PENGARUH PUBLIKASI INFORMASI DALAM MEMPERKENALKAN PENGGUNAAN PRODUK BANK MUAMALAT KANTOR CABANG PEMBANTU (KCP) PALOPO

IAIN PALOPO

SKRIPSI

Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Meraih Gelar Sarjana Ekonomi (**S.E**)
pada Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Institut Agama Islam Negeri Palopo

Oleh

RUSDYANSAH SABIR
NIM 15.0402.0044

IAIN PALOPO

PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
PALOPO 2019

PENGESAHAN SKRIPSI

Skripsi berjudul "***Pengaruh Publikasi Informasi Dalam Memperkenalkan Penggunaan Produk Bank Muamalat Kantor Cabang Pembantu (KCP) Palopo''*** yang ditulis oleh **Rusdyansah Sabir,** Nomor Induk Mahasiswa (NIM) ***15 0402 0044***, Mahasiswa Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Palopo, yang dimunaqasyahkan pada hari rabu, tanggal *11 September 2019* bertetapan dengan *12 Muharram 1441* telah diperbaiki sesuai catatan dan permintaan Tim Penguji, dan diterima sebagai syarat meraih gelar *Sarjana Ekonomi (SE)*.

Palopo, 03 Desember 2019

TIM PENGUJI

1. Dr. Hj. Ramlah M, M.M.	Ketua Sidang	(.....)
2. Dr. Muh. Ruslan Abdullah, S.EI., M.A.	Sekretaris Sidang	(.....)
3. Dr. Kaharuddin, M.Pd.I.	Penguji I	(.....)
4. Muhammad Ilyas, S.Ag., MA.	Penguji II	(.....)
5. Dr. Muhammad Tahmid Nur, M.Ag.	Pembimbing I	(.....)
6. Hendra Safri, M.M	Pembimbing II	(.....)

Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Dr. Hj. Ramlah M, M.M.
NIP. 196102081994032001

Ketua Program Studi
Perbankan Syariah

Hendra Safri, M.M
NIP. 198610202015031001

IAIN PALOPO

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama	: Rusdyansah Sabir
Nim	: 15 0402 0044
Fakultas	: Ekonomi dan Bisnis Islam
Program Studi	: Perbankan Syariah
Judul	:"Pengaruh Publikasi Informasi Dalam Memperkenalkan Penggunaan Produk Bank Muamalat KCP Palopo"

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa:

1. Skripsi ini benar merupakan hasil karya sendiri, bukan plagiasi atau dipublikasi dari karya orang lain yang saya akui sebagai hasil tulisan atau pikiran saya sendiri.
2. Seluruh bagian dari skripsi ini adalah karya saya selain kutipan yang ditunjukan sumbernya. Segala kekeliruan yang ada didalamnya adalah tanggung jawab saya sendiri.

Demikian pernyataan ini dibuat sebagaimana mestinya. Bilamana dikemudian hari ternyata pernyataan saya ini tidak benar, maka saya bersedia sanksi atas perbuatan saya tersebut.

Palopo, 1 Desember 2019
Yang membuat pernyataan,

IAIN PALOPO

Rusdyansah Sabir
NIM. 15 0402 0044

NOTA DINAS PENGUJI

Palopo,22Agustus 2019

Lamp :
Ha : Skripsi
Kepada Yth.
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN PALOPO
Di-
Palopo
Assalamu'alaikum Wr.Wb.
Setelah melakukan bimbingan skripsi mahasiswa tersebut di bawah ini :
Nama : Rusdyansah Sabir
NIM : 15 04020044
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Prodi : Perbankan Syariah
Judul : "Pengaruh Publikasi Informasi Dalam Memperkenalkan Penggunaan Produk Bank Muamalat Kantor Cabang Pembantu Palopo."

Menyatakan bahwa skripsi tersebut sudah layak diajukan untuk diujikan pada ujian Munaqasyah
Demikian untuk diproses selanjutnya.
Wassalamu'alaikum Wr.Wb.

Penguji I

Dr. Kaharuddin, M.Pd.I.
NIP.197319701030 199903 1 003

IAIN PALOPO

NOTA DINAS PENGUJI

Palopo,22Agustus 2019

Lamp :
Ha : Skripsi
Kepada Yth.
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN PALOPO
Di-
Palopo
Assalamu'alaikum Wr.Wb.
Setelah melakukan bimbingan skripsi mahasiswa tersebut di bawah ini :

Nama	: Rusdyansah Sabir
NIM	: 15 04020044
Fakultas	: Ekonomi dan Bisnis Islam
Prodi	: Perbankan Syariah
Judul	: "Pengaruh Publikasi Informasi Dalam Memperkenalkan Penggunaan Produk Bank Muamalat Kantor Cabang Pembantu Palopo."

Menyatakan bahwa skripsi tersebut sudah layak diajukan untuk diujikan pada ujian Munaqasyah.
Demikian untuk diproses selanjutnya.
Wassalamu'alaikum Wr.Wb.

Penguji 2

Muhammad Ilyas, S.Ag., MA.
NIP. 19730904 200312 1 008

IAIN PALOPO

PERSETUJUAN PENGUJI

Skripsi yang berjudul **"Pengaruh Publikasi Informasi Dalam Memperkenalkan Penggunaan Produk Bank Muamalat Kantor Cabang Pembantu Palopo"**, yang ditulis oleh:

Nama	: Rusdyansah Sabir
Nim	: 150402 0044
Fakultas	: Ekonomi dan Bisnis Islam
Program Studi	: Perbankan Syariah

Menyatakan bahwa skripsi tersebut sudah layak diajukan untuk diujikan pada ujian Munaqasyah
Demikian untuk proses selanjutnya.

Palopo, 22 Agustus2019

Penguji I	Penguji II
Dr. Kaharuddin, M.Pd.I.	**Muhammad Ilyas, S.Ag., MA.**
NIP.197319701030 199903 1 003	NIP. 19730904 200312 1 008

NOTA DINAS PEMBIMBING

Palopo,22Agustus 2019

Lamp :
Ha : Skripsi
Kepada Yth.
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN PALOPO
Di-
Palopo

Assalamu'alaikum Wr.Wb.

Setelah melakukan bimbingan skripsi mahasiswa tersebut di bawah ini :

Nama : Rusdyansah Sabir
NIM : 15 04020044
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Prodi : Perbankan Syariah
Judul : "Pengaruh Publikasi Informasi Dalam Memperkenalkan Penggunaan Produk Bank Muamalat Kantor Cabang Pembantu Palopo."

Menyatakan bahwa skripsi tersebut sudah layak diajukan untuk diujikan pada ujian Munaqasyah.
Demikian untuk diproses selanjutnya.
Wassalamu'alaikum Wr.Wb.

