

PERSEPSI NASABAH TERHADAP PRODUK TABUNGAN IB HASANAH DAN DAMPAKNYA TERHADAP MINAT MENABUNG NASABAH

Abd Rauf Wajo¹, Erna Betawi²

^{1,2}Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, IAIN Ternate
Jalan Lumba-Lumba No. 8, Ternate, Maluku Utara, 97727, Indonesia

✉ Corresponding Author:

Nama Penulis: Abd Rauf Wajo

E-mail: abd.raufwajo@iain-ternate.ac.id

Abstract

This study aims to determine customer perceptions of iB Hasanah savings and the impact on decisions to become customers at Bank Syariah Indonesia (BSI) Ternate Hasan Esa Ternate. This research using qualitative research to explain the facts objectively according to the data obtained through observation data sources, interviews and documentation at the research location for further analysis using a qualitative descriptive approach. The results of the study indicate that customer perceptions of the iB Hasanah savings product are: first, customers know that this product is part of the implementation of religious values in saving assets or money in Islamic banking. Second, customers have confidence that their savings must be managed by trustworthy people so that their security and blessings are guaranteed. Third, customers choose the iB Hasanah savings product which is managed with the principle of profit sharing. Several customer perceptions of the iB Hasanah savings product have an impact on customer interest in saving with the iB Hasanah savings product. This interest arose from customers' perceptions of their knowledge of iB Hasanah products, their trust in Islamic banks and iB Hasanah savings products, as well as managing savings funds in iB Hasanah products with the principle of profit sharing.

Keywords: *IB Hasanah; Customer perception; Saving interest*

Abstrak

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui persepsi nasabah tentang tabungan iB Hasanah dan dampaknya terhadap keputusan menjadi nasabah di Bank Syariah Indonesia (BSI) Kantor Cabang Ternate Hasan Esa. Penelitian ini adalah jenis penelitian kualitatif dengan menjelaskan fakta-fakta secara obyektif sesuai data-data yang diperoleh melalui sumber data observasi, wawancara dan dokumentasi di lokasi penelitian untuk selanjutnya dianalisis dengan pendekatan deskriptif kualitatif. Hasil Penelitian menunjukkan bahwa persepsi nasabah

terhadap produk tabungan iB Hasanah di Bank Syariah Indonesia (BSI) Kantor Cabang Ternate Hasan Esa adalah: pertama, nasabah mengetahui produk ini merupakan bagian dari implementasi nilai keagamaan dalam penyimpanan harta atau uang pada perbankan Syariah. Kedua, nasabah memiliki keyakinan bahwa uang simpanannya pasti dikelola oleh mereka yang beramanah sehingga terjamin keamanan dan keberkahannya. Ketiga, nasabah memilih produk tabungan iB Hasanah dikelola dengan prinsip bagi hasil. Beberapa persepsi nasabah tentang produk tabungan iB Hasanah tersebut selanjutnya berdampak terhadap minat nasabah untuk menabung di produk tabungan iB Hasanah BSI KC. Ternate Hasan Esa. Minat tersebut lahir dari perspsi nasabah tentang pengetahuannya terhadap produk iB Hasanah, kepercayaannya pada bank syariah dan produk produk tabungan iB Hasanah, serta pengelolaan dana tabungan di produk iB Hasanah dengan prinsip bagi hasil.

Kata kunci: IB Hasanah; Persepsi nasabah; Minat menabung

PENDAHULUAN

Kehadiran beberapa lembaga perbankan syariah di Indonesia merupakan respon atas kebutuhan masyarakat yang mayoritas beragama Islam terhadap sistem keuangan yang bersandar pada nilai-nilai syariat Islam. Oleh karena itu, kehadirannya menjadi urgen untuk mewadahi kebutuhan keuangan masyarakat pada lembaga keuangan syariah baik sebagai nasabah penghimpun dana (funding), maupun sebagai nasabah penerima pembiayaan (financing) serta produk jasa lainnya. Sebagai realisasinya, pemerintah menerbitkan beberapa ketetapan undang-undang maupun peraturan terkait memperkuat legalitas lembaga perbankan syariah, antara lain sebagaimana tertuang dalam pasal 1 ayat 2 Undang-undang Nomor 21 Tahun 2008 Tentang Perbankan Syariah yang menjelaskan memiliki fungsi bank syariah yang sama dengan bank konvensional yakni menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya kepada masyarakat dalam bentuk pembiayaan dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat (Sjahdeni, 2014:39-40).

Namun demikian dalam perkembangannya, bank syariah seolah seperti sulit untuk menembus dominasi perbankan konvensional, padahal mayoritas masyarakatnya adalah muslim. Hal ini dapat dibuktikan dengan sedikitnya pengetahuan dan keingin-tahuan masyarakat tentang perbankan syariah itu sendiri (Kasmir, 2011:188). Salah satu faktor yang dialami oleh perbankan syariah adalah pemahaman dan sosialisasi terhadap masyarakat tentang produk dan sistem perbankan syariah di Indonesia masih sangat terbatas. Hal tersebut kemudian berdampak terhadap minimnya pengetahuan nasabah tentang lembaga keuangan syariah atau bank syariah

itu sendiri. Minimnya pengetahuan masyarakat mengenai perbankan syariah akan berdampak pada persepsi masyarakat yang belum tepat terhadap keberadaan bank syariah. Sementara persepsi masyarakat memberi sangat menentukan kemajuan atau kemunduran bank syariah. Persepsi juga akan mempengaruhi perilaku nasabah dalam menentukan keputusan untuk berinvestasi dan mengambil dana atau sebaliknya menolak untuk bermitra di bank syariah (Oktavia, 2018:22).

