

**STUDI PEMAHAMAN TERHADAP MASYARAKAT
KOTA BUKITTINGGI TENTANG PRODUK BANK SYARIAH**

Oleh :

Zulhelmi ^{*)}, Ahmad Rajab Affandi

^{*)} Dosen Tetap STIE Haji Agus Salim Bukittinggi

ABSTRACT

By involving 163 respondents from various levels of society analytical descriptive analysis method and polling instruments, several things have been found :

- a. *Information about product has not been well distributed throughout the society segments, the number mentioned above is explained by the 0,61% respondents who understand very much about the product and the other 12,88% respondents who understand, shows that the information possesses by these people is not really distributed proportionally to other segments of society because this value / number is quite further apart from the value of respondents who understand a little and who do not understand at all.*
- b. *Characteristics aspect gives a bit relieve with 46 (28,66%) respondents who are the customers of the syariah bank, Unfortunately, after seeing the degree of understanding that they have, it becomes the indication that even a syariah bank has not been able to give a good understanding to the customers who have been doing business with the syariah bank.*
- c. *In the perspective aspect it is seen that the respondents tend to have a positive sentiment (54%) to ward the interest of conventional bank that is considered more profitable commercially compare to the profit sharing. On the other hand, the product expenditure accidentally shows the opposite result : 80,98% respondents consider that the level of loan return in syariah bank is smaller than the credit in the conventional bank.*
- d. *In the information product it is found that the respondents obtain most of the information from TV, newspaper and brochures, while the source that we count on to give a big contribution like mosque, ustadz, buya , the syariah bank marketing and schools only contribute less than 5% of the total accessibility to the product of syariah bank.*
- e. *The availability of the information about the product of syariah bank in the market is considered limited by 92% respondents, while infact 95,7%*

respondents consider that they need information about syariah bank's products.

From the 163 respondents that are obtained, it is concluded that the level of understanding of Bukittinggi's society about syariah banking is still low, this is proved by the value of absolute understanding of each group of respondents, from the research, it is shown that only 1 person (0,61%) out of the total respondents who is included in understand category, where as 95 persons (58,28%) understand a little and 46 persons (28,88%) do not understand. This numbers at the same time answer the writers primary hypothesis that states that the presume over the level of Bukittinggi society's knowledge about the product of syariah banking is low.

Key Word : Syariah Banking

PENDAHULUAN

Industri perbankan syariah berkembang lebih cepat dengan diberlakukannya kedua perangkat perundang undangan tersebut, terbukti dengan banyaknya beroperasi bank syariah di Indonesia, yang dibuktikan dalam statistik Perkembangan Bank Indonesia, Agustus 2005, dalam kurun waktu delapan tahun saja, terdapat 3 Bank umum syariah yaitu, 1) Bank Muamalat Indonesia, 2) Bank Syariah Mandiri, dan 3) Bank Syariah Mega Indonesia, 17 Unit Usaha Syariah, seperti Bank IFI, BNI, BRI, Bank jabar, Danamon, Bukopin, BII, sampai pada HSBC, dll, dan 90 Bank Perkreditan Syariah, tersebar luas diseluruh Indonesia. Dengan 110 kantor pusat didukung oleh 163 kantor cabang, 85 Kantor cabang pembantu, 7 Unit pelayanan syariah, dan 136 Kantor

Kas¹, maka besarnya jaringan dan kekuatan ini menjadikan bank syariah tidak dapat dilihat sebelah mata, bahkan *market share* perbankan Indonesia pada tahun 2005 ini sudah menembus level 1,8% dari besarnya industri pasar perbankan Indonesia².

Keunggulan sistem yang ada dalam perbankan syariah, sebenarnya dapat dijadikan nilai jual yang handal dalam pengelolaannya kedepan, seperti diakui oleh Burhanudin Abdullah mengenai Bank syariah, "Perlu dikemukakan bahwa pengalaman selama krisis ekonomi ini memberikan suatu pelajaran berharga bagi kita bahwa prinsip *Risk Sharing*, atau *Profit Loss Sharing* (bagi hasil), sebagaimana yang terdapat pada sistem bank

¹ Statistik Bank Syariah Indonesia, Bank Indonesia, Jakarta 2005

² Laporan perkembangan Bank syariah tahun 2004, Direktorat Perbankan syariah: Januari 2005

berdasarkan prinsip syariah, merupakan suatu prinsip yang dapat berperan meningkatkan ketahanan satuan satuan ekonomi³, Artinya, dalam hal ini, prinsip bagi hasil atau berbagi resiko antara pemilik dana dan pengguna dana sudah diperjanjikan secara jelas dari awal, sehingga jika terjadi kesulitan usaha karena krisis ekonomi misalnya, maka resiko kesulitan usaha tidak hanya ditanggung oleh pengelola dana, namun ditanggung bersama sesuai dengan kesepakatan diawal.

Namun sayangnya keunggulan dan kebaikan sistem ini, tidak dicermati dan disosialisasikan secara intensif keberbagai kalangan masyarakat, sehingga *Image* yang ada pada masyarakat, sebagian besar justru Bank syariah tidak lebih bagaikan "Bank dengan Pegawai berjilbab", Pelabelan ini tentu harus menjadi perhatian kita bersama, jika kita benar benar ingin menunjukkan seberapa besar komitmen untuk mewujudkan kehidupan yang islami secara *Kahfah*, khususnya di bidang ekonomi.

Perbankan syariah selain bersih secara hukum Islam, juga di sertai dengan keunggulan dan keta-

hanan sistem, bila dilihat pula pada pendekatan komersial, maka tidak heran banyak bank bank bertaraf internasional, dengan pendekatan ini turut membuka *Islamic window*, untuk mengukur seberapa menguntungkan sistem ini, hasilnya dapat dilihat pasar bank syariah dilirik oleh pelaku pelaku perbankan sekaliber *City Bank, ANZ Bank, Chase Manhattan Bank, Jerdin Flaming, Hongkong Shanghai Bank Corporation (HSBC)*, dll (Adi Warman Karim, 2001, Hal 25), kenyataan kenyataan bahwa bank syariah memuat semua entitas kebutuhan yang diinginkan oleh pengguna jasa perbankan, memperkuat posisi bank syariah sebagai suatu alternatif bagi pengguna jasa perbankan, apalagi dewasa ini tawaran bank syariah justru lebih kaya dari khazanah bank konvensional, sebut saja bentuk tabungan dalam bank syariah yang dapat di negosiasi berapa banyak porsi *Profit Sharingnya*, dapat pula dilihat betapa pilihan akad bagi tabungan dapat berbentuk *Mudharabah*, atau *Wadiah*, kesemuanya tentu saja menjadi daya jual tersendiri, yang pada gilirannya sangat menggiurkan bagi kalangan usahawan maupun rumah tangga.

Harapan bahwa pelaku perbankan syariah turut menamakan pemahaman konsep

³ Burhanudin Abdullah, Makalah: *Peran Kebijakan Moneter dan Perbankan dalam mengatasi krisis ekonomi Indonesia*, Jakarta

syariah, terutama dengan konsep produk syariah telah sampai pada suatu kebutuhan tersendiri, agar tentu saja distribusi pengetahuan terhadap konsepsi perbankan tidak hanya menyentuh komponen Internal bank tapi juga mesti menyentuh Seluruh *Stake Holder*, pengguna jasa Perbankan Syariah, sehingga perkembangan dan migrasi besar besaran nasabah bank syariah dengan indikator perkembangan DPK yang sangat baik, bukan hanya disebabkan oleh eforia terhadap banyaknya anjuran dan berduyun-duyunnya orang berpindah kepada bank syariah, tapi lebih dari itu, diharapkan perpindahan itu disebabkan oleh komitmen perjalanan nilai Islam yang baik, dan pemahaman atas keuntungan komersial dari perbankan syariah.