Pembimbing I

Dr. Muhammad Tahmid Nur, M.Ag
NIP. 19740630 200501 1 004

IAIN PALOPO

NOTA DINAS PEMBIMBING

Palopo, 22 Agustus 2019

Lamp :
Ha : Skripsi
Kepada Yth.
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN PALOPO
Di-
Palopo
Assalamu'alaikum Wr.Wb.
Setelah melakukan bimbingan skripsi mahasiswa tersebut di bawah ini :

Nama	: Rusdyansah Sabir
NIM	: 15 04020044
Fakultas	: Ekonomi dan Bisnis Islam
Prodi	: Perbankan Syariah
Judul	: "Pengaruh Publikasi Informasi Dalam Memperkenalkan Penggunaan Produk Bank Muamalat Kantor Cabang Pembantu Palopo."

Menyatakan bahwa skripsi tersebut sudah layak diajukan untuk diujikan pada ujian Munaqasyah.
Demikian untuk diproses selanjutnya.
Wassalamu'alaikum Wr.Wb.

Pembimbing II

Hendra Safri, SE.,M.M
NIP. 19861020 201503 1 001

IAIN PALOPO

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Skripsi yang berjudul **"Pengaruh Publikasi Informasi Dalam Memperkenalkan Penggunaan Produk Bank Muamalat Kantor Cabang Pembantu Palopo,** yang ditulis oleh:

Nama	: Rusdyansah Sabir
Nim	: 1504020044
Fakultas	: Ekonomi dan Bisnis Islam
Program Studi	: Perbankan Syariah

Menyatakan bahwa skripsi tersebut sudah layak diajukan untuk diujikan pada ujian Munaqasyah.
Demikian untuk proses selanjutnya.

Palopo, 22Agustus 2019

Pembimbing I	Pembimbing II
Dr. Muhammad Tahmid Nur,M.Ag.	**Hendra Safri, SE., M.M**
NIP. 19740630 200501 1 004	NIP . 19861020 201503 1 001

IAIN PALOPO

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL i
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI ii
NOTA DINAS PENGUJI iii
PERSETUJUAN PENGUJI iv
NOTA DINAS PEMBIMBING v
PERSETUJUAN PEMBIMBING vi
DAFTAR ISI vii
DAFTAR TABEL viii
DAFTAR GAMBAR ix
PEDOMAN TRANSLITERASI x
DAFTAR SINGKATAN DAN SIMBOL xi
ABSTRAK xii
PRAKATA xiii

BAB I PENDAHULUAN 1
A. Latar Belakang Masalah 1
B. Rumusan Masalah 5
C. Pembatasan Masalah 5
D. Tujuan Penelitian 6
E. Manfaat Penelitian 6
F. Definisi Operasional Variabel dan Ruang Lingkup Penelitian 7

BAB II TINJAUAN PUSTAKA 8
A. Penelitian Terdahuluan yang Relevan 8
B. Kajian Pustaka 10
1. Ruang Lingkup Publikasi Informasi 10
1.1. Pengertian Publikasi Informasi 10
1.2. Unsur-unsur Publikasi 11
1.3. Fungsi Publikasi Informasi 12
1.4. Tujuan Sistem Informasi 12
1.5. Tahapan Proses Publikasi 13

IAIN PALOPO

2. Media Publikasi Dalam Bank 16
3. Sistem Perbankan Islam 19
4. Teknologi Informasi Dalam Memperkenalkan Produk Bank 21
5. Komponen-komponen Teknologi Informasi 23
6. Peran Teknologi Informasi Bagi Perusahaan 25
7. Klasifikasi Produk 27
7.1. Definisi Produk 27
7.2. Klasifikasi Produk 28
7.3. Keputusan Penggunaan Produk 29
8. Perbankan Berbasis Syariah 30
8.1. Pengertian Bank Syariah 30
8.2. Dasar Hukum Bank Syariah 32
C. Kerangka Berfikir 34
D. Hipotesis 35
BAB III METODOLOGI PENELITIAN 36
A. Metode dan Jenis Penelitian 36
B. Lokasi dan waktu penelitian Penelitian 36
C. Populasi dan Sampel 36
D. Jenis dan Sumber Data 37
E. Variabel Penelitian 38
F. Teknik Pengumpulan Data 38
G. Pengukuran Variabel Penelitian 39
H. Teknik Analisis Data 40
1. Uji Instrumen. 40
2. Uji Asumsi Klasik 41
3. Analisis Regresi Sederhana 43
4. Uji Hipotesis Penelitian 43
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN 45
A. Deskripsi Subjek Penelitian 45
B. Karakteristik Responden 56
C. Uji Asumsi Klasik 57
1. Uji Normalitas Data 57
2. Uji Autokorelasi 58

IAIN PALOPO

3. Uji Heterokedastisitas 59
D. Uji Analisis Regresi Sederhana 59
E. Uji Hipotesis Penelitian 60
1. Koefisien Determinasi 60
2. Uji – t 61
F. Pembahasan 61
BAB V PENUTUP 63
A. Kesimpulan 63
B. Saran-Saran 63
DAFTAR PUSTAKA 65

IAIN PALOPO

DAFTAR TABEL

Tabel *Halaman*

Tabel 1.1 Definisi Operasional variabel 7

Tabel 3.1 Hasil Uji Validitas 40

Tabel 3.2 Hasil Uji Reliabilitas..... 41

Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin 56

Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Umur 57

Tabel 4.3 Uji Normalitas Data 57

Tabel 4.4 Uji Autokorelasi..... 58

Tabel 4.5 Uji Regresi Sederhana 59

Tabel 4.6 Uji Koefisien Determinasi 60

Tabel 4.7 Uji Parsial (Uji t) 61

IAIN PALOPO

DAFTAR GAMBAR

Gambar Halaman

Gambar 2.1 Kerangka Pikir 34
Gambar 4.1 Uji Heterokedastisitas 59

IAIN PALOPO

PEDOMAN TRANSLITERASI

Transliterasi adalah mengalihaksarakan suatu tulisan ke dalam aksara lain. Misalnya, dari aksara Arab ke aksara Latin.

Berikut ini adalah Surat keputusan Bersama Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan RI Nomor: 158 Tahun 1987 - Nomor: 0543 b/u/1997 tentang Transliterasi Arab-Latin yang peneliti gunakan dalam penulisan skripsi ini.