Bank Syariah Indonesia Tbk. (selanjutnya disebut dengan BSI), resmi beroperasi pada 1 Februari 2021, merupakan hasil peleburan (*marger*) dari 3 (tiga) bank syariah Indonesia yaitu PT Bank BRI Syariah Tbk., PT Bank Syariah Mandiri, dan PT Bank BNI Syariah. PT. Bank BNI Syariah yang saat ini satu perusahaan dalam BSI, berdiri tanggal 29 April 2000 kini telah memiliki lebih dari 20 KC. di seluruh Indonesia (Kantor Pusat BNI Syariah, 2015). BSI Kantor Cabang (selanjutnya di singkat KC.) Ternate Hasan Esa sebagai bagian dari operasonalisasi kantor BSI pusat, resmi beroperasi mulai juli 2014. Pendirian BSI KC. Hasan Esa di wilayah Ternate dilatarbelakangi oleh pandangan bahwa Ternate merupakan daerah gugusan pulau-pulau kecil yang potensi bisnis tinggi dan di wilayah inilah yang mengantarkan panji BSI KC. Ternate Hasan Esa ke “surga” rempah Indonesia.

Di samping Kantor Cabang, salah satu aspek penting dari perkembangan BSI adalah produk tabungan dan pembiayaan yang ditawarkan kepada nasabah. Produk merupakan faktor esensial untuk melaksanakan suatu strategi bisnis, termasuk pada BSI, akan tetapi produk tidak selamanya menjamin kesuksesan lembaga perbankan jika produk-produk tersebut tidak sesuai dengan kebutuhan nasabah. Dalam melaksanakan fungsinya, salah satu produk tabungan yang ditawarkan BSI KC. Hasan Esa kepada masyarakat adalah Tabungan iB Hasanah. simpanan atau investasi pada BSI KC. Ternate Hasan Esa yang dalam kegiatan operasionalnya dijalankan berdasarkan *akad mudharabah* atau berdasarkan *akad wadiah*. Tabungan iB Hasanah memberikan berbagai fasilitas serta kemudahan kepada Nasabah Perorangan ataupun Non Perorangan dalam mata uang rupiah (FSEI, 2020). Produk tabungan iB Hasanah ini merupakan bagian paling pokok dalam pemanfaatan jasa perbankan yang ditawarkan oleh BSI KC. Ternate Hasan Esa kepada nasabah. Hal ini dibuktikan dengan pertambahan jumlah produk tabungan iB Hasanah baik dari sisi jumlah nasabahnya maupun jumlah dana yang terhimpun dari produk tersebut jika dibandingkan dengan produk tabungan lainnya.¹

Preferensi nasabah dalam memilih produk iB Hasanah di Bank Syariah Indonesia (BSI) KC. Ternate Hasan Esa, dipengaruhi oleh persepsi nasabah terhadap produk tersebut. Persepsi ini terbentuk dari pemahaman

¹ Iyan Windih Segeha, (*Financing Administrasi*), Wawancara, Ternate, 23 Juli 2021

masyarakat tentang produk iB Hasanah melalui informasi dan publikasi pihak BSI KC. Hasan Esa dalam beberapa kegiatan promosi. Dari informasi yang diperoleh, nasabah kemudian berpersepsi bahwa produk tabungan ini menarik, karena pertimbangan keamanan dan keberkahan, sebab uang simpanannya dikelola oleh orang yang beramanah dan sesuai syariat Islam.²

Tingginya minat nasabah untuk menabung di produk tabungan iB Hasanah tersebut menunjukkan bahwa adanya hubungan yang saling berpengaruh antara persepsi dengan minat nasabah dalam memilih produk tersebut. Untuk itu penelitian ini dilakukan untuk mengetahui persepsi nasabah tentang produk tabungan iB Hasanah di KC. Ternate Hasan Esa dan dampaknya terhadap keputusan menjadi nasabah penabung pada produk tersebut.

KAJIAN PUSTAKA

Persepsi Masyarakat Terhadap Perbankan Syariah

Persepsi berasal dari *perception* yang berarti kesadaran, pengaturan panca indra kedalam pola-pola pengalaman. Persepsi adalah proses internal yang memungkinkan seseorang untuk memilih, mengorganisasikan, dan menafsirkan rangsangan dari lingkungan dan proses tersebut mempengaruhi perilaku seseorang (Angelica, 2008:175). Istilah persepsi biasanya digunakan untuk mengungkapkan tentang pengalaman terhadap sesuatu benda ataupun sesuatu kejadian yang dialami. Walgito, mengungkapkan bahwa persepsi sebagai proses penerimaan stimulus oleh individu melalui alat indra yang mengakibatkan munculnya daya memahami atas sesuatu. Persepsi menurutnya merupakan *starting point* bagi lahirnya macam perilaku seperti apa yang akan dilakukan oleh manusia. Dengan kata lain, persepsi adalah potensi yang sewaktu-waktu siap diaktualisasikan dalam bentuk sikap dan perilaku. Hal yang demikian, berangkat dari penyimpulan bahwa persepsi adalah salah satu kemampuan kognisi yang sangat berperan sehubungan dengan aktivitas-aktivitas manusia lainnya, yang sifatnya lebih kompleks (Rahmaway, 2014).