Sayang sekali dengan keunggulan sistem dan kebaikan nilai nilai Ilahiah ini, jika umat muslim justru menjadi orang yang ketinggalan menyadari akan kebaikan tatanan perekonomian yang secara tersurat di Al-Qur'an digambarkan. Ketidakhahaman terhadap prinsip syariah ini akhirnya akan bermuara pada kerapuhan Idiologi, sehingga bukan tidak mungkin, jika suatu saat ada tawaran sistem baru yang diterima dan lebih menguntungkan bagi banyak orang, maka

kecenderungan untuk beralih akan sangat besar sekali.

Sebuah tanggung jawab sosial, yang tergambar dalam *Blue Print Pengembangan Bank syariah 2002-2012*, yang dikeluarkan Bank Indonesia tahun 2002, tahap satu pengembangan bank syariah 10 tahun yang akan datang adalah meningkatkan kepatuhan pada prinsip syariah, yang poin pertamanya adalah meningkatkan pemahaman atas konsep keuangan syariah, artinya Bank Indonesia bersama Dewan Syariah Nasional (DSN), sudah sangat sadar untuk tidak membangun kekuatan ekonomi ini dengan kerapuhan idiologi, karena dengan pemahaman yang benarlah akan dapat membuat loyalitas terhadap bank syariah menjadi lebih kuat, lebih jauh tentu sokongan ini akan membuat eksistensi perbankan syariah dimata masyarakat muslim khususnya akan benar benar menjadi perhatian.

Berdasarkan penjelasan diatas, maka dapat dirumuskan masalah sebagai berikut : Bagaimana tingkat pemahaman masyarakat kota Bukittinggi, terhadap produk bank syariah?

Pembahasan yang dilakukan dalam penelitian ini mencakup masyarakat yang telah dewasa dengan indikator umur diatas 15

tahun dan studi pemahaman yang dilakukan hanya berkisar pada pengetahuan produk bank syariah.

Adapun tujuan penelitian adalah untuk mengetahui pemahaman masyarakat Bukittinggi terhadap produk bank syariah.

Penelitian ini diharapkan akan dapat bermanfaat sebagai bahan pertimbangan bagi pihak-pihak terkait dalam pengambilan keputusan dan sebagai bahan masukan untuk penulis dan sebagai referensi bagi penelitian selanjutnya tentang perbankan syariah di kota Bukittinggi.

TINJAUAN PUSTAKA

Pengertian Bank Syariah

Dalam konsep Islam sendiri, sebenarnya istilah "bank" secara literal tidak dikenal. Istilah "bank" secara bahasa diambil dari bahasa Itali, yakni *banco* yang berarti meja, sedangkan dalam bahasa Arab bank biasa disebut *mashrif*, yang berarti tempat berlangsungnya saling tukar menukar harta, baik dengan cara mengambil ataupun menyimpan, atau lainnya untuk melakukan muamalah (Djazuli dan Yadi Januari, 2003, hal 53)

Bank Islam menurut Karnaen A Perwataatmadja dan Syafi'i Antonio, didefinisikan memiliki dua pengertian (Karnaen P

Atmadja dan Syafi'i Antonio, 1992, hal 1):

1. Bank yang beroperasi sesuai dengan Prinsip-prinsip Syariah Islam.
2. Bank yang tata cara beroperasinya mengacu pada ketentuan-ketentuan Al-Qur'an dan Al-Hadist.

Sedangkan menurut Abdul Aziz Dahlan yang dimaksud dengan Bank syariah adalah (Abdul Aziz Dahlan, 1997, hal 194):

"Lembaga keuangan yang usaha pokoknya memberikan kredit dan jasa-jasa lain dalam lalu lintas pembayaran serta peredaran uang yang operasionalnya disesuaikan dengan prinsip Islam"

Undang-Undang No 10 tahun 1998 tentang Perbankan, mendefinisikan Prinsip Syariah sebagai berikut:

"Aturan Perjanjian berdasarkan hukum Islam antara bank dan pihak lain untuk penyimpanan dana dan atau pembiayaan kegiatan usaha, atau kegiatan lainnya yang dinyatakan sesuai dengan prinsip syariah."⁴

Berdasarkan berbagai rumusan di atas bank Islam berarti bank yang tata cara beroperasinya didasarkan pada tata cara bermuamalah secara Islam, yakni

⁴ Lembaran Negara Republik Indonesia, tahun 1998 nomor 182

mengacu pada ketentuan-ketentuan yang mengatur hubungan manusia dengan manusia, baik hubungan pribadi maupun antara perorangan dengan masyarakat. Muamalah ini menyangkut kegiatan jual beli, tabungan, piutang, gadai, pemindahan hutang, bagi hasil, jaminan, perserikatan, persewaan dan perburuhan.

Prinsip Operasional Bank Syariah

Dalam menjalankan usaha komersialnya Bank Syariah mempunyai beberapa prinsip operasional, yaitu :

1. Prinsip Bagi Hasil

Prinsip bagi hasil yang dimaksud adalah, suatu prinsip yang meliputi tata kerja pembagian usaha antara pemodal dan pengelola dana. Pembagian hasil usaha dapat terjadi antara bank dengan penyimpan dana, serta antara bank dengan nasabah penerima dana. Hasil usaha bank yang dibagikan kepada nasabah penyimpan dana adalah laba usaha bank yang di hitung dalam beberapa periode tertentu. Sedangkan hasil usaha nasabah penerima dana yang dibagi dengan bank adalah laba yang dihasilkan nasabah penerima dana dari suatu usaha yang dihasilkan nasabah penerima dana dari

suatu periode tertentu, yang disepakati bersama dan setelah dikurangi pajak. Nasabah penerima dana, sesuai dengan perjanjian yang telah disepakati, diwajibkan untuk mengembalikan kreditnya secara mencicil atau seluruhnya saat jatuh tempo.

2. Prinsip Jual Beli dengan Margin Keuntungan.

Makna dari prinsip ini adalah suatu prinsip yang menggunakan tata cara jual beli. Dalam hal ini, bank mengangkat nasabah sebagai agen bank untuk melakukan pembelian barang atas nama bank. Selanjutnya, bank menjual barang tersebut kepada nasabah lain dengan harga sejumlah harga beli barang tersebut ditambah dengan keuntungan yang diambil oleh bank. Sistem ini biasa disebut dengan *Mark up* harga.

3. Prinsip Fee (jasa)

Prinsip ini meliputi seluruh layanan non pembiayaan yang diberikan oleh bank. bentuk produk yang berdasarkan prinsip ini antara lain bank garansi, pembukaan L/C, Inkaso, jual beli valuta asing dan jasa transfer.

Mekanisme operasional Bank Syariah

Sedangkan mekanisme operasional bank syariah baik dari segi penghimpunan dana maupun penyaluran dana adalah sebagai berikut:³

1. Wadi'ah

Mekanisme operasional wadi'ah adalah akad simpan menyimpan atau penitipan barang berharga antara pihak yang mempunyai barang dan pihak yang diberi kepercayaan. Tujuan akad penitipan ini adalah untuk menjaga keselamatan, keamanan, dan keutuhan barang curian, kemusnahan dan kehilangan, barang-barang yang ditiptikan dapat diambil sewaktu waktu, sebagian atau seluruhnya.

Dalam prinsip ini dibagi menjadi dua:

Wadi'ah yad amanah, berarti akad penitipan barang/uang dimana penerima titipan tidak diperkenankan menggunakan barang atau uang yang ditiptikan, dan tidak bertanggung jawab atas kerusakan, kehilangan barang/uang titipan yang bukan disebabkan oleh kelalaian penerima amanah.