1. Konsonan

Daftar huruf bahasa arab dan transliteasinya ke dalam huruf latin dapat dilihat dibawah ini:

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	-	-
ب	Ba'	B	Be
ت	Ta'	T	Te
ث	Ṡa'	Ṡ	Es dengan titk di atas
ج	Jim	J	Je
ح	Ḥa'	Ḥ	Ha dengan titik di bawah
خ	Kha	Kh	Ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	Żal	Ż	Zet dengan titik di atas
ر	Ra'	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	Es dan ye
ص	Ṣad	Ṣ	Es dengan titik di bawah

IAIN PALOPO

ض	Ḍaḍ	Ḍ	De dengan titik di bawah
ط	Ṭa	Ṭ	Te dengan titik di bawah
ظ	Ẓa	Ẓ	Zet dengan titik di bawah
ع	‘Ain	‘	Koma terbalik di atas
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Fa
ق	Qaf	Q	Qi
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Wau	W	We
ه	Ha’	H	Ha
ء	Hamzah	’	Apostrof
ي	Ya’	Y	ye

2. Vokal

Vokal tungal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda diakritik atau harakat, transliterasinya sebagai berikut:

Tanda Vokal	Nama	Latin	Keterangan
ا	*Fatḥah*	A	*ā*
ا	*Kasrah*	I	*ī*
ا	*Ḍammah*	U	*ū*

IAIN PALOPO

DAFTAR SINGKATAN DAN SIMBOL

Simbol	*Keterangan*
IAIN	Institut Agama Islam Negeri Palopo
SPSS	Statistical Package for Sosial Sciense
:	Bagi
x	Kali
-	Kurang
<	Kurang dari
>	Lebih dari
=	Sama dengan
+	Tambah
X	Variabel
Y	Variabel
%	Persen
≤	Tidak lebih dari atau Kurang dari atau sama dengan
≥	Tidak kurang dari atau lebih dari atau sama dengan
≠	Tidak sama dengan
H_0	Hipotesis Nol
H_1	Hipotesis satu
KD	Koefisien Determinasi
r_{11}	Reliabilitas instrument
N	Jumlah subjek atau responden

IAIN PALOPO

ABSTRAK

Nama : Rusdyansah Sabir

NIM : 15.0402.0044

Judul : Pengaruh Publikasi Informasi Dalam Memperkenalkan Penggunaan Produk Bank Muamalat KCP Palopo.

Kata Kunci : Publikasi, Informasi, Produk Bank

Permasalahan dalam penelitian ini yaitu berdasarkan hasil pengamatan peneliti yakni kurangnya publikasi informasi produk bank Muamalat ke daerah pelosok sehingga masyarakat pelosok sangat tabuh akan produk pada bank Muamalat khususnya cabang Palopo serta kurangnya pemanfaatan teknologi informasi dalam mempublikasikan penggunaan produk Bank Muamalat KCP Palopo. Adapun tujuan penelitian yaitu untuk mengetahui pengaruh publikasi informasi dalam memperkenalkan penggunaan produk bank Muamalat KCP Palopo.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh publikasi informasi dalam memperkenalkan penggunaan produk bank muamalat Kantor Cabang Pembantu (KCP) Palopo. Metode penelitian yang digunakan yaitu metode kuantitatif. Sumber data yang digunakan yaitu data primer, yang diperoleh dari penyebaran kuesioner kepada responden. Teknik yang digunakan dalam penentuan sampel yaitu *aksidental sampling.* Data diolah dan dianalisis menggunakan regresi linear sederhana dengan menggunakan ***SPSS Versi 22.***

Hasil penelitian ini menunjukan bahwa pengaruh publikasi informasi terhadap penggunaan produk bank Muamalat diperoleh nilai T_{hitung} sebesar 6,298 dan T_{tabel} sebesar 1,475 atau 6,298 > 1,475 dan nilai signifikan publikasi informasi 0,000 < 0,05 (H_0 ditolak dan H_1 diterima). Artinya publikasi informasi memiliki pengaruh positif dan signifikan dalam memperkenalkan penggunaan produk bank Muamalat KCP Palopo.

Implikasi dari penelitian ini yaitu dengan merujuk pada hasil penelitian ini, pihak bank Muamalat khususnya cabang Palopo sebaiknya meningkatkan kualitas informasi dan pelayanan kepada nasabah guna menambah dan meningkatkan kepuasan nasabah dalam mengetahui setiap produk yang ada pada bank.

IAIN PALOPO

PRAKATA

بِسْمِ اللهِ الرَّحْمٰنِ الرَّحِيْمِ

اَلْحَمْدُ لِلّٰهِ رَبِّ الْعَالَمِيْنَ وَالصَّلَاةُ وَالسَّلَامُ عَلَى اَشْرَفِ الْاَنْبِيَاءِ وَالْمُرْسَلِيْنَ سَيِّدِنَا مُحَمَّدٍ وَعَلَى اٰلِهِ وَاَصْحَابِهِ اَجْمَعِيْنَ

Alhamdulillah, segala Puji dan syukur ke hadirat Allah swt. atas segala Rahmat dan Karunia-Nya yang telah diberikan kepada penulis sehingga skripsi dengan judul **"Pengaruh Teknologi Informasi Terhadap Pemasaran Produk Bank Syariah "** dapat diselesaikan tepat waktu dan sesuai dengan harapan.

Salawat dan salam atas junjungan Rasulullah saw. keluarga, sahabat dan seluruh pengikutnya hingga akhir zaman. Nabi yang diutus Allah swt. sebagai uswatun hasanah bagi seluruh alam semesta.

Penulis menyadari bahwa dalam penyelesaian penulisan skripsi ini, penulis banyak menghadapi kesulitan. Namun, dengan ketabahan dan ketekunan yang disertai dengan doa, bantuan, petunjuk, masukan dan dorongan moril dari berbagai pihak, sehingga Alhamdulillah skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik.

Oleh karena itu, penulis ingin menyampaikan terima kasih yang sedalam-dalamnya kepada orang tua tercinta, ayahanda Muhammad Sabir, ibunda Nurjannah yang senantiasa memanjatkan doa kehadirat Allah swt. memohonkan keselamatan dan kesuksesan bagi putranya, telah mengasuh dan mendidik penulis dengan kasih sayang sejak kecil hingga sekarang. Begitu banyak pengorbanan yang telah mereka berikan kepada penulis baik secara moril maupun materil. Sungguh penulis sadar tidak mampu untuk membalas semua

IAIN PALOPO

itu. Hanya doa yang dapat penulis berikan untuk mereka semoga senantiasa berada dalam limpahan kasih sayang Allah swt.