Dari pengertian di atas dapat disimpulkan bahwa Persepsi adalah proses internal yang memungkinkan seseorang untuk memilih, mengorganisasikan, dan menafsirkan rangsangan dari lingkungan dan proses tersebut mempengaruhi perilaku seseorang dan proses yang memungkinkan suatu organisme menerima, menganalisis informasi yang ditangkap oleh organorgan bantunya yang kemudian masuk ke dalam otak. Di dalamnya terjadi proses berfikir yang pada akhirnya terwujud dalam sebuah pemahaman.

² Ibu Dewi Nurdin (nasabah), Wawancara, Ternate, 21 Juli 2021

Perkembangan perbankan syariah di Indonesia menunjukkan arah peningkatan. Peningkatan tersebut dapat dilihat dari beberapa indikator, yaitu: aset, dana pihak ketiga (DPK), dan pembiayaan yang selalu menunjukkan trend positif dari tahun ke tahun. Otoritas Jasa Keuangan (OJK) melaporkan bahwa hingga Juni 2020, aset perbankan syariah telah mencapai Rp 545,39 triliun atau tumbuh 9,22 persen *year on year* (yoy). Sementara jumlah total Pembiayaan Yang Disalurkan (PYD) dan Dana Pihak Ketiga (DPK) perbankan syariah juga meningkat jadi masing-masing Rp 377,525 triliun dan Rp 430,209 triliun. Begitu juga dengan *market share* perbankan syariah juga meningkat jadi 6,18%. Porsi *market share pada sesama lembaga* perbankan syariah tersebut terdiri dari bank umum syariah menyumbang 65,33%, unit usaha syariah 32,17%, dan bank pembiayaan rakyat syariah 2,5% (www.bareksa.com).

Namun demikian dalam perkembangannya, perbankan syariah banyak tantangan dan permasalahan yang dihadapi. Permasalahan yang muncul antara lain adalah rendahnya pengetahuan masyarakat terhadap perbankan syariah terutama yang disebabkan dominasi perbankan konvensional. Ada beberapa kendala yang muncul sehubungan dengan pengembangan perbankan syariah, yaitu diantaranya berupa: 1) Pemahaman masyarakat yang belum tepat terhadap kegiatan operasional bank syariah; 2) Peraturan perbankan yang berlaku belum sepenuhnya mengakomodasi operasional bank syariah; 3) Jaringan kantor bank syariah yang belum luas; dan 4) Sumber daya manusia yang memiliki keahlian dalam bank syariah masih sedikit. Banyak faktor yang menyebabkan umat Islam belum berhubungan atau bertransaksi dengan bank syariah, antara lain (Sirat, 2010):

- a. Tingkat pengetahuan dan pemahaman umat tentang bank syariah masih sangat rendah;
- b. Peran ulama dan dai' masih relatif kecil;
- c. Peran akademisi perguruan tinggi belum optimal; dan
- d. Peran ormas Islam juga belum optimal membantu dan mendukung gerakan bank syariah.

Meskipun dihadapkan dengan berbagai tantangan di atas, persepsi masyarakat tentang perbankan syariah masih menunjukkan suatu nilai positif untuk kemajuan perbankan syariah di Indonesia. Hasil penelitian yang dilakukan oleh Sri Atuti Ratnasari menunjukkan bahwa sebagian besar responden menyetujui keberadaan bank syariah sebagai bank yang menjalankan prinsip syariah dengan sistem bagi hasil yang berbeda dengan sistem bunga yang dijalankan oleh bank konvensional. Walaupun disisi lain terkait preferensi masyarakat terhadap bank syariah didasarkan pada produk, pelayanan, fasilitas serta lokasi, sebagian besar masyarakat belum

menjadikan keempat hal tersebut sebagai dasar pemilihannya terhadap perbankan syariah (Manggul dan Dalif, 2021).

Oleh karena itu persepsi masyarakat atas bank syariah menunjukkan bahwa sebagian besar masyarakat menyetujui keberadaan bank syariah yang menerapkan prinsip bagi hasil yang sesuai dengan syariat Islam serta keberadaan bank syariah yang berbeda dari sistem perbankan konvensional. Akan tetapi masih terdapat sikap netral/keragu-raguan dari masyarakat terhadap pemahaman akan riba yang difatwakan haram oleh MUI serta sistem bunga yang termasuk kategori riba yang dijalankan oleh perbankan konvensional. Dari persepsi yang baik dari masyarakat terhadap bank syariah, berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap preferensi masyarakat atas keberadaan bank syariah (Manggul dan Dalif, 2021).

Persepsi Nasabah terhadap Produk Tabungan Bank syariah

Undang-Undang Nomor 21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah, pasal 1 angka 21 menyebutkan bahwa tabungan adalah simpanan berdasarkan akad wadiah atau investasi dana berdasarkan akad mudharabah atau akad lain yang tidak bertentangan dengan prinsip syariah yang penarikannya hanya dapat dilakukan menurut syarat dan ketentuan tertentu yang disepakati. Produk tabungan bank syariah diimplementasikan melalui prinsip (akad) simpanan *wadi'ah* dan *Mudharabah* yaitu:

1. *Wadiah* adalah akad penitipan barang atau uang pada bank syariah, dimana pihak bank berkewajiban menjaga dan merawat barang tersebut dengan baik serta mengembalikannya saat penitip (muwadi') menghendakinya. Jika akadnya *wadi'ah amanah* pihak bank tidak dapat mengelola dana tersebut, sedangkan jika akadnya *wadi'ah yad amanah* maka pihak bank dapat memanfaatkan simpanan nasabah untuk pembiayaan dan akan dikembalikan jika pihak nasabah ingin menarik kembali dana tersebut.
2. *Mudharabah* adalah akad kerja sama modal dari pemilik dana (shahibul maal) dengan pengelola dana atau pengusaha (mudharib) atas dasar bagi hasil. Dalam penghimpunan dana, pihak bank syariah berfungsi sebagai mudharib dan penyimpan sebagai *shahibul maal*. Keuntungan dibagi sesuai kesepakatan, dan kerugian ditanggung oleh pemilik dana atau nasabah.