Wadi'ah yad dhamanah, adalah akad penitipan barang/uang dimana pihak penerima titipan dengan atau tanpa izin pemilik barang/uang dapat memanfaatkan barang/uang titipan dan harus bertanggung jawab dengan kehilangan kerusakan barang/uang titipan.

2. Mudharabah

Mekanisme operasional *Mudharabah* adalah perjanjian kesepakatan bersama antara pemilik modal dan pengusaha dengan ketentuan pihak pemilik modal menyediakan dana, dan pihak pengusaha memutar modal dengan dasar bagi keuntungan. Dalam prinsip ini kedua pihak sama-sama menanggung resiko jika mengalami kerugian, dan sama-sama memperoleh bagian keuntungan bila memperoleh keuntungan.

Mudharabah dibagi 2 yaitu:

Mudharabah Mutlaqah, pihak pengelola dalam hal ini diberikan kewenangan penuh untuk mengelola modal dan tidak dibatasi baik dalam menentukan tempat usaha maupun jenis usaha

Mudharabah muqayyad, pemilik modal memiliki syarat tertentu yang harus dipenuhi oleh pengelola baik berupa

³ Lampiran 6 surat keputusan Direksi bank Indonesia No 32/34/KEP/DIR tanggal 12 mei 1999

tempat, tujuan maupun jenis usaha.

3. *Musyarakah*

Mekanisme operasional *Musyarakah* adalah perjanjian kesepakatan bersama antara pemilik modal untuk menyertakan modal sahamnya pada satu proyek, yang biasanya berjangka waktu panjang.

4. *Murabahah*

Mekanisme operasional *murabahah* adalah, menjual suatu barang dengan harga pokok ditambah keuntungan yang disetujui bersama, dengan dibayar diakhir secara cicilan. Dengan cara ini pembeli dapat mengetahui harga sebenarnya dari barang yang dibeli dan dikehendaki penjual. Mekanisme ini bermanfaat bagi seseorang yang membutuhkan suatu barang tetapi belum mempunyai uang yang dibutuhkan.

5. *Ijarah*

Prinsip *Ijarah* berarti akad sewa menyewa barang antara *muajir* dengan *Mustajir* dalam masa sewa tertentu, yang apabila masa sewa berakhir barang sewaan dikembalikan lagi kepada *muajir*.

6. *Hiwalah*

Adalah akad pemindahan piutang nasabah (*Muhal*) kepada bank (*Muhal alaih*) dari nasabah lain (*Muhal*). Mekanismenya *Muhal* meminta *Muhal alaih* untuk membayar terlebih dahulu piutang yang timbul dari jual beli. Pada saat hutang jatuh tempo *Muhal* akan membayar kepada *muhal alaih*. Kemudian *Muhal alaih* akan mendapatkan imbalan sebagai jasa pemindahan piutang.

7. *Wakalah*

Adalah akat pemberian kuasa (*muwakkil*) kepada penerima kuasa (*wakil*) untuk melaksanakan tugas (*taukil*) atas nama pemberi tugas.

8. *Kafalah*

Kafalah adalah akad pemberian jaminan yang diberikan satu pihak kepada pihak lain dimanapemberi bertanggung jawab atas pembayaran kembali suatu hutang yang menjadi hak penerima jaminan.

9. *Sharf*.

Dalam istilah *Fiqh al-mu'amalah* prinsip ini biasa disebut dengan *bay al sharf* (jual beli mata uang).

10. Qardh

Qardh adalah akad pinjaman dari bank kepada nasabah yang wajib dikembalikan dengan jumlah yang sama sesuai pinjaman. Dalam hal ini bank berhak meminta jaminan, dan pengembalian dapat berupa angsuran maupun sekaligus.

11. Istisna

Istisna adalah jual beli barang antara pemesan dengan penerima pesan. Spesifikasi dan harga barang disepakati di awal akad dengan pembayaran dilakukan secara bertahap sesuai dengan kesepakatan.

12. Salam

Salam adalah jual beli barang pesanan antara pembeli dengan penjual. Spesifikasi dan harga barang pesanan disepakati diawal akad dan pembayaran dilakukan di muka secara penuh.

Produk dan Jasa Perbankan Syariah

Penyaluran dana

Dalam penyaluran dana/ pembiayaan bank syariah terbagi atas 4 katagori :

1. Pembiayaan dengan prinsip jual beli

Prinsip ini dilaksanakan sehubungan dengan adanya perpindahan kepemilikan

barang atau benda atau *Trasfer Of propertuy*, Transaksi jual beli dibedakan berdasarkan bentuk pembayaran dan waktu penyerahan barangnya, yakni :

a. Pembiayaan Murabahah

Adalah transaksi jual beli dimana bank menyebut jumlah keuntungannya dari pemasok ditambah dengan margin keuntungannya

Kedua belah pihak harus menyepakati harga jual dan jangka waktu pembayaran yang dicantumkan dalam akad jual beli dan juga telah disepakati tidak dapat berubah selama berlakunya akad.

b. Pembiayaan salam

Adalah transaksi jual beli dimana barang yang diperjual belikan belum ada. Oleh karena itu barang diserahkan secara tangguh sedangkan pembayaran dilakukan tunai, bank bertindak sebagai Pembeli sementara nasabah bertindak sebagai penjual, namun dalam perjanjian ini Kualitas, kuantitas, Harga, dan waktu penyerahan barang harus ditentukan secara pasti.

c. *Pembiayaan istishna'*

Produk istishna menyempurnai salam tapi dalam Istishna pembayarannya dilakukan oleh bank dalam beberapa kali termin pembayaran, skim istishna dalam bank syariah umumnya diaplikasikan dalam pembayaran manufaktur dan industri.

2. **Pembiayaan dengan Prinsip Sewa (Ijarah)**

Transaksi Ijarah dilandasi adanya perpindahan manfaat sama saja dengan prinsip jual beli tapi perbedaannya terletak pada objek transaksinya, pada ijarah objek transaksinya adalah jasa.

3. **Prinsip Bagi hasil (Syirkah)**

Produk pembiayaan syariah yang didasarkan pada prinsip bagi hasil adalah:

a. *Pembiayaan Musyarakah*

Bentuk Umum dari usaha bagi hasil adalah musyarakah, transaksi musyarakah dilandasi dengan adanya keinginan para pihak yang bekerjasama untuk meningkatkan nilai aset yang mereka miliki secara bersama sama.

Secara spesifik bentuk kontribusi dari pihak yang bekerjasama dapat berupa

dana, barang dagangan, kewirasawastaan, *Entrepreneurship*, Skill, kepemilikan Properti, dll.

b. *Pembiayaan Mudharabah*

Adalah bentuk kerja sama antara dua atau lebih pihak dimana pemilik modal mempercayakan sejumlah modal kepada pengelola, dengan satu perjanjian pembagian keuntungan. Perbedaan yang esensial dari musyarakah dan mudharabah, terletak pada besarnya kontribusi atas manajemen dan keuangan atau salah satu diantara itu.

Dalam mudharabah modal hanya berasal dari satu pihak sedangkan dalam musyarakah modal berasal dari dua pihak atau lebih.

Produk Penghimpunan Dana

Aplikasi penghimpunan dana dalam perbankan syariah dapat berbentuk Giro, tabungan, dan deposito. Prinsip operasional dalam penghimpunan dana masyarakat adalah wadiah dan mudharabah.

1. **Prinsip Wadiah**

Prinsip wadiah yang ditetapkan adalah *wadiah yad dhamanah* yang diterapkan pada rekening giro, dan di beberapa bank digunakan pula pada aplikasi tabungan.