Selanjutnya, penulis juga mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yaitu:

1. Dr. Abdul Pirol, M. Ag, sebagai Rektor IAIN Palopo, Wakil Rektor I, bidang akademik dan pengembangan kelembagaan Dr. H Muammar Arafat, S.H, M.H. Wakil Rektor II, bidang administrasi umum perencanaan dan keuangan Dr. Ahmad Syarief Iskandar, S.E., M.M dan Wakil Rektor III, bidang kemahasiswaan dan kerjasama Dr. Muhaemin, MA. yang telah membina dan berupaya meningkatkan mutu perguruan tinggi ini, tempat penulis menimba ilmu pengetahuan.
2. Dr. Muhammad Tahmid Nur, M.Ag dan Hendra Safri yang masing-masing sebagai pembimbing I dan II yang telah memberikan arahan dan bimbingan kepada penulis dengan tulus dalam menyelesaikan skripsi ini.
3. Bapak Ibu dosen dan Staf IAIN Palopo yang telah banyak membantu dan memberikan tambahan ilmu, khususnya dalam bidang pendidikan agama Islam.
4. Kepala Perpustakaan dan segenap karyawan IAIN Palopo yang telah memberikan peluang untuk mengumpulkan buku-buku dan melayani penulis untuk keperluan studi kepustakaan dalam penulisan skripsi ini.
5. Kepada saudara-saudaraku dan seluruh keluarga yang tak sempat penulis sebutkan yang telah banyak memberikan motivasi kepada penulis selama penyusunan skripsi ini.
6. Teman-teman seperjuangan terutama angkatan 2015 Perbankan Syariah C yang selama ini selalu memberikan motivasi dan bersedia membantu serta senantiasa memberikan saran sehubungan dengan penyusunan skripsi ini.

IAIN PALOPO

7. Keluarga besar Himpunan Mahasiswa Program Studi (HMPS) Perbankan Syariah 2017-2018 yang telah mendoakan sehingga skripsi penulis dapat terselesaikan.

Teriring doa, semoga amal kebaikan serta keikhlasan pengorbanan mereka mendapat pahala yang setimpal dari Allah swt. Dan selalu diberi petunjuk ke jalan yang lurus serta mendapat Ridho-Nya amin.

Akhirnya penulis berharap semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat dalam rangka kemajuan sistem ekonomi Islam dan semoga usaha penulis bernilai ibadah di sisi Allah swt. Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih banyak kekurangan dan kekeliruan serta masih jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu, saran dan kritik yang sifatnya membangun, penulis menerima dengan hati yang ikhlas. Semoga skripsi ini menjadi salah satu wujud penulis dan bermanfaat bagi yang memerlukan serta dapat bernilai ibadah di sisi-Nya Amin.

Palopo, 10 September 2019

Rusdyansah Sabir

IAIN PALOPO

BAB I

PENDAHULUAN

A. *Latar Belakang*

Kegiatan publikasi merupakan kegiatan yang biasa kita temukan dalam kehidupan sehari-hari, baik itu publikasi yang bertujuan untuk mendapatkan eksistensi diri ataupun hanya sekedar ingin mendapat konsumen dari usaha yang dijalankan. Kegiatan publikasi ini juga semakin penting bagi sebuah perusahaan atau lembaga dengan adanya semangat dan pengetahuan yang berkembang di kalangan masyarakat. Adapun *esensi* dan tujuannya adalah untuk memberikan informasi berkaitan dengan sesuatu hal yang akan di publikasika.

Kegiatan pemasaran yang dilakukan suatu perusahaan memiliki beberapa tujuan yang hendak dicapai, baik tujuan jangka pendek maupun tujuan jangka panjang. Dalam jangka pendek biasanya untuk merebut konsumen terutama untuk produk baru yang diluncurkan. Sedangkan dalam jangka panjang dilakukan untuk mempertahankan produk-produk yang sudah ada agar tetap eksis[1]

Semua aktivitas kehidupan perlu dilakukan berdasarkan perencanaan yang baik. Islam agama yang memberikan sintesis dan rencana yang dapat direalisasikan melalui rangsangan dan bimbingan. Perencanaan tidak lain memanfaatkan "karunia Allah" secara sistematik untuk mencapai tujuan tertentu, dengan memperhatikan kebutuhan masyarakat dan nilai kehidupan yang berubah-ubah. Dalam hal ini Allah SWT berfirman dalam QS. Al-Jumuah: 10

فَإِذَا قُضِيَتِ الصَّلَاةُ فَانْتَشِرُوا فِي الْأَرْضِ وَابْتَغُوا مِنْ فَضْلِ اللَّهِ وَاذْكُرُوا اللَّهَ كَثِيرًا لَعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ ١٠

IAIN PALOPO

[1] Kasmir, *Manajemen Perbankan*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2012),h. 193.

Terjemahnya:

> "Apabila telah ditunaikan sembahyang maka bertebaranlah kamu di muka bumi, dan carilah karunia Allah dan ingatlah Allah banyak-banyak supaya kamu beruntung."[2]

Persaingan bisnis yang terjadi di era teknologi moderen ini, telah menuntut perusahaan untuk senantiasa merancang taktik dan strategi dalam mempublikasikan produk yang ditawarkan. Hal ini agar supaya produk yang ditawarkan perusahaan bisa merajai bursa pasar. Apabila kita melihat lebih mendalam, ada tiga esensi dari persaingan pasar yang terjadi yakni proses penciptaan produk atau jasanya yang murah, lebih mengedepankan produk yang berkualitas baik dan efesiensi waktu yang lebih cepat dibandingkan produk pesaingnya. Sehingga saat ini, guna untuk meraih hal tersebut diperlukan yang namanya teknologi informasi dan komunikasi sebagai alat bantu dalam pemasaran.

Di era sekarang ini teknologi informasi telah menjadi sesuatu yang lumrah ditengah masyarakat, bahkan teknologi dan informasi sudah menjadi kebutuhan pokok di kalangan masyarakat pada umumnya. Ada banyak manfaat yang bisa didapatkan dengan adanya teknologi salah satunya adalah dapat memudahkan suatu pekerjaan yang kita kerjakan serta kita mudah mendapatkan informasi.

Bagi sebuah perusahaan, teknologi informasi menjadi sesuatu yang wajib ada karena hal ini akan menunjang perkembangan perusahaan itu sendiri. Khusus bagi dunia perbankan, teknologi informasi adalah hal yang pasti dan harus ada karena menjadi barometer bagi perusahaan perbankan untuk melihat perkembangan dari perusahaan.

Dengan adanya sistem informasi yang baik akan memudahkan bank mengumpulkan dan menyaring informasi yang berkembang di luar bank. Demikian

IAIN PALOPO

[2] Syamil Qur'an, Kementrian Agama RI, al qur'an dan terjemahnya, 527.

dengan riset pemasaran yang dijalankan dan dikembangkan akan sangat memudahkan bank untuk merencanakan kegiatan pemasarannya. Bank dengan mudah dapat mengetahui setiap gejala yang terjadi di masyarakat, sehingga bank pun dapat menyesuaikan dengan perubahan keinginan dan kebutuhan masyarakat.[3]

Dalam dunia perbankan syariah telah memunculkan persaingan yang ketat dalam menjual produk yang ditawarkan oleh perusahaan. Dengan semakin tumbuhnya dan tersebarnya perusahaan perbankan syariah baik itu secara lokal maupun internasional, telah menjadi suatu pergulatan yang sengit untuk menggaet para nasabah dalam menginvestasikan dananya. Dimasa ini, bank-bank yang mampu bertahan melewati masa krisis maupun bank-bank yang baru beroperasi mulai memberikan layanan yang terbaik kepada nasabahnya melalui pelayanan dengan inovasi teknologi informasi pada sistem pelayanan dan pemasaran.