Sama seperti perbankan konvensional, produk tabungan pada bank syariah adalah simpanan yang penarikannya hanya dapat dilakukan menurut syarat tertentu yang disepakati, tetapi tidak dapat ditarik dengan cek, bilyet giro dan atau alat lainnya yang dipersamakan dengan itu. Nasabah jika hendak mengambil simpanannya dapat datang langsung ke bank dengan

membawa buku tabungan, slip penarikan, atau melalui fasilitas ATM. Adapun yang dimaksud dengan tabungan syariah adalah simpanan yang dijalankan berdasarkan prinsip-prinsip syariah. Pada dasarnya tabungan dan simpanan itu sama akan tetapi di dalam prakteknya tabungan digunakan pada bank syariah dan simpanan digunakan pada *Baitul Maal wa Tamwil*. Adapun yang dimaksud dengan tabungan syariah adalah simpanan yang dijalankan berdasarkan prinsip-prinsip syariah (Ashori, 2009:92).

Relevan dengan persepsi tentang produk tabungan bank syari'ah adalah tingkat pengetahuan dan pemahaman masyarakat tentang produk tabungan tersebut di atas. Sebagaimana telah dikemukakan oleh beberapa pakar ekonom muslim bahwa salah satu kendala bagi pengembangan bank syari'ah adalah rendahnya pemahaman masyarakat terhadap produk dan operasional bank syari'ah termasuk produk tabungan yang merupakan bagian penting untuk menunjang operasionalisasi dari bank syariah itu sendiri. Untuk itu, perlu adanya edukasi terhadap pemahaman masyarakat tentang produk dan jasa bank syari'ah. Persepsi tentang pemahaman terhadap produk dan jasa bank syari'ah akan mempengaruhi perilaku masyarakat dalam berinvestasi atau menabung dan mengambil dana dari bank syari'ah.

Menurut Djasmin Maku, kepercayaan masyarakat terhadap industri perbankan nasional merupakan salah satu kunci untuk memelihara stabilitas industri perbankan. Kepercayaan ini dapat diperoleh dengan adanya kepastian hukum dalam pengaturan dan pengawasan bank serta penjaminan simpanan nasabah bank (Maku, 2017). Oleh sebab itu menurut Maku, baik pemilik dan pengelola bank maupun otoritas yang terlibat dalam pengaturan pengawasan bank harus dapat mewujudkan kepercayaan masyarakat dengan penjaminan seluruh kewajiban bank.

Dengan demikian untuk menciptakan hubungan yang baik antara nasabah dengan dengan otoritas jasa keuangan, maka perbankan syariah dalam kegiatannya berpegang pada prinsip kepercayaan, kehati-hatian, prinsip-prinsip akad pengelolaan perbankan syariah atas dasar Al-Qur'an dan Hadits Nabi, ijma' (Maku, 2017). Sedangkan menurut Chanafi dan Ibrahim, berdasarkan hasil penelitian bahwa produk-produk bank syariah memberikan kontribusi bagi minat menabung masyarakat di Perbankan syariah (Rusdianto et al, 2016). Selain itu, persepsi masyarakat juga mampu memoderasi antara produk Bank Syariah dengan minat menabung, jika bank syariah mampu memberikan edukasi kepada masyarakat bahwa produknya terbebas dari unsur riba.

Prinsip dan Produk Perbankan Syariah

Dalam menjalankan kegiatan bank syariah memiliki prinsip usaha berdasarkan ketentuan-ketentuan syariah Islam, khususnya yang relevan dengan tata cara bermuamalah secara Islami (Wibowo et al, 2005:33). Lebih spesifik lagi menurut Sudarsono, mengemukakan bahwa bank syariah adalah lembaga keuangan yang usaha pokoknya memberikan kredit dan jasa-jasa lain dalam lalu lintas pembayaran serta peredaran uang yang beroperasi dengan prinsip-prinsip syariah (Sutanto dan Umam, 2013:105-106). Shahdeini menyebutkan bahwa bank syariah adalah lembaga yang berfungsi sebagai intermediasi yaitu mengerahkan dana dari masyarakat dan menyalurkan kembali dana-dana tersebut kepada masyarakat yang membutuhkan dalam bentuk pembiayaan tanpa berdasarkan prinsip bunga, melainkan berdasarkan prinsip syariah (Sjahdeni, 2007:1). Berdasarkan prinsip Syariah dengan demikian, maka bank syariah dalam operasionalnya tidak mengandalkan pada bunga sebagaimana bank konvensional, melainkan sebagai lembaga keuangan yang operasional dan produknya dikembangkan berlandaskan Al-Qur'an dan hadits Nabi SAW serta ketentuan syariat lainnya.