Pada tabungan dan Giro wadiah pihak yang ditipti (Bank) bertanggung jawab atas keutuhan harta titipan sehingga boleh memanfaatkan harta titipan tersebut.

2. Prinsip Mudharabah

Prinsip *Mudharabah* pada tabungan dan giro berbeda dengan tabungan dimana penghasilan yang didapatkan nasabah didasarkan pada Bagi hasil yang didapatkan bank bukan berdasarkan bunga seperti yang dilakukan pada tabungan bank konvensional.

Berdasarkan kewenangan yang diberikan penyimpan dana (nasabah) kepada Bank prinsip ini terbagi menjadi :

a. *Mudharabah Mutlaqah*

Dalam akad ini tidak ada pembatasan bagi bank untuk mengelola dan menggunakan dana yang dihimpun, nasabah tidak memberikan syarat apapun kepada bank, kebisnis apa dana harus disampaikan, atau menetapkan penggunaan akad tertentu, ataupun menetapkan penyaluran dana untuk nasabah tertentu. Jadi bank memiliki kekuasaan untuk menyalurkan dana ke bisnis apapun.

b. *Mudharabah Muqayyadah*

Mudharabah Muqayyadah dibagi menjadi 2 yaitu :
Mudharabah Muqayyadah on Balace sheet

Jenis *mudharabah* ini adalah simpanan khusus dimana pemilik dana dapat menetapkan syarat syarat tertentu penyaluran dana oleh bank, misalnya ditetapkan untuk bisnis tertentu.

Mudharabah Muqayyadah of balace sheet

Jenis *mudharabah* ini merupakan penyaluran dana langsung kepada pelaksana usaha, dimana bank bertindak sebagai perantara (*arranger*) yang mempertemukan pemilik dana dengan dengan pelaksana usaha. Pemilik dana dapat menetapkan syarat syarat tertentu dalam menemukan syarat syarat tertentu dalam mencari bisnis (pelaksana usaha).

Akad Pelengkap

Akad pelengkap pada penghimpunan dana tidaklah dimaksudkan untuk menghasilkan dana, namun lebih bermaksud untuk mempermudah. Salah satu akad pelengkap yang dipakai pada penghimpunan dana perbankan syariah adalah *wakalah*.

Wakalah dalam aplikasi perbankan terjadi apabila nasabah memberikan kuasa kepada Bank untuk mewakili dirinya melakukan pekerjaan jasa tertentu seperti *Inkaso* dan *Transfer*.

METODE PENELITIAN

Populasi dan Sampel penelitian

Populasi penelitiannya ini adalah masyarakat Bukittinggi yang telah dewasa dengan indikator umur diatas 15 tahun. Menurut data Badan Pusat Statistik (BPS) kota Bukittinggi tahun 2004, jumlah penduduk Bukittinggi adalah sebanyak 100.333 jiwa, dengan jumlah penduduk dewasa sebanyak 70.057 jiwa, yang merupakan total populasi bagi penelitian ini.

Perhitungan jumlah sample menggunakan pendapat Paul leedy (Prof. Dr. Suharmisi Arikunto, Th.2000, Hal :114) yaitu:

$$N = \left(\frac{Z}{e} \right)^2 \times P \times (1 - P)$$

Dimana :

N : Ukuran sample

Z : Standar Tingkat Kepercayaan untuk α yang dipilih. (90 %, Z= 1,64)

e : Sampling error (0,55%)

P : Proporsi

Jadi perhitungan jumlah sample untuk penelitian ini adalah :

$$N = \left(\frac{1,64}{0,55} \right)^2 \times 0,25 \times (1 - 0,25)$$

$$N = 201,75$$

Jumlah sample yang di butuhkan pada penelitian ini adalah sebanyak 166 sample, dengan tingkat kepercayaan 90 %.Namun karena terdapat keterbatasan waktu penyelesaian penelitian ini, maka dari 166 orang sample yang dianjurkan tadi, hanya 163 saja yang dapat dipenuhi.

Pengumpulan Data

Data penelitian ini adalah data primer, yang diperoleh dengan dengan cara survei dan wawancara. Survei dilakukan dengan menyebar angket kepada responden penelitian dan meminta mengembalikan setelah angket selesai diisi. Wawancara yaitu dengan mewawancarai langsung pihak-pihak yang terkait dan berkompeten terhadap masalah yang dibahas serta Pengamatan langsung/observasi yaitu dengan melakukan peninjauan langsung terhadap bentuk sosialisasi produk pada bank syariah1.

Metoda Analisis Data

Data penelitian ini akan dianalisis dengan menggunakan analisis kualitatif. Analisa kualitatif yang digunakan adalah analisa deskripsi analitik, yaitu menemukan hubungan yang muncul antar data, sehingga

deskripsi masing masing kelompok data dapat di jelaskan, dengan pengembangan lebih lanjut menurut proses analitik, dengan kata lain dalam penafsiran data itu belum sepenuhnya mengarah pada penyusunan teori substantif (Lexi j Maleong, 1998, hal 97).

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Aspek Identitas

Merupakan penjabaran identitas dan latar belakang masing masing responden baik dari tingkat usia, tempat tinggal berdasarkan kecamatan, pekerjaan, tingkat pendidikan dan tingkat penghasilan, hal ini diharapkan dapat membantu memberikan perspektif awal sebelum memasuki Aspek utama, yaitu aspek pemahaman.

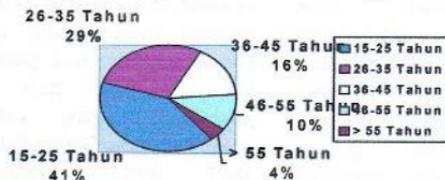
Pada aspek ini menjelaskan dua bagian yang menggambarkan identitas dan latar belakang responden, dibagian ini digambarkan dalam angka dan persentase, selanjutnya pada bagian ini digambarkan pula tingkat pemahaman konsumen menurut latar belakang identitas, latar belakang sosial dan ekonomi.

Identitas Responden berdasarkan tingkat umur

Identitas responden berikut didardasarkan tingkat umur, dengan lima klasifikasi, dan range tiap kelas 10 (sepuluh) tahun, kecuali pada klasifikasi umur diatas 55 tahun, kelas dibiarkan terbuka agar tetap dapat mewakili penduduk tua yang ada.

Berikut ini diagram pie yang menjelaskan latar belakang responden menurut klasifikasi tingkat umur.

Diagram Pie 1. Proporsi Responden Menurut Tingkat Umur



Dari diagram pie di atas menjelaskan bahwa sebagian besar responden merupakan kelompok usia 15-25 tahun dengan proporsi mencapai 41% (66 orang), diikuti

oleh kelompok usia 26-35 sebanyak tahun 47 Orang (29%), kelompok usia 36-45 tahun 26 Orang (16%), 45-55 tahun sebanyak 17 Orang (10%), dan

kelompok usia > 55 tahun sebanyak 7 Orang (4%).

Hasil tabulasi data menunjukkan bahwa dari proporsi diatas, didapatkan tingkat kefahaman seperti pada tabel berikut :

Tabel 1. Tingkat pemahaman responden menurut usia

Kategori	Sangat faham	Faham	Kurang faham	Tidak faham	Jumlah
15-25	1	11	38	16	66
26-35	-	4	27	16	47
36-45	-	3	16	7	26
46-55	-	2	11	4	17
>55	-	1	3	3	7
Jumlah	1	21	95	46	163

Ditemukan bahwa berdasarkan tingkat umur, pada kelompok usia 15-25 tahun yang dapat dinyatakan faham terhadap produk bank syariah adalah sebanyak 11 dari 66 orang responden dari kelompok usia tersebut, atau sebesar 16% dari total responden pada kelompok usia tersebut, persentase ini merupakan persentase kefahaman tertinggi dibandingkan kategori umur yang lain, sedangkan bila dilihat dari proporsi total responden yang dinyatakan faham, kelompok usia 15-25 tahun menyumbang 52,38%. Pada kelompok usia ini juga ditemukan 1 orang responden yang dapat dinyatakan sangat faham terhadap produk bank syariah, atau 16% dari total responden pada kategori tersebut.