Sejauh ini istilah teknologi dan sistem informasi digunakan secara informal tanpa mendefinisikan arti dari istilah tersebut. Sistem teknologi informasi sendiri secara teknis dapat didefinisikan sebagai kumpulan komponen yang saling berhubungan, mengumpulkan atau mendapatkan, memproses, menyimpan, dan mendistribusikan informasi untuk menunjang pengambilan keputusan dan pengawasan dalam suatu organisasi.[4]

IAIN PALOPO

Teknologi informasi sedang dan akan menjanjikan cara hidup dan cara kerja yang lebih baik dan *efisien.* Hal ini sebagai akibat dari semakin berkembangnya pengetahuan dan dunia teknologi dengan berbagai macam alat yang mendukung. Akan tetapi, bila teknologi informasi ini digunakan dengan bijak. Bagaikan dua sisi yakni dapat menghasilkan dampak baik ataupun dampak buruk, dari suatu teknologi,

---

[3]Kasmir, *Manajemen Perbankan*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2012),h. 204.

[4]Chriswan Sungkono dan Machmudin Eka P, *Management Information Systems,*(Jakarta:Salemba Empat, 2011), h. 15.

teknologi informasi juga seharusnya diposisikan sebagaimana mestinya, dan apabila keliru, pasti akan berakibat fatal bagi suatu perusahaan secara khusus maupun bagi suatu negara secara umum.

Peran Teknologi Informasi Dalam Dunia Perbankan sangatlah penting dan tidak akan pernah dapat dipisahkan. Karena hampir dari setiap aspek perbankan mengandalkan teknologi informasi. Teknologi informasi ini mencakup sebuah perangkat keras *(hardware)* dan perangkat lunak *(software)* yang dapat berwujud sebuah komputer atau perangkat lainnya yang digunakan dalam operasional kegiatan perbankan. Sedangkan pegawai bank yang akan mengoperasionalkan komputer serta perangkat-perangkat tersebut agar berjalan sesuai dengan keinginan. Kita dapat ambil contoh sederhana salah satu dari pemanfaatan teknologi informasi yakni mesin hitung uang yang digunakan *Teller*.[5]

Pemanfaatan teknologi pada publikasi produk perbankan terus dikembangkan. Bank sebagai perusahaan yang bergerak di bidang keuangan tentunya diharapkan memberikan pelayanan yang terbaik bagi nasabah. Apalagi pada dekade terakhir ini menurut hasil penelitian dari Mc Kinsey terhadap responden di Asia, termasuk Indonesia, menunjukan bahwa perilaku nasabah pada nasabah bank cukup beragam, sehingga tingkat persaingan memperebutkan nasabah semakin bertambah mulai dari segmen *traditional savers* dimana perilaku mereka hanya didasari oleh kebutuhan dasar sehingga motivasi, keterlibatan sikap, serta pengetahuan yang rendah sehingga mereka cenderung memiliki produk yang beresiko rendah hingga segmen *modern planners* dimana tingkat pengetahuan, motivasi, sikap dan keterlibatan serta

IAIN PALOPO

[5] Kasmir, *Pemasaran Bank,* (Jakarta: Kencana, 2008),h. 73.

sumberdaya konsumen yang tinggi sehingga mereka cenderung memilih bank yang lebih canggih dengan pelayanan yang lebih baik.[6]

Melihat perkembangan teknologi yang sangat pesat khususnya teknologi informasi yang semakin mudah dijangkau oleh berbagai kalangan masyarakat, baik itu kalangan menengah keatas ataupun menengah kebawah. Sehngga peneliti sangat tertarik untuk melakukan penelitian untuk mengukur dan menganalisa sejauh mana pengaruh publikasi informasi dalam memperkenalkan penggunaan produk bank Muamalat KCP Palopo

Dari latar belakang diatas, maka penulis melakukan penelitian dengan judul ***"Pengaruh Publikasi Informasi Dalam Memperkenalkan Penggunaan Produk Bank Muamalat Kantor Cabang Pembantu (KCP) Palopo."***

B. *Perumusan Masalah*

Berdasarkan uraian diatas, maka permasalahan yang akan dibahas adalah sebagai berikut:

Bagaimana pengaruh publikasi informasi dalam memperkenalkan penggunaan produk Bank Muamalat KCP Palopo ?

C. *Pembatasan Masalah*

Untuk menghindari luasnya pokok bahasan, maka masalah pada penelitian "Pengaruh Publikasi Informasi Dalam Memperkenalkan Produk Bank Muamalat KCP Palopo", dibatasi pada pembahasan Publikasi Informasi dan produk perbankan syariah, untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh Publikasi Informasi dalam memperkenalkan produk perbankan syariah dan seberapa besar pengaruh Publikasi Informasi dalam memperkenalkan penggunaan produk perbankan syariah di Bank Muamalat cabang Palopo.

IAIN PALOPO

[6] Ratih Hurriyati, *Bauran Pemasaran & Loyalitas Konsumen,* (Bandung: IKAPI, 2010),h. 6.

D. *Tujuan Penelitian*

Berdasarkan latar belakang masalah dan rumusan masalah diatas, maka tujuan yang akan dicapai dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh publikasi informasi dalam memperkenalkan penggunaan produk Bank Muamalat cabang Palopo.

E. *Manfaat Penelitian*

1. Bagi Perusahaan
   a. Sebagai bahan masukan bagi lembaga perbankan untuk senantiasa mengambil keputusan dalam strategi publikasi produk melalui sistem teknologi informasi.
   b. Dapat memberikan informasi yang positif dalam meningkatkan pelayanan produk perbankan yang berkaitan dengan publikasi produk khususnya tentang teknologi informasi.
2. Bagi Lembaga (IAIN Palopo)
   a. Hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan ajar bagi teman-teman mahasiswa di IAIN Palopo.
   b. Sebagai tambahan khazanah keilmuan dan koleksi ilmu pengetahuan terutama yang terkait tentang ekonomi islam.
3. Bagi Penulis

IAIN PALOPO

Dari hasil penelitian ini, penulis mendapat wawasan untuk mengetahui sistem teknologi informasi dan juga penggunaaan produk perbankan syariah ditempat yang diteliti, serta menjadi pengalaman baru dan menjadi bekal dalam kehidupan lingkungan.