Produk-produk bank syariah bank syariah merupakan bank dengan prinsip dasar bagi hasil yang merupakan landasan utama dalam segala operasinya, baik dalam pengerahan dananya maupun dalam penyaluran dananya. secara garis besar jenis kegiatan usaha bank syariah dapat dibagi ke dalam tiga kategori utama yaitu penghimpunan dan (*funding*), penyaluran dana (*lending*), dan pelayanan jasa (*service*). Produk-produk tersebut diaplikasikan untuk melayani kebutuhan warga masyarakat. Produk-produk dimaksud secara teknis telah mendapat rekomendasi dari para ulama, atau dalam hal ini telah mendapat persetujuan dari Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia (DSN MUI) yang berwenang mengawasi berbagai bentuk dan produk perbankan syariah sampai pada tingkat operasionalnya.

Secara garis besar, pengembangan produk bank syari'ah dikelompokkan menjadi tiga kelompok, yaitu: Produk Penyaluran Dana; Produk penghimpunan Dana; Produk jasa. Produk-produk tersebut yang ditawarkan bank kepada nasabahnya (Muhammad, 2015:8). Produk Penyaluran Dana, diimplementasikan melalui tiga prinsip yaitu: 1). Prinsip Jual Beli (*ba'i*) dilakukan dengan menggunakan akad *Ba'i Al-Murabahah*, *Ba'i As-Salam* dan *Ba'i Al-Istishna'*; 2) Prinsip Sewa (*Ijarah*); 3) Prinsip Bagi Hasil (*Syirkah*) yang diimplementasikan melalui dua macam produk, yaitu: *Musyarakah* dan *Mudharabah*.

Sementara *produk Penghimpun Dana* diimplementasikan melalui: 1). prinsip *wadi'ah*, meliputi: *wadi'ah amanah* dan *wadi'ah yad Amanah*; 2) Prinsip *Mudharabah*; dalam praktiknya meliputi tabungan *mudharabah* dan deposito *mudharabah*. Sedangkan *produk Jasa Perbankan*, yaitu untuk dapat

menghasilkan usaha bank kepada penyimpan mudharabah, bank syari'ah menawarkan jasa-jasa perbankan kepada masyarakat dalam bentuk: 1) Pembiayaan untuk berbagai kegiatan investasi atas dasar bagi hasil; 2) pembiayaan pengadaan barang untuk disewakan atau untuk disewa belikan dalam bentuk sewa guna usaha (*al-ijarah*) dan sewa beli (*baiu takjiri*). 3). Pemberian pinjaman tunai untuk kebajikan (*al-qardhul hasan*); 4) Fasilitas-fasilitas perbankan umumnya yang tidak bertentangan dengan syari'ah (Santoso dan Rahmawati, 2016).

METODE

Penelitian ini adalah jenis penelitian kualitatif dengan menjelaskan fakta-fakta secara obyektif sesuai data-data yang diperoleh melalui sumber data observasi, wawancara dan dokumentasi di lokasi penelitian untuk selanjutnya dianalisis dengan *pendekatan deskriptif kualitatif*. Adapun lokasi penelitian ini adalah Bank Syariah Indonesia (BSI) Kantor Cabang Ternate Hasan Esa, Jalan Hasan Esa Kota Ternate Provinsi Maluku Utara. Sementara jenis data kualitatif yang digunakan dalam penelitian ini meliputi; gambaran operasional BSI KC. Ternate Hasan Esa, produk-produk BSI KC. Ternate Hasan Esa, Produk iB Hasanah di BSI KC. Ternate Hasan Esa dan persepsi nasabah produk tabungan iB Hasanah BSI KC. Ternate Hasan Esa serta data terkait lainnya. Sumber data dalam penelitian yaitu: *pertama*, pihak BSI KC. Ternate Hasan Esa, meliputi: Kepala Cabang, *Financial Administration* dan *Costumer Service Head* dan *Costumer Prossesion Assistant* dan pihak lainnya; *kedua*, nasabah produk tabungan iB Hasanah BSI KC. Ternate Hasan Esa; dan *ketiga*, sumber data skunder yang dibutuhkan dalam penelitian ini.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Produk Tabungan iB Hasanah BSI KC. Hasan Esa Ternate

Tabungan iB Hasanah adalah simpanan atau investasi pada BSI Kantor Cabang Ternate Hasan Esa yang dalam kegiatan operasionalnya dijalankan berdasarkan akad *mudharabah* atau berdasarkan akad *wadiah*. Tabungan iB Hasanah memberikan berbagai fasilitas serta kemudahan kepada Nasabah Perorangan ataupun Non Perorangan dalam mata uang rupiah. Dalam Dokumen Annual Report, dijelaskan bahwa Tabungan iB Hasanah adalah simpanan transaksional yang penarikannya hanya dilakukan menurut syarat tertentu, tidak dapat ditarik dengan Cek/Bilyet Giro atau alat yang dipersamakan dengan itu (BNIS, 2011).