Selanjutnya untuk responden yang dinyatakan kurang faham, kelompok usia 46-55 tahun memiliki proporsi kurang faham yang cukup tinggi bila dibandingkan dengan total responden yang masuk dalam kelas tersebut, yaitu 64,7%, artinya bila didapatkan sepuluh orang yang berusia 46-55 tahun, maka enam diantaranya dapat dinyatakan kurang faham, sedangkan indeks tidak faham tertinggi berdasarkan jumlah responden yang ada dikelasnya masing masing, menunjuk kelompok usia diatas 55 tahun, dimana 42% diantara responden dengan usia tersebut dapat dinyatakan tidak faham terhadap bank syariah.

Identitas Responden menurut Tempat Tinggal

Identitas responden menurut tempat tinggal digunakan untuk melihat tingkat kefahaman terhadap produk Bank syariah, berdasarkan wilayah tempat tinggal responden, untuk

klasifikasi tempat tinggal responden dibagi ini didasarkan atas tiga kecamatan yang ada dikota Bukittinggi. Diagram berikut ini menunjukkan identitas responden menurut tempat tinggal, berdasarkan kecamatan :

Diagram Pie 2. Persentase Responden menurut Tempat tinggal



Dari diagram pie di atas dapat dilihat bahwa sebagian responden berasal dari kecamatan Guguk Panjang sebesar 40% atau sebanyak 66 Orang, disusul oleh Kecamatan Mandiangin Koto Selayan (MKS) sebanyak 32 % (52 Orang) dan terakhir melibatkan 45 orang dari kecamatan Aur Birugo Tigo Baleh, atau 28% dari total responden yang dilibatkan. Proporsi ini hampir menyamai

proporsi sebenarnya masyarakat yang tinggal di masing masing kecamatan, Guguk panjang (41,08%), Mandiangin koto selayan (37,06%) dan ABTB (21,86%),

Berikut ini hasil tabulasi data mengenai tingkat kefahaman masyarakat kota Bukittinggi berdasarkan kecamatan tempat tinggal

Tabel 2. Tingkat Pemahaman responden menurut tempat tinggal

Kategori	Sangat faham	Faham	Kurang Faham	Tidak faham	Jumlah
ABTB	-	11	27	7	45
MKS	1	6	31	14	52
GP	-	4	37	25	66
Jumlah	1	21	95	46	163

Menurut data di atas, dari kelompok responden yang tinggal di wilayah ABTB, didapatkan 24% (11 orang) diantaranya dapat dinyatakan faham dengan produk bank syariah, pada Kecamatan MKS hanya 12% (6 orang dari 52 responden), sedangkan pada kecamatan Guguk panjang hanya 6% (4 orang dari 66 responden) dari responden yang tinggal di wilayah tersebut yang dapat dinyatakan faham. Sedangkan 1 orang responden yang dinyatakan sangat faham terhadap produk bank syariah berada di wilayah Mandiangin Koto Selayan.

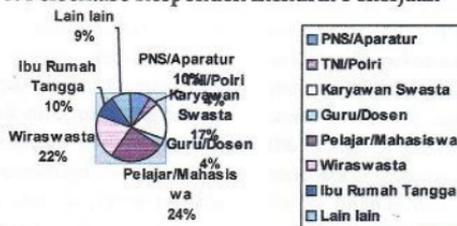
Pada klasifikasi kurang faham, dari ketiga wilayah tersebut

hampir memiliki proporsi kurang lebih sama, yaitu ABTB dan MKS masing-masing 60% sedangkan Guguk Panjang 57%, untuk klasifikasi tidak faham, kelompok responden yang tinggal di wilayah Guguk panjang 37% diantaranya dapat dinyatakan tidak faham dengan bank syariah, sedangkan MKS dan ABTB masing masing 27% dan 15,5%.

Identitas Responden menurut Pekerjaan

Pada identitas pekerjaan responden pemahaman masyarakat terhadap produk bank syariah, berdasarkan aktifitas dan pekerjaan sehari hari.

Diagram Pie 3. Persentase Responden menurut Pekerjaan



Dari diagram sebelumnya dapat dilihat bahwa responden terbanyak adalah dari kalangan pelajar dan mahasiswa yaitu 39 orang atau 24% dari total responden, disusul oleh wiraswasta dan pedagang sebanyak 36 orang (22%), karyawan swasta berbagai jenis lapangan usaha 28 orang (17%), Ibu Rumah tangga

17 orang (10%), PNS/Aparatur 16 Orang (10%), pekerjaan lain lain (profesional, Petani, dll) sebanyak 15 orang (9%), dan terakhir Guru/Dosen dan TNI polri masing masing 4%. Berikut hasil tabulasi tingkat pemahaman masyarakat kota Bukittinggi menurut Pekerjaan:

Tabel 3. Tingkat pemahaman responden menurut pekerjaan

Kategori	Sangat faham	Faham	Kurang faham	Tidak faham	Jumlah
PNS/ Aparatur	-	3	8	5	16
TNI/Polri	-	-	5	1	6
Kary.Swasta	-	5	17	6	28
Guru/Dosen	-	-	4	2	6
Pelajar/Mahasiswa	1	8	23	7	39
Wiraswata/pedagang	-	3	21	12	36
Ibu Rumah tangga	-	1	12	4	17
Lainnya		1	5	9	15
Jumlah	1	13	95	46	163

Pada Tabel di atas dapat dilihat bahwa proporsi tingkat pemahaman responden menurut pekerjaan, menurut data diatas ternyata proporsi terbanyak yang dinyatakan faham pada kelompok pekerjaan yang ada, adalah kelompok pekerjaan Pelajar/mahasiswa yaitu 20%, hal sebaliknya justru terjadi pada kelompok pekerjaan Guru/Dosen dengan tidak satupun yang faham dengan produk bank syariah, penulis menduga hal ini disebabkan oleh kecilnya sample yang diambil, serta kurang meratanya distribusi sample menurut pekerjaan, namun ini juga dapat berarti, bahwa pada profesi Guru/dosen jumlah personal yang faham terhadap produk bank syariah tidak begitu berarti jika dibandingkan dengan jumlah guru/dosen pada kenyataannya, meskipun disadari tingkat pengetahuan kefahaman

kelompok pelajar dan mahasiswa tadi didapatkan dari guru/dosen, ini dapat saja berarti bahwa kurang meratanya distribusi kefahaman pada profesi guru dan dosen. Tingkat pemahaman kelompok pekerjaan lain masing masing, PNS (18,7%) karyawan swasta (17%), Pedagang (8%), kelompok pekerjaan lainnya 7%, ibu rumah tangga dan TNI/Polri masing masing sejumlah 6% dan 0%. Pada tingkat Sangat faham ternyata merupakan kategori Pelajar/mahasiswa.

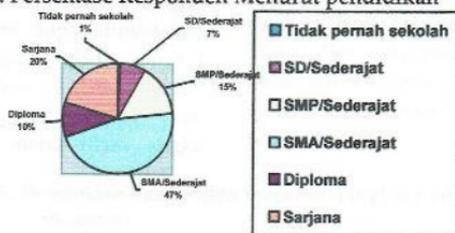
Pada proporsi kurang faham dan tidak faham didapatkan banyak sekali nilai absolut yang menunjukkan tingkat kefahaman yang rendah masing masing kategori seperti 50% PNS dan aparatur dinyatakan kurang faham sedangkan 31% lainnya dinyatakan tidak faham, pada TNI/polri masing masing proporsi

kurang faham dan tidak faham adalah 60% dan 21 %, profesi Guru/dosen 66% dan 34%, pelajar/mahasiswa 59 dan 17%, ibu rumah tangga 70% dan 23%, angka diatas menunjukkan terdistribusinya dengan baik tingkat pemahaman yang rendah terhadap produk bank syariah, disemua lini pekerjaan yang ada.