F.*Definisi Operasional Variabel*

Tabel 1.1

Definisi Operasional Variabel

1	Publikasi Informasi	Teknologi informasi merupakan kumpulan komponen yang saling berhubungan, mengumpulkan atau mendapatkan, memproses, menyimpan, dan mendistribusikan informasi untuk menunjang pengambilan keputusan dan pengawasan dalam suatu organisasi	a. Ruang Lingkup Publikasi.[7] b. Peran Publikasi informasi.[8] c. Komponen Teknologi Informasi.[9]
2	Penggunaan produk bank syariah	Produk bank syariah merupakan produk-produk yang terdapat dalam bank syariah yang berlandaskan syariat islam	a. Klasifikasi produk bank[10] b. Keputusan penggunaan produk[11]

IAIN PALOPO

[7] Rosady Ruslan, *Praktik Dan Solusi Public Relation* (ghalia Indonesia: Jakarta: 1994), h, 58

[8] Murhada, *Pengantar Teknologi Informasi*, (Jakarta: Mitra Wacana, 2011),h. 60

[9] Yolivia Astrianiez Seesar, Perbandingan Implementasi Insourcing, CoSourcing, dan Outsourcing Dalam Pengembangan Sistem Informasi, (Majalah ilmiah IPB, 2010),h 6.

[10] Tjiptono, *Strategi Pemasaran*, (Yogyakarta: Penerbit Andi, 2002), h 10

[11] Blackwell, Paul w and James f, *Perilaku Konsumen*, (Jakarta: Binarupa Aksara,1995), h 17

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. *Penelitian Terdahulu yang Relevan*

Penelitian yang dimaksud adalah untuk mendapatkan tentang posisi penelitian ini dengan kaitannya dengan penelitian sejenis yang pernah dilakukan oleh kalangan akademis. Hal ini guna menghindari kesamaan objek penelitian dan untuk menentukan letak perbedaan dengan penelitian yang pernah ada.

a. Nurholik (2017)

Dalam penelitian yang dilakukan oleh Nurholik yang berjudul "Pengaruh Teknologi Informasi Terhadap Pemasaran Produk Perbankan Syariah (Studi Di Bri Syariah Kantor Cabang Pembantu Serang)".[12]

Metode yang digunakan dalam penelitian yang dilakukan oleh Nurholik adalah metode penelitian kuantitatif yakni untuk melihat apakah terdapat pengaruh teknologi informasi terhadap pemasaran produk bank.

Berdasarkan hasil penelitian Nurholik tersebut didapatkan hasil penelitian bahwa factor teknologi informasi berpengaruh kuat dan positif terhadap pemasaran produk BRI Syariah KCP Serang dengan nilai *korelasi* sebesar 0,493, sehingga setiap variable teknologi informasi (X) dapat diinterpretasikan mampu mempengaruhi pemasaran produk perbankan Syariah (Y) sebesar 49,3%.[13]

Relevansi penelitian ini dengan penelitian yang akan dilakukan yaitu membahas mengenai pengaruh teknologi informasi terhadap pemasaran produk perbankan dan perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang akan dilakukan yaitu

IAIN PALOPO

[12] Nurkholik,*"Pengaruh Teknologi Informasi Terhadap Pemasaran Produk Bank Syariah",* dalam Skripsi, 2017, h. 44

[13] Nurkholik,*"Pengaruh Teknologi Informasi Terhadap Pemasaran Produk Bank Syariah",* dalam Skripsi, 2017, h. 69

tempat penelitian yang berbeda dimana penulis meneliti pada bank Muamalat Kota Palopo sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Nurholik berada di BRI Syariah KCP Serang.

b. Thaifuri (2017)

Dalam penelitian yang dilakukan oleh Thaifuri yang berjudul *"Strategi pemasaran dalam meningkatkan nasabah pada bank syariah studi kasus pada Bank BRI Syariah Cabang Banda Aceh"*.

Peneltian yang dilakukan oleh Thaifuri yakni menggunakan metode penelitian kualitatif. Berdasarkan hasil penelitiannya ada 4 kategori utama yang digunakan oleh bank BRI Syariah Cabang Banda Aceh yakni produk, tempat/saluran distribusi, hargadan promosi.[14]

Persamaan dari penelitian ini adalah membahas mengenai pemasaran yang terjadi dalam perbankan syariah dan perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang akan dilakukan adalah metode penelitian yang dilakukan.

c. Dewi Berlian Harahap (2017)

Dalam penelitian yang dilakukan oleh Dewi Berlian Harahap yang berjudul *"Pengaruh Teknologi informasi dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah Mandiri Cabang Medan Aksara"* yang mengatakan bahwa Tujuan pengembangan teknologi informasi di PT Bank Syariah Mandiri adalah agar nasabah mendapat kemudahan dalam bertransaksi baik di wilayah indonesia maupun luar negri[15].

IAIN PALOPO

[14] Thaifuri,*" Strategi pemasaran dalam meningkatkan nasabah pada bank syariah studi kasus pada Bank BRI Syariah Cabang Banda Aceh",* dalam Skripsi, 2017, h. 56

[15] Dewi Berlian Harahap. *Pengaruh Teknologi informasi dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah Mandiri Cabang Medan Aksara 2017).* (Medan: 2017), h. 8

Dewi Berlian Harahap. *Pengaruh Teknologi informasi dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah Mandiri Cabang Medan Aksara 2017).* (Medan: 2017), h. 77

Dalan penelitian yang dilakukan oleh Dewi Berlian Harahap kita bisa melihat bahwa metode yang digunakan dalam penelitiannya adalah metode penelitian kuantitatif yakni untuk mengukur pengaruh teknologi informasi dan kualitas layanan terhadap kepuasan nasabah

Berdasarkan hasil penelitian Dewi Berlian Harahap dapa diketahui bahwa teknologi informasi dan kualitas layanan secara Bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah. Hasil tersebut dapat diketahui dengan melihat perolehan dari hasil uji f, dimana diperoleh nilai-nilai Ftabel sebesar 3,10 adapun nilai fhitung sebesar 71,340. Sehinnga dapat disimpulkan bahwa fhitung > ftabel (71,340 > 3,10), artinya teknologi informasi dan kualitas pelayanan secara Bersama atau simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah.

Persamaan dari penelitian ini adalah sama-sama membahas perkembangan teknologi informasi pada bank syariah sedangkan perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang akan dilakukan yaitu variabel dependen atau yang dipengaruhi.