Menurut Bapak Iyan Windih Segeha, (*Financing Administrasi*), produk tabungan dengan akad mudharabah dan wadiah di BSI KC. Ternate Hasan Esa terdiri dari beberapa produk penyimpanan, yaitu: (1) Tabungan iB Hasanah,

(2) Tabungan iB Hasanah non perorangan, (3) Tabungan iB Hasanah (Mahasiswa/Anggota), (4) TabunganKu iB, (5) Deposito iB Hasanah, (6) Giro iB Hasanah, (7) Tabungan iB Bisnis Hasanah, (8) Tabungan iB THI Hasanah, (9) Tabungan iB Prima Hasanah, (10) Tabungan iB Tapenas Hasanah, (11) Tabungan iB Tunas Hasanah.³

Khususnya dalam tabungan iB Hasanah, merupakan produk tabungan BSI KC. Ternate Hasan Esa yang memberikan berbagai fasilitas serta kemudahan dalam mata uang Rupiah. Tabungan ini memiliki berbagai fasilitas transaksi *e-Banking* seperti Internet Banking SMS Banking Mobile Banking dan lain-lain. BSI iB Hasanah dilengkapi dengan Hasanah debit silver sebagai kartu ATM/Debit yang dapat digunakan untuk transaksi diseluruh *mercchant Card* seluruh dunia.

Adapun keunggulan dari tabungan iB Hasanah di BSI KC. Ternate Hasan Esa adalah sebagai berikut:

1. Hasanah *debit silver* dengan limit transaksi tarik tunai RP. 5 Juta/hari, tranfer RP 50 Juta/hari (ke sesama Bank Syari'ah Indonesia BSI)
2. Bebas biaya administrasi bulanan untuk akad wadi'ah
3. Fasilitas *Auto debet* untuk pembayaran tagihan tertentu.
4. Fasilitas *e-Banking (Internet Banking, SMS Banking, Mobile Banking dan phone Banking)*.
5. Bebas biaya tarik tunai di seluruh ATM Bank syari'ah Indonesia.
6. Bebas biaya tranfer kesesama rekening Bank Syari'ah Indonesia.⁴

Nasabah iB Hasanah dari awal berdirinya BNI Syariah KC. Hasan Esa sampai dengan dimarger menjadi BSI KC. Ternate Hasan Esa selalu mengalami peningkatan signifikan, seperti yang dijelaskan Ibu Linna Firmani (*funding salles* BSI KC. Ternate Hasan Esa) bahwa Sejak berdirinya BNI Syariah KC. Ternate Hasan Esa sampai dengan berafiliasi menjadi BSI, jumlah nasabah tabungan iB Hasanah sudah mencapai angka 1.623 nasabah. Minimal dalam 2 (dua) hari pasti ada nasabah baru yang ingin membuka rekening di tabungan iB Hasanah. Dengan demikian dalam setiap bulannya nasabah pada produk ini selalu mengalami penambahan jumlah.⁵

Data di atas menunjukkan bahwa adanya kepercayaan nasabah untuk menitipkan dananya di BSI KC. Ternate Hasan Esa melalui produk tabungan iB Hasanah. Dengan kepercayaan yang diberikan oleh nasabah bank BSI KC. Ternate menjadi lebih mudah dalam menghimpun dana dan menyelurkan kembali dana tersebut ke masyarakat yang membutuhkan dana tersebut.

³ Iyan Windih Segeha, (*Financing Administrasi/Planning Sales* BSI KC. Ternate Hasan Esa), *Wawancara*, Ternate, 23 Juni 2021

⁴ Ibu Nuraini (*Consumer Prosessing Assistant*), *Wawancara*, 19 Agustus 2021

⁵ Linna Firmani (*funding salles*), *Wawancara*, Ternate, 21 Agustus 2021

Dengan demikian BSI KC. Ternate Hasan Esa dapat menjalankan fungsinya sebagai lembaga keuangan yang menghimpun, menyalurkan serta memberikan fasilitas layanan perbankan secara baik.

Persepsi Nasabah Terhadap Produk iB Hasanah

Beberapa aspek yang membentuk persepsi nasabah untuk memilih produk bank syariah antara lain meliputi; pengetahuan tentang bank syariah (*knowledge of Islamic banking*), kepercayaan terhadap bank syariah (*confidance of Islamic banking*), produk dan layanan bank syariah (*Islamic banking product and service*) (Utama, 2017). Ketiga aspek tersebut selanjutnya dipakai untuk menganalisis persepsi nasabah terhadap produk tabungan iB Hasanah di Bank Syariah Indonesia (BSI) KC. Ternate Hasan Esa, sebagai berikut:

1. Persepsi nasabah yang terbentuk melalui pengetahuannya terhadap tabungan iB Hasanah. Pengetahuan tersebut setidaknya dipengaruhi oleh beberapa faktor, antara lain; *pertama*, pengetahuan nasabah tentang produk iB Hasanah melalui kegiatan sosialisasi produk yang dilaksanakan oleh pihak bank BSI KC. Ternate Hasan Esa. Ibu Dewi Nurdin misalnya, mengemukakan bahwa beliau mengenal produk iB Hasanah dari brosur yang dikasih oleh pihak BSI KC. Ternate Hasan Esa dan melalui kegiatan Expo Syariah yang diselenggarakan oleh Bank Indonesia tahun 2019 lalu serta informasi dari teman dan pihak bank tentang kegunaan dan persyaratan dari produk iB Hasanah.⁶ *Kedua*, pengetahuan nasabah tentang implementasi nilai keagamaan dalam penyimpanan harta atau uang pada perbankan Syariah. Dalam hal ini Ibu Murniati, menyampaikan bahwa sebagai seorang muslimah, beliau mengetahui bahwa tabungan iB Hasanah, akan dikelola pihak bank sesuai dengan ajaran Islam, bukan dengan cara bunga yang dilarang dalam Islam.⁷
2. Persepsi nasabah yang terbentuk melalui kepercayaan nasabah pada tabungan iB Hasanah. Aspek kepercayaan turut mempengaruhi persepsi nasabah dalam memilih produk tabungan iB Hasanah di BSI KC. Ternate Hasan Esa. Menurut Ibu Nurlina Soamole, menabung di produk tabungan iB Hasanah KC. Ternate karena kepercayaannya pada perbankan Syariah. Menurutnya keyakinan terhadap perbankan syariah sebagai lembaga keuangan yang prinsip operasionalnya berdasarkan syariat Islam, membentuk kepercayaannya untuk menabung di produk iB Hasanah.⁸ Begitu juga dengan kepercayaan Ibu Murniati bahwa uang simpanannya

⁶ Ibu Dewi Nurdin (nasabah), Wawancara, Ternate, 21 Juli 2021

⁷ Ibu Murniati (nasabah), Wawancara, Ternate 19 Agustus 2021

⁸ Ibu Nurlina Soamole (nasabah), Wawancara, Ternate, 25 Agustus 2021

pasti dikelola oleh mereka yang beramanah sehingga terjamin keamanan dan keberkahannya.

3. Persepsi nasabah tentang prinsip bagi hasil pada produk tabungan iB Hasanah. Persepsi ini dipengaruhi oleh pengelolaan produk tabungan iB Hasanah dengan prinsip bagi hasil (*wadiah yad dhamanah* dan *mudharabah*). Menurut Bapak Syafrudin Safar, prinsip bagi hasil dari dana yang tersimpan di tabungan iB Hasanah secara ekonomi menguntungkan nasabah. Begitu juga dengan pendapat Ibu Rini Aljogja, yang membandingkan pengelolaan dana tabungan iB Hasanah di BSI KC Ternate Hasan Esa yang berbeda dengan jenis tabungan lain di bank-bank konvensional yang hanya berorientasi pada keuntungan sepihak dari dana tabungan nasabah.

Dampak Persepsi Nasabah terhadap Minat Menabung

Minat menabung adalah suatu kekuatan yang mendorong individu untuk memberikan perhatian terhadap kegiatan menyimpan uang di bank berdasarkan pandangan, pengetahuan dan pengalaman terhadap lembaga perbankan. Atas dasar itulah kemudian membentuk persepsi nasabah. Dengan demikian maka persepsi nasabah secara langsung berpengaruh terhadap keputusan menabung di lembaga perbankan syariah, termasuk di BSI KC. Ternate Hasan Esa Ternate.

Beberapa persepsi nasabah sebagaimana telah dikemukakan di atas, berpengaruh terhadap keputusan nasabah untuk menabung di produk iB Hasanah BSI KC. Ternate Hasan Esa.

1. Persepsi nasabah yang terbentuk dari pengetahuannya terhadap perbankan syariah dan produknya, berdampak pada motivasi nasabah untuk menabung di produk tabungan iB Hasanah. Bapak Kasim Dero dalam hal ini mengemukakan bahwa melalui pengetahuannya tentang produk iB Hasanah yang dijelaskan oleh pihak BSI, membentuk persepsinya bahwa produk ini baik dan selanjutnya memutuskan untuk menabung di produk tabungan iB Hasanah BSI KC. Ternate Hasan Esa.⁹
2. Persepsi nasabah yang terbentuk dari kepercayaannya pada produk iB Hasanah, berdampak terhadap minat nasabah untuk menabung di produk tersebut. Ibu Nurlina Soamole mengemukakan bahwa minat untuk menabung di produk tabungan iB Hasanah ini karena kepercayaannya terhadap bank syariah yang memiliki prinsip syariah dalam kegiatan operasionalnya, termasuk dalam pengelolaan dana tabungan nasabah.
3. Persepsi nasabah tentang pengelolaan produk tabungan iB Hasanah BSI KC. Ternate Hasan Esa dengan prinsip *wadiah yad dhamanah* dan

⁹ Bapak Kasim Dero, (nasabah), Wawancara, Ternate 23 Agustus 2021

mudharabah kemudian berdampak terhadap minat nasabah untuk menabung di produk tersebut. Menurut nasabah, keputusannya untuk menjadi nasabah di produk tabungan iB Hasanah karena mereka mengetahui bahwa dana yang disimpan melalui produk ini akan dikelola berdasarkan bagi hasil, bukan dengan sistem bunga. Dengan demikian dana simpanannya akan aman dan berkah.¹⁰

Beberapa penjelasan nasabah di atas menunjukkan bahwa persepsi nasabah tentang produk tabungan iB Hasanah berdampak terhadap minat nasabah untuk menabung di produk tabungan iB Hasanah BSI KC. Ternate Hasan Esa. Minat tersebut lahir dari persepsi nasabah tentang pengetahuannya terhadap produk iB Hasanah, kepercayaannya pada bank syariah dan produk produk tabungan iB Hasanah, serta pengelolaan dana tabungan di produk iB Hasanah dengan prinsip bagi hasil.

KESIMPULAN

Persepsi nasabah yang terbentuk melalui pengetahuannya terhadap tabungan iB Hasanah. Pengetahuan tersebut setidaknya dipengaruhi oleh beberapa faktor, antara lain; *pertama*, pengetahuan nasabah tentang produk iB Hasanah melalui kegiatan sosialisasi produk yang dilaksanakan oleh pihak bank BSI KC. Ternate Hasan Esa. *Kedua*, pengetahuan nasabah tentang implementasi nilai keagamaan dalam penyimpanan harta atau uang pada perbankan Syariah.

Pengetahuan nasabah terhadap perbankan syariah dan produknya, berdampak pada motivasi nasabah untuk menabung di produk tabungan iB Hasanah. Dalam hal ini nasabah mengemukakan bahwa melalui pengetahuannya tentang produk iB Hasanah yang dijelaskan oleh pihak BSI, membentuk persepsinya bahwa produk ini baik dan selanjutnya memutuskan untuk menabung di produk tabungan iB Hasanah BSI KC. Ternate Hasan Esa. Kepercayaannya nasabah pada produk iB Hasanah, berdampak terhadap minat nasabah untuk menabung di produk tersebut. Nasabah mengemukakan bahwa minat untuk menabung di produk tabungan iB Hasanah ini karena kepercayaannya terhadap bank syariah yang memiliki prinsip syariah dalam kegiatan operasionalnya, termasuk dalam pengelolaan dana tabungan nasabah. Persepsi nasabah tentang pengelolaan produk tabungan iB Hasanah BSI KC. Ternate Hasan Esa dengan prinsip *wadiah yad dhamanah* dan *mudharabah* yang dikelola berdasarkan bagi hasil, bukan dengan sistem bunga, berdampak terhadap minat nasabah untuk menabung karena nasabah menganggap simpanannya aman dan berkah

¹⁰ Bapak Syafrudin Syafar (nasabah), Wawancara, Ternate 25 Agustus 2021

DAFTAR PUSTAKA

- Angelica, Diana. (2008). *Prilaku organisasi*, Jakarta: Selemba Empat
- Anshori, Abdul Ghofur. (2009). *Perbankan Syariah di Indonesia*, Yogyakarta: Gadjah Mada University Press
- Kasmir, 2011. *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya*, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada
- Kantor Pusat BNI Syariah (2015). *Dokumen Panduan Operasional BNI Syariah*. Jakarta: Kantor Pusat BNI Syariah
- FSEI. (2020). *Laporan Pendidikan Praktikum Profesi Syari'ah (P3S) di Bank BNI Syariah Kantor Cabang Ternate*, "Dokumen. Ternate: FSEI IAIN Ternate
- Manggul, Sri Astuty Ratnasari, dan Dalif. (2021). Analisis Persepsi Masyarakat terhadap Bank Syariah di Kabupaten Polewali Mandar Sulawesi Barat, *dalam*, <https://ideas.repec.org/p/osf/osfxxx/w6gt9.html>. Diakses pada 05 Maret
- Maku, Yusman Alim Djasmin. (2017). Penerapan Prinsip-Prinsip tentang Bank Syariah, Hubungannya dengan Otoritas Jasa Keuangan, *Lex Crimen*, Vol. VI/No. 1, Jan-Feb
- Muhammad (2015). *Manajemen Dana Bank Syariah*, Jakarta: RajaGrafindo Persada
- Oktavia, Eka (2018). Analisis Persepsi, Pengetahuan dan Sikap Nasabah Terhadap Perbedaan Bank Syariah: Studi pada Bank Syariah Mandiri Kab. Pringsewu Lampung. (Skripsi: Fak. Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Negeri Raden Intan Lampung
- BNIS. (2011). PT. BNI Syariah, Annual Report, *Dokumen*, Jakarta
- Rahmawaty, Anita. (2014). Pengaruh Persepsi Tentang Bank Syariah Terhadap Minat Menggunakan Produk di BNI Syariah Semarang, *Addin*, Vol. 8. Nomor. 01. Februari
- Rusdianto, Hutomo dan Chanafi Ibrahim. (2016). Pengaruh Produk Bank Syariah terhadap Minat Menabung dengan Persepsi Masyarakat sebagai Variabel Moderating di Pati, *EQUILIBRIUM*: Nomor 1, Juni
- Sjahdeini, Sutan Remy. (2014). *Perbankan Syariah*, Jakarta: Kencana Prenadamedia Group
- Sirat, Abdul Hadi. (2010). Pesepsi Masyarakat Terhadap Perbankan Syariah di Kota Makassar, *Jin Mil al-Oalam"* Vol. 1.6 Nomor 26, Juli-Desember
- Sutanto, Herry, dan Khaerul Umam. (2013). *Manajemen Pemasaran Bank Syariah*, Bandung: CV Pustaka Setia,
- Sjahdeini, Sutan Remy. (2007). *Perbankan Islam*, Jakarta: PT Pustaka Utama Grafiti
- Santoso, dan Ulfah Rahmawati. (2016). Produk Kegiatan Usaha Perbankan Syari'ah dalam Mengembangkan UMKM di Era Masyarakat Ekonomi ASEAN (MEA)", *Jurnal Penelitian*, Vol. 10, No. 2, Agustus
- Utami, Dewi Ana Ratna. (2017). Pengaruh Persepsi Masyarakat tentang Perbankan Syariah terhadap Minat Menabung di Bank Syariah



(Studi Kasus pada Masyarakat Muslim Kuman Wijirejo Pandak Banten), Yogyakarta: Skripsi, UIN Sunan Kalijaga

Wibowo, Edy. (2005). *Mengapa Memilih Bank Syariah?*, Bogor: Ghalia Indonesia.

<https://www.bareksa.com/berita/pasar-modal/2020-09-23/ojk-aset-market-share-perbankan-syariah-meningkat-di-masa-pandemi-ini-datanya>, Diakses pada tanggal 07 Maret 2021