Identitas Responden menurut Pendidikan.

Identitas pendidikan responden, digunakan untuk melihat bagaimana tingkat pemahaman masyarakat Bukittinggi terhadap produk bank syariah, bila dilihat dari sudut pandang tingkat pendidikan terakhir.

Diagram Pie 4. Persentase Responden Menurut pendidikan



Dari 163 orang responden yang dilibatkan, sebagian besar merupakan lulusan SMA/ sederajat yaitu sebanyak 75 orang (47%), kemudian lulusan Sarjana 33 orang (20%), lulusan SMP/ Sederajat 25 orang (15%), Diploma 17 Orang (10%), Sekolah dasar 12

Orang, dan yang cukup menarik 1 orang diantaranya adalah tidak pernah mengenyam pendidikan sama sekali (<1%).Berikut ini tingkat pemahaman terhadap produk bank syariah menurut pendidikan terakhir responden:

Tabel 4. Tingkat pemahaman responden Menurut Pendidikan

Kategori	Sangat faham	Faham	Kurang faham	Tidak faham	Jumlah
Tdk.Sekolah	-	-	-	1	1
SD/Sederajat	-	-	10	2	12
SMP/Sederajat	-	4	10	11	25
SMA/Sederajat	-	8	48	19	75
Diploma/DI,DII,DIII	-	5	7	5	17
Sarjana/S1,S2	1	4	20	8	33
Jumlah	1	21	95	46	163

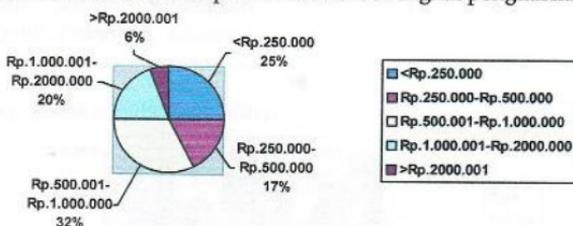
Pada sisi kefahaman menurut tabulasi data diatas, kelompok pendidikan Diploma menunjukkan 30% dari responden dengan pendidikan Diploma dapat dinyatakan faham, kemudian 12% pendidikan Sarjana, dan 10 pendidikan SMA, data mengejutkan ada pada responden dengan pendidikan terakhir SMP menunjukkan nilai 16,6% dari responden dengan pendidikan ini dapat dinyatakan faham. Sedangkan pada tingkat kurang faham dan faham ditemukan pada tingkat pendidikan SD memberikan angka

absolut 83,3% diantaranya dapat dinyatakan kurang faham, selanjutnya disusul tingkat pendidikan SMU, sarjana dan diploma masing masing 64%, 60%, dan 41%.

Identitas Responden menurut Tingkat penghasilan.

Identitas menurut tingkat penghasilan, digunakan untuk melihat bagaimana tingkat pemahaman masyarakat terhadap produk bank syariah menurut, dilihat dari sudut pandang tingkat penghasilan yang didapatkan oleh masing masing responden seriap bulannya.

Diagram Pie 5. Persentase Responden menurut Tingkat penghasilan



Dari diagram di atas dapat dilihat bahwa kelompok penghasilan Rp.500.001-Rp.1.000.000,- merupakan kelompok terbesar yang menjadi responden pada penelitian, dengan tingkat keikutsertaan 32% atau sebanyak 53 Orang, disusul dengan kelompok berpenghasilan <Rp.250.000,- seba-

nyak 25% (41 orang), Rp.1.000.001,- Rp.2.000.000,- (20%) atau 32 Orang, Rp.250.000-Rp.500.000,- sebanyak 28 Orang, dan terakhir kelompok penghasilan > dari Rp. 2.000.001,- sebanyak 9 orang (6%). Berikut tingkat pemahaman responden terhadap produk bank syariah:

Tabel 5. Tingkat pemahaman responden menurut penghasilan

Kategori	Sangat faham	Faham	Kurang faham	Tidak faham	Jumlah
Rp.0~Rp.250.000	1	4	27	12	
Rp.250.001~Rp.500.000	-	5	18	5	28
Rp.500.001~Rp.1000.000	-	5	28	20	53
Rp.1000.001~Rp.2000.000	-	4	19	9	32
>Rp.2000.000	-	3	3	3	9
Jumlah	1	21	95	49	163

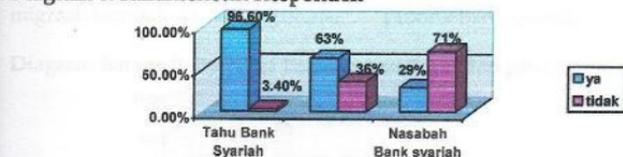
Pada status kefahaman kelompok berpenghasilan di atas Rp.2000.000,- dapat dinyatakan 33% diantaranya dapat dinyatakan faham, disusul oleh tingkat penghasilan Rp.250.000-Rp.500.000 dan Rp.500.001-Rp.1.000.000 masing-masing 17% dan 9% dinyatakan faham. Sedangkan nilai absolut kekurang fahaman ada pada pada kelompok

berpenghasilan Rp.250.000-Rp.500.000 dan Rp.500.001-Rp.1.000.000 masing masing 64% dan 52%.

Karakteristik Responden

Hasil tabulasi data mengenai karakteristik responden ditunjukkan pada diagram dibawah ini :

Diagram 6. Karakteristik Responden



Pada aspek karakteristik responden, ditemukan dari 163 orang responden ternyata 157 diantaranya atau sekitar 96,6% sudah mengetahui bahwa telah beroperasinya bank syariah di kota Bukittinggi, menariknya masih terdapat 6 orang atau sekitar 3,4 % dari total responden yang mengaku tidak tahu bahwa telah beroperasi bank syariah di

kota Bukittinggi, walau tidak mengartikan secara signifikan tingkat ketidaktahuan terhadap keberadaan bank syariah, tapi ini cukup untuk memberitahukan bahwa elemen internal dan *Stack Holder* Bank syariah masih belum mampu menembus semua segmen yang ada dimasyarakat, padahal point tersebut hanya menanyakan

tentang, tahu atau tidak tahunya masyarakat terhadap bank syariah.

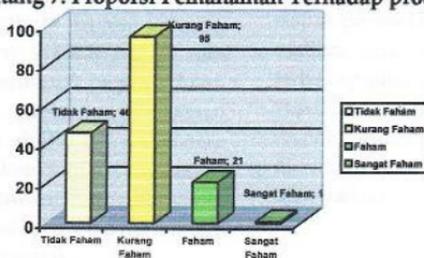
Namun poin yang mengambil cukup perhatian adalah dari 163 orang yang mengetahui keberadaan bank syariah tadi ternyata hanya 46 responden (29%) yang mengaku merupakan Nasabah Bank syariah, ini merupakan jumlah yang jauh lebih besar dari pada *share* Perbankan nasional, namun sayang pada analisa aspek berikutnya nanti ternyata angka 29% tersebut merupakan nasabah rapuh yang justru kurang faham atau justru tidak faham sama sekali terhadap produk produk bank syariah, hal ini jelas menjadi kekhawatiran tersendiri, mengingat prospek dan pengembangan *share* yang besar dari pasar ini, maka kecenderungan untuk migrasi kembali ke konvensional

dengan promo tertentu suatu saat bukanlah hal yang tidak mungkin, karena pengambilan keputusan yang tidak didasarkan oleh kefahaman yang baik akan sangat mudah dipengaruhi.