B. *Kajian Pustaka*

1. Ruang Lingkup Publikasi Informasi

   a) Pengertian Publikasi Informasi

Publikasi merupakan alat penting baik dalam bauran promosi maupun dalam bauran Public Relation karena publikasi merupakan salah satu relasi komponen yang cukup berperan banyak untuk menunjang dalam keberhasilan dalam publikasi dan promosi.[16] Menurut lesly publikasi adalah penyebaran pesan yang direncanakan dan dilakukan untuk kepentingan tertentu dari organisasi dan perorangan tanpa pembayaran pada media.[17]

IAIN PALOPO

[16] Rosady Ruslan, *Praktik Dan Solusi Public Relation* (ghalia Indonesia: Jakarta: 1994), h, 58
[17] Lesly, Philip, *Public relations handbook*, (new York: pantice hall: 1992),h 257

Publikasi mempunyai peran penting bagi berjalannya suatu kegiatan publisitas. Sebagaimana publikasi berperan sebagai sistem dimana publikasi ini yang mengolah informasi hingga sampai pada proses informasi itu dapat tersebar pada publik. Menurut proses dari kegiatan yang dilakukan publikasi merupakan suatu kegiatan yang berat dan harus bisa dipertanggung jawabkan. Sebab dalam proses yang dilakukan publikasi ini berhubungan dengan kasus yang sedang di alami oleh publik. Sehingga pesan informasi yang diolah dan akan disampaikan itu harus benar-benar fakta dan mempunyai respon tanggung jawab terhadap kasus yang sedang dialami oleh instansi atau lembaga yang terkait.

Sedangkan informasi adalah data yang diolah menjadi bentuk yang lebih berguna dan lebih berarti bagi penggunanya. Sumber informasi adalah data. Data adalah kenyataan yang menggambarkan suatu kejadian dan kesatuan nyata. Sedangkan kejadian adalah suatu kejadian yang terjadi pada waktu tertentu.

Menurut Gordon B. Davis, informasi adalah data yang telah diolah menjadi suatu bentuk yang penting bagi si penerima dan mempunyai nilai nyata atau yang dapat dirasakan dalam keputusan-keputusan yang sekarang atau keputusan-keputusan yang akan datang.[18]

Jadi Publikasi informasi adalah segala informasi yang dipublikasikan kepada masyarakat luas oleh individu ataupun Lembaga perusahaan dan tujuannya adalah untuk mengenal sesuatu yang dipublikasikan tersebut.

b) Unsur-Unsur Publikasi

Berdasarkan definisinya terdapat unsur utama yang mempengaruhi dalam proses publikasi, diantaranya:

IAIN PALOPO

[18] Abdul Kadir, *Pengenalan Sistem Informasi*, (Yogyakarta: Penerbit Andi, 2002)

1. Adanya sumber publikasi sebagai sumber informasi Yakni dimana *stimuli*, media, atau informan menyampaikan pesan berupa informasi apa yang sedang terjadi baik diumumkan melalui media atau seorang sumber informan.

2. Adanya message yang bersifat *informative* Yakni terdapat sesuatu isi pesan yang disampaikan sebagai bahan informasi.[19]

3. Adanya media dalam bentuk ruang-ruang fisik sebagai tempat dimana sesuatu diinformasikan atau disebarluaskan. Yaitu media sebagai suatu penyalur dimana informasi itu akan diumumkan.

4. Adanya menejemen kegiatan atau aktivitas mulai dari perencanaan, pengorganisasian, penggerakkan orang, dan pengawasan atau evaluasi.

5. Adanya *audiens*, masyarakat atau khalayak umum, segmen khalayak khusus yang menjadi target penyebarluasan informasi. Yaitu audiens sebagai sasaran untuk menerima dari hasil publikasi sehingga dapat dimengerti isi pesan dari informasi yang disebarkan tersebut.

6. Adanya tujuan, yaitu untuk mengetahui suatu informasi tertentu, mengubah sikap untuk setuju atau tidak setuju tentang sesuatu yang ditunjukkan dengan adanya keputusan tertentu untuk diikuti

c) Fungsi Publikasi Informasi

Fungsi utama dari publikasi informasi adalah untuk menambah pengetahuan atau mengurangi ketidakpastian pemakai informasi, karena informasi berguna untuk memberikan gambaran tentang suatu permasalahan sehingga pengambil keputusan dapat menentukan keputusan lebih cepat, informasi juga memberikan standar aturan maupun indikator bagi pengambil keputusan

d) Tujuan Sistem Informasi

IAIN PALOPO

[19] Alo Liliweri, *Komunikasi Serba Ada Serba Makna (*kencana: Jakarta: 2011) h. 460

Tujuan dari sistem informasi adalah agar pengelolaan data dan informasi sebuah organisasi dapat menyeluruh, terintegrasi , terpadu dan menghasilkan informasi cepat dan akurat. Prinsip dari pengelolaan sistem informasi adalah didukung tim IT yang kuat, infrastruktur IT yang mendukung, kebijakan/prosedur, perencanaan dan manajemen, serta pengembangan secara berkelanjutan dan berkesinambungan. Pengembangan sistem informasi dapat bermanfaat sebagai pendukukng proses operasi kegiatan dan aktivitas yang dilakukan UB. Selain itu juga dapat sebagai instrumen pendukung upaya pengambilan keputusan oleh pimpinan dan karyawan UB. Harapannya dapat dibuat suatu strategi untuk keunggulan dalam berkompetisi.[20]

e) Tahapan Proses Publikasi

1. Merencanakan Publikasi

Perencanaan (*planning)* merupakan suatu fungsi manajemen yang paling utama. Secara umum perencanaan merupakan proses penentuan tujuan organisasi (perusahaan) dan kemudian menyajikan dengan jelas strategi (program), taktik (cara melaksanakan program), dan operasi (tindakan yang diperlukan untuk mencapai tujuan perusahaan).

Oleh karena itu, pengertian perencanaan adalah proses dasar manajemen untuk menentukan tujuan dan langkah-langkah yang harus dilakukan agar tujuan dapat tercapai. Perencanaan dalam memberikan informasi untuk mengkoordinasi pekerjaan secara akurat dan *efektif.*

2. Pemrograman Dan Perencanaan

Program kegiatan atau perencanaan adalah cara untuk memformulasikan bentuk yang lebih *sistematis* dan logis dalam bentuk gambar flow chart dari suatu

[20]https://bloglinda92.wordpress.com/2012/01/01/tujuan-dan-macam-macam-sistem-informasi/

rencana. Hal ini bisa berbentuk lebih konseptual sehingga memudahkan untuk pemantauan dan pengecekan dari tahap-tahap tugas dengan mudah.

Langkah awal hingga langkah akhir dari suatu pekerjaan bisa dilihat dengan awal hingga akhir dari suatu pekerjaan bisa dilihat dengan teliti, apa-apa yang sudah tercapai atau apa yang belum terlaksana. Singkatnya, dari setiap langkah perencanaan diketahui berapa banyak personel yang terlibat, biaya yang dikeluarkan, target audience, batas waktu yang yang di perlukan, jenis public yang dituju, dan *press relation.*[21] Semuanya akan tergambar dengan *sistematis.* Sehingga *efisiensi* dan *efektivitas* dalam proses publikasi dapat tercapat dengan baik dan sukses.

3. Pemilihan Media Publikasi

Pemilihan media massa yang sesuai dengan sasaran khalayak sangat penting dalam tahap persiapan dan penyebaran siaran berita informasi. Menyadari potensi yang dimiliki oleh media massa dalam penyebarluasan berita dan informasi, maka diperlukan tentang pemikiran media dan cara-cara menggunakan media.[22] Sehingga media benar-benar dapat dimanfaatkan secara *efektif* dan *efisien* dalam proses mempublikasikan suatu informasi.

Menentukan media sebagai penentu alat tugas *public relation* yang sangat penting. Bahkan sebagai *barometer* (tolak ukur) tentang keberhasilan atau tidak bagi *public relations* untuk menjangkau target audience atau khalayak yang tersebar luas diberbagai tempat.[23]

Pengertian media sebagai alat komunikasi tersebut ada beberapa macam, misalnya hubungan media (*media relation*) melalui *audio visual*, media elektronik dan

IAIN PALOPO

[21] Rosady Ruslan, *Praktik Dan Solusi Public Relation* (ghalia Indonesia: Jakarta: 1994) h. 65
[22] Rosady Ruslan, *Praktik Dan Solusi Public Relation* (ghalia Indonesia: Jakarta: 1994) h. 64

[23] F. Rachmadi, *Public relation dalam teori dan praktek*, (gramedia pustaka utama: Jakarta:1992),h 88

media cetak, pameran, sponsorship, seminar, periklanan, dan sebagainya. Kemudian melalui media massa, yaitu media cetak dan media elektronik, selain mempunyai *kredibilitas* untuk menyampaikan pesan kepada khalayak yang jangkauannya lebih luas, juga memiliki keserempakan dalam penyampaian berita secara serentak. Ada lagi media yang tak bermassa, melalui korespondensi, surat-menyurat, facsimile, teleks, poster, spanduk, film dokumenter, dan sebagainya.

4. Membingkai Pesan

Prinsip pertama dari membingkai isi pesan untuk komunikasi adalah mengetahui dari dekat pandangan klien atau masyarakat dan situasi problem. Prinsip kedua adalah mengetahui kebutuhan, kepentingan, perhatian dari *public* sasaran.Kemajuan teknologi dan media telah menciptakan banyak kemungkinan untuk melayani kebutuhan audien.Sehingga praktisi dianjurkan untukberpikir secara terbatas dan rinci ketika praktisi ingin memodifikasi atau memobilisasi opini.Dalam membingkai pesan diperlukan *repetisi* pesan yang *konsisten* sebagai bntuk pemilihan waktiu, tempat, dan metode secara cermat.[24]

5. Teknik Menulis Berita Informasi

Agar surat kabar dapat menyampaikan informasi dengan sebaik-baiknya, maka berita yang disiarkan harus lengkap. Menurut Rudyard klipping yang dikutip dalam buku public relation dalam teori dan praktek mengenai kelengkapan dalam menginformasikan harus lengkap dalam menjawab pertanyaan 5W+1H yaitu pertanyaan-pertanyaan yang timbul dalam pikiran setiap orang yang membaca berita.[25]

Berita yang hendak dipublikasikan haruslah memenuhi karateristik yang dikenal dengan nilai-nilai berita.Nilai berita digunakan untuk mengukur layak atau

IAIN PALOPO

[24] Eugene F. Lane, Apl*plied Behavior Science*, (public Relation Jurnal 23, no. 7: 1967), h 6

[25] F. Rachmadi, Public relation dalam teori dan praktek, (gramedia pustaka utama: Jakarta:1992), h 89

tidaknya suatu tulisan diangkat menjadi sebuah berita.Semakin tinggi nilai berita yang dikandung dalam sebuah peristiwa, maka semakin kuat peristiwa tersebut diangkat menjadi sebuah berita.Sebaliknya semakin rendah nilai beritanya semakin rendah pula peristiwa tersebut diangka menjadi sebuah berita.Selain itu dalam penulisan berita harus ditulis dalam piramida tebalik.Artinya data yang paling penting harus diletakkan dialenia-alenia petama.Sebab atas letak alenia, semakin penting pula data yabg dikandungnya.

6. Bahasa Dalam Penyampaian Informasi

Bagi wartawan, pengetahuan bahasa sangat penting sebagai alat untuk menyampaikan isi surat kabarnya.[26] Corak khusus bahasa yang digunakan dalam penyampaian isi pesan informasi mengenai berita ditentukan oleh pedomannya sebagai berikut:

a. Sederhana tetapi teratur
b. Jangan menggunakan bahasa yang muluk-muluk
c. Menghindari bahasa buku
d. Menghindari kata-kata yang salah
e. Susunan bahasanya harus hidup

2. Media Publikasi Informasi Dalam Perbankan

a. Jejaring Sosial *(Social Network)*

Jejaring sosial adalah struktur sosial yang terdiri dari elemen-elemen individual atau organisasi. Jejaring ini menunjukkan jalan dimana mereka berhubungan karena kesamaan sosialitas, mulai dari mereka yang dikenal sehari-hari sampai dengan keluarga. [27] Sedangkan bagi sebuah perusahaan sendiri, biasanya jejaring sosial

IAIN PALOPO

[26] F. Rachmadi, *Public relation dalam teori dan praktek*, (gramedia pustaka utama: Jakarta:1992), h 89

[27] http://jakartacity12.blogspot.com/2019/07/pengertian-jaringan-sosial.html#

difungsikan untuk memberikan informasi-informasi terkait tentang perkembangan yang ada dalam perusahaan tersebut. Adapun contoh dari jejaring sosial yang biasa kita temukan yakni facebook, twitter,google, linkedIn,myspace, pinterest, bado,ning dll

b. WEB

Website adalah suatu media publikasi yang terdiri dari halaman-halaman web *(web page)* yang terhubung satu dengan yang lain menggunakan *link* yang dilekatkan pada suatu teks atau image. Website dibuat pertama kali oleh Tim Barners Lee pada tahun 1990. *Website* dibangun dengan menggunakan bahasa *hyperteks markup languange* (HTML) dan memanfaatkan protokol komunikasi *hypertesk transfer protocol* (HTTP). Yang terletak pada *aplication layer* pada *referensi layer OSI*. Halaman *Website* diakses menggunakan aplikasi yang disebut internet browser.[28]

c. EMAIL

Email adalah sarana kirim mengirim surat melalui jalur jaringan computer misalnya internet. Dengan surat biasa, umumnya pengirim perlu membayar per pengiriman dengan membeli perangko, tetapi surat elektronik umumnya biaya yang dikeluarkan adalah biaya untuk membayar sambungan internet. Tapi ada pengecualian misalnya surat elektronik ke telpon genggam kadang pembayarannya ditagih per pengiriman.[29]

IAIN PALOPO

d. Brosur

Brosur merupakan terjemahan dari istilah asing yaitu *Brochures,* yakni salah satu *The Printed Word* yang merupