menabung Nasabah Pada Bank Syariah Mandiri Cabang Utama Medan*. Tesis Diterbitkan. Medan : Sekolah Pasca Sarjana Universitas Sumatra Utara.
- Ghozali, Imam. 2001. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Edisi Ketiga. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam. 2007. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Cetakan IV. Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang.
- Gujarati, Damodar. 2003. *Ekonometrika Dasar*. Edisi Keenam. Jakarta : Erlangga.
- Husadatama, Galuh. 2015. *Analisis Determinasi Pemilihan Perbankan Oleh Masyarakat Pondok Pesantren Lirboyo Di Kota Kediri Jawa Timur (Studi Kasus Pondok Hidayatul Muhtadi'in Lirboyo Kota Kediri Jawa Timur)*. Skripsi. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya Malang.
- Karim, Adiwarmanto. 2001. *Ekonomi Islam Suatu Kajian Ekonomi Makro*. Jakarta : The International Institute of Islamic Thought
- Karim, Adiwarmanto. 2011. *Bank Islam: Analisis Fiqih dan Keuangan*. Jakarta: Rajawali Press.
- Karim, Adiwarmanto. 2014. *Ekonomi Mikro Islam*. Edisi Kelima. Jakarta : Rajawali Press.
- Kasmir. 2008. *Pemasaran Bank*. Edisi Pertama. Jakarta : Kencana
- Laily, Nur dan Pristiyadi, Budiyo. 2013. *Teori Ekonomi*. Cetakan Pertama. Yogyakarta : Graha Ilmu.
- Lestari, Alfi Mulikhah, 2015. *Pengaruh Religiusitas, Produk Bank, Kepercayaan, Pengetahuan dan Pelayanan Terhadap Preferensi Menabung Pada Perbankan Syariah (Studi Kasus Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya Malang)*. Skripsi. Ilmu Ekonomi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya Malang.
- Lupiyoadi, Rambat. 2015. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta : Salemba Empat
- Mankiw, N. Gregory, 2004. *Principles of Macroeconomics*. Third Edition. Thomson South Western.
- Moenir. 2005. *Manajemen Pelayanan Umum di Indonesia*. Jakarta : Bumi Aksara.
- Mowen, J.C., & Minor, M. 2002. *Perilaku Konsumen*. Edisi Kelima. Jakarta: Erlangga.
- Muhammad. 2005. *Lembaga Ekonomi Syariah*. Yogyakarta : Graha Ilmu
- Muslehuddin, Muhammad. 1994. *Sistem Perbankan Dalam Islam*. Penerjemah Aswin
- Nicholson, W. 1994. *Teori Ekonomi Mikro : Prinsip dan Pengembangannya*. Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada
- Pusat Pengkajian dan Pengembangan Ekonomi Islam (P3EI). 2011. *Ekonomi Islam*. Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada.
- Rivai, Veithzal dan Arviyan, Arifin. 2010. *Islamic Banking*. Jakarta : Bumi Aksara
- Reksoprayitno, Soediyono. 2000. *Pengantar Ekonomi Makro*. Yogyakarta : BPFE
- Sekaran, Uma. 2006. *Metodologi Penelitian Untuk Bisnis*. Jakarta : Salemba Empat
- Simamora, Bilson. 2002. *Paduan Riset Perilaku Konsumen*. Jakarta : PT Garmedia.

- Sitompul, Zurkarnain. 2002. Kemungkinan Penerapan Universal Banking System di Indonesia: Kajian dari Prespektif Bank Syariah, *Jurnal Hukum Bisnis*, Volume 20. Agustus-September
- Sugiyono. 2001. *Metode Penelitian Administrasi*. Bandung : Alfabeta
- Sugiyono. 2003. *Metode Penelitian Bisnis. Edisi 1*. Bandung : Alfabeta
- Sugiyono. 2008. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung : Alfabeta
- Sugiyono. 2012. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R & D*. Cetakan ke 17. Bandung : CV. Alfabeta
- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung : Alfabeta
- Sumari'in. 2012. *Konsep Kelembagaan Bank Syariah*. Edisi Pertama. Cetakan Pertama. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Umam, Khotibul. *Trend Pembentukan Bank Umum Syariah*. Edisi Pertama . Cetakan Pertama. Yogyakarta : 2009
- Uyun, Khoirul. 2012 *Pengaruh Produk Syariah dan Bauran Promosi Terhadap Keputusan Nasabah Menabung di BNI Syariah Cabang Semarang*. Skripsi. Fakultas Syariah Institut Agama Islam Negeri Walisongo Semarang
- Walgito, Bimo. 2010. *Pengantar Psikologi Umum*. Yogyakarta : Andi.
- Zainab. 2011. *Pengaruh Citra Merek, Periklanan, dan Persepsi Terhadap Minat Menabung Nasabah*. Manajemen Pemasaran Skripsi. Fakultas Ekonomi Bisnis Universitas Negeri Islam Syarif Hidayatullah Jakarta.