Aspek Pemahaman.

Aspek pemahaman ini merupakan aspek utama yang dijadikan bahan utama penelitian ini, di gunakan sebagai bahan kunci penentuan tingkat kefahaman masyarakat (responden) terhadap produk bank syariah, pada aspek pemahaman berikut proporsi kefahaman di dasarkan pada jumlah responden yang dapat digolongkan pada suatu kateori dibagi dengan jumlah total responden. Berikut ini diagram batang rekapitulasi tingkat pemahaman responden terhadap produk bank syariah:

Diagram Batang 7. Proporsi Pemahaman Terhadap produk Bank syariah



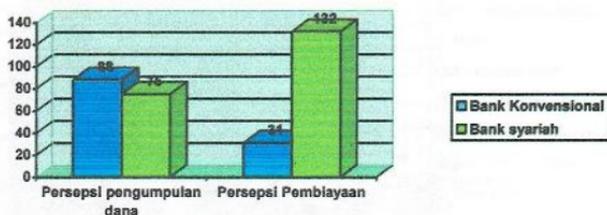
Dari diagram di atas, sebagian besar responden disimpulkan kurang faham terhadap produk bank syariah, setelah di berikan sejumlah pertanyaan, ditunjukkan dengan 95 responden atau sebesar 58,28% dari total responden, dan sebanyak 46 responden lainnya (28,22%) justru tidak faham sama sekali terhadap produk Bank syariah, sedangkan sisanya hanya 21 orang atau sekitar 12,88% dari total populasi yang dapat dinyatakan faham terhadap produk bank syariah, dan hanya 1 orang (0,61%) saja yang dapat dinyatakan sangat faham, artinya jika *Sample* penelitian ini dianggap layak untuk mewakili populasi, dan nilai 0,61% dianggap sebagai nilai yang dapat dipercaya, maka 0,61% dari jumlah 70.057 masyarakat dewasa, menjadikan hanya lebih kurang 429 Orang saja yang dianggap sangat faham terhadap produk bank syariah artinya nilai itu sudah termasuk pegawai bank, mahasiswa, akademisi, praktisi, ulama dan aktifis dakwah islam. Ini merupakan angka yang sangat memprihatinkan mengingat cita cita ekonomi islam bermuara dari Perbankan syariah.

Selanjutnya nilai ketidak dan kekurangfahaman yang cukup tinggi mengindikasikan masih rendahnya tanggung jawab para *Stack Holder* Perbankan syariah yang masih rendah, seperti pada poin 3.1 yang menanyakan tentang posisi bunga bank konvensional apakah masih bisa di konsumsi saat ini, 30% responden masih menganggap boleh konsumsi Bunga Bank, atau hal yang paling sederhana tentang akad *mudharabah* pada tabungan didapatkan nilai 71,77% dari responden tidak mampu menjawab dengan benar, bahkan hal yang sudah menjadi hak nasabah seperti nisbah pada tabungan, didapat 80,36% nasabah justru tidak tahu ketika ditanya besarnya akad pada tabungan mereka.

Aspek Perspektif

Aspek perspektif digunakan untuk melihat cara pandang responden terhadap nilai komersial dari Bank syariah. Nilai kecenderungan responden terhadap bank syariah di tunjukkan pada diagram dibawah ini

Diagram Batang 8. Persepsi komersial responden terhadap produk Bank syariah



Pada aspek perspektif ditemukan bagaimana cara pandang responden yang cenderung negatif pada produk pengumpulan dana bank syariah, ditunjukkan dengan nilai yang hanya 46% (75 responden) dari responden beranggapan bahwa, produk pengumpulan dana dari Bank syariah lebih menguntungkan dari bunga Bank konvensional.

Hal diatas menggambarkan bahwa masyarakat dapat saja cenderung memilih bank syariah, jika bank syariah dapat meyakinkan masyarakat untuk memberikan keuntungan yang bersaing yang tentu saja terjamin kehalalannya. Pada sisi Pembiayaan justru ditemukan persepsi yang bertolak belakang dari asumsi pertama, dimana pada produk pembiayaan sebagian besar responden beranggapan bahwa pembiayaan bank syariah relatif memiliki tingkat pengembalian yang lebih rendah

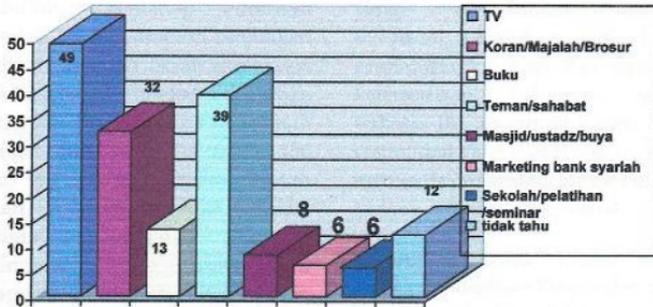
dari pada Bank konvensional, ditunjukkan dengan 80,98% dari responden merespon negatif produk kredit bank konvensional, dan cenderung memilih bank syariah.

Hal ini jelas merupakan peluang yang besar bagi bank syariah, yang selama ini memang tidak pernah kesulitan dalam penyaluran dana, hanya dibutuhkan *Prudential Banking* pada produk ini sehingga resiko piutang tak tertagih dapat di tekan seminimal mungkin.

Aspek Informasi

Aspek informasi digunakan untuk menyaring keinginan responden, terutama yang berkaitan dengan jalur informasi tentang bank syariah. Diagram berikut akan menjelaskan sumber yang informasi bank syariah yang digunakan oleh responden sebagai media penyerapan Informasi.

Diagram Batang 9. Sumber Informasi produk Bank Syariah

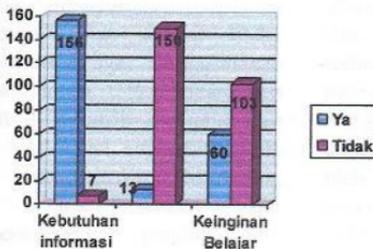


Dari diagram di atas dapat diketahui bahwa aksesibilitas dari masyarakat terhadap informasi Bank syariah paling banyak didapatkan dari Televisi 49 orang (30%), disusul dengan pembicaraan sesama sahabat, kenalan, dan kawan sebanyak 39 Orang (23,9%), lalu dilanjutkan dengan brosur, Buku sebanyak 7,9%(13orang), Masjid, Buya (8 Orang), sekolah (6 orang), selanjutnya bahwa ini adalah salah

satu kewajiban Bank syariah, justru dihadapkan pada kenyataan bahwa melalui media marketing bank syariah, hanya 6 orang (3,6%) responden saja yang merasa mendapat informasi produk perbankan syariah.

Diagram berikut menunjukkan tingkat kebutuhan Informasi dan ketersediaan informasi serta keinginan belajar lebih dari responden terhadap produk bank syariah :

Diagram Batang 10. Kebutuhan Informasi dan ketersediaan informasi serta keinginan belajar Responden

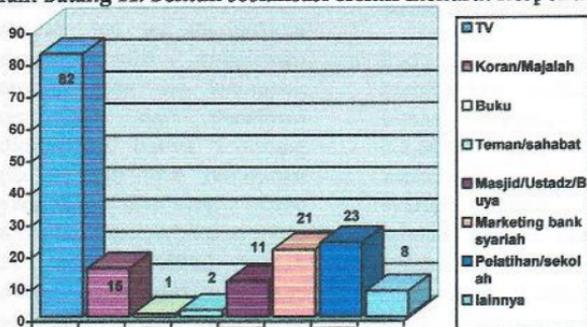


Pada tingkat kepentingan/kebutuhan terhadap informasi produk Bank syariah di tunjukkan bahwa sebagian besar responden merasa bahwa tingkat kebutuhan terhadap informasi bank syariah sangat tinggi yaitu 95,7 % atau 156 dari 163 responden, merasa butuh akan informasi bank syariah, namun sayangnya dengan keinginan yang besar itu responden merasa dikecewakan dengan ketersediaan informasi produk bank syariah dengan yang terbatas, ini dibuktikan dengan

jawaban lebih dari 92% responden, yang menyatakan bahwa informasi tentang produk bank syariah tidak cukup, dan rupanya ketersediaan informasi yang terbatas itu, membuat hanya 62% responden yang menjawab mereka menyediakan waktu untuk belajar banyak tentang bank syariah.

Sedangkan untuk media yang direkomendasikan Responden dan mereka anggap paling efektif untuk pemahaman mereka, dapat dilihat pada tabel berikut :

Diagram Batang 11. Bentuk sosialisasi efektif menurut Responden



Selanjutnya untuk sosialisasi produk bank syariah sebanyak 82 responden atau sekitar 50,3% menyarankan agar menggunakan media Televisi, 15% menyarankan sosialisasi produk menggunakan jalur intelektual seperti sekolah, 14% menginginkan Marketing bank syariah sendiri yang mensosialisasikan produk Bank syariah, 6,7% diantaranya

menginginkan Ustadz, buya, dan Masjid sebagai sarana pencerdasan pengetahuan masyarakat terhadap bank syariah, 9,2% menyarankan melalui majalah, 5% menjawab tidak tahu, dan yang lainnya teman direkomendasikan oleh 2 orang sedangkan buku sepertinya merupakan media yang paling ditakuti karena hanya 1 orang yang merekomendasi-

kanrya sebagai alat sosialisasi produk.

KESIMPULAN

Dari penelitian "Studi Pemahaman Masyarakat kota Bukittinggi terhadap Produk Bank Syariah", maka dapat dikemukakan kesimpulan sebagaimana berikut :

Dari hasil penelitian dapat disimpulkan sebagai berikut:

- a. Dari 163 orang responden yang didapatkan, disimpulkan bahwa tingkat pemahaman masyarakat kota Bukittinggi terhadap bank syariah masih rendah, hal ini ditunjukkan dengan nilai kefahaman absolut pada tiap kelompok responden, dari penelitian didapatkan, hanya 1 Orang (0,61%) dari total responden yang dinyatakan sangat faham terhadap produk bank syariah, 21 orang (12,88%) masuk dalam kategori faham, sedangkan jumlah yang dapat dinyatakan kurang faham sebanyak 95 orang (58,28%), selanjutnya masuk dalam kategori tidak faham sebanyak 46 orang (28,88%). Hal ini sekaligus menjawab hipotesa awal penulis yang menyatakan bahwa dugaan terhadap rendahnya tingkat pengetahuan masyarakat kota Bukittinggi terhadap produk bank syariah.
- b. Belum terdistribusinya dengan baik informasi produk keberbagai segmen masyarakat, dari angka yang ditunjukkan di atas, dapat dijelaskan dengan adanya 0,61% responden yang sangat faham dan 12,88% responden faham tadi, menunjukkan informasi yang dimiliki sedikit orang ini tidak menyebar secara proporsional kesegmen masyarakat lain, mengingat nilai ini terpaut jauh sekali dengan nilai responden yang masuk dalam kategori kurang faham dan tidak faham.
- c. Pada aspek karakteristik memberikan sedikit kegembiraan, dengan 46 orang (28,66%) dari responden merupakan nasabah bank syariah, namun sayangnya, setelah melihat hasil tingkat kefahaman tadi hal ini justru merupakan indikasi bahwa bank syariah pun belum mampu untuk memberikan pemahaman yang baik pada nasabah yang telah memiliki hubungan dengan bank syariah.
- d. Pada aspek perspektif didapatkan bahwa, responden cenderung memiliki sentimen positif (54%) terhadap bunga bank konvensional yang dianggap lebih menguntungkan.

kan secara komersial dibandingkan dengan bagi hasil, disisi lain pada produk pembiayaan justru yang terjadi sebaliknya, 80,98% responden menganggap bahwa tingkat pengembalian pinjaman pada bank syariah lebih kecil dari pada kredit pada bank konvensional.

- e. Pada Aspek informasi ditemukan bahwa responden mendapatkan informasi terbanyak dari televisi, koran, dan brosur, sedangkan sumber yang kita harapkan memberi kontribusi besar seperti media masjid, ustadz, buya, marketing bank syariah, dan sekolah hanya menyumbang kurang dari 5% dari total aksesibilitas responden pada produk bank syariah.
- f. Ketersediaan informasi tentang produk bank syariah dipasaran dianggap terbatas oleh 92% responden, padahal 95,7% responden menganggap membutuhkan informasi tentang produk bank syariah.

DAFTAR PUSTAKA

Al-Qur'an Nur Karim

Abdullah, Burhanudin, *Makalah: Peran Kebijakan moneter dan Perbankan dalam mengatasi krisis ekonomi indonesia,*

Bank Indonesia, Jakarta, 2003.

Arikunto, Suharmisi, *Prosedur Penelitian, suatu pendekatan teori dan praktek,* Gramedia, Jakarta 1999

Bank Indonesia, *Cetak Biru pengembangan Bank syariah indonesia 2002-2012,* Jakarta 2002

-----, *Statistik Perkembangan Bank Syariah Indonesia,* Jakarta 2005

-----, *Laporan Perkembangan Bank Syariah tahun 2004,* Jakarta 2005

BPS dan Bapeda Bukittinggi, *Bukittinggi dalam Angka tahun 2004,* Bukittinggi, 2005

-----, *Produk domestik bruto dan tingkat inflasi kota Bukittinggi,* Bukittinggi, 2005

Kasmir, SE, MM, *Dasar Dasar Perbankan,* PT. Raja Grafindo, Jakarta, 2002

-----, *Menajemen Perbankan,* PT. Raja Grafindo, Jakarta, 2000

-----, *Bank dan lembaga keuangan lainnya,* PT. Raja Grafindo, Jakarta, 1997

- Karim, Adiwirman ir, SE, MBA, MAEP, *Bank Islam, analisis fiqh dan keuangan*, ed.2, Raja Grafindo, Jakarta 2004
- Kotler, Philips. *Menejemen Pemasaran*, ed.1, Pearson
- Education Asia, Pte,Ltd dan Prenhallindo, Jakarta 2002
- , *Menejemen Pemasaran*, ed.2, Pearson Education Asia, Pte, Ltd dan Prenhallindo, Jakarta 2002
- Maleong, Lexi J, *Prosedur Penelitian kualitatif*, Rajawali Press, Jakarta 2000
- Mulyana, Deddy, Dr, MA, *Methodologi Penelitian Kualitatif*, Remaja Rosda Karya, Bandung, 2004.
- Perwataatmadja, Karnaen dan Muhammad Syafe'I Antonio, *Apa, dan Bagaimana Bank Islam*, PT. Dana Bakti Prima Yasa, Yogyakarta 1992
- Soemitro, Warkum *Asas asas Perbankan islam dan lembaga Terkait*, PT raja Grafindo Persada, Jakarta 2002
- Sudarsono, Heri, *Bank dan lembaga Keuangan Syariah, Deskripsi dan Ilustrasi*, Ekonisia, Yogyakarta, 2004
- Undang-Undang No. 7 tahun 1992
- Undang-Undang No. 2 tahun 1992
- Undang-Undang No.10 tahun 1998
- Undang-Undang No.23 tahun 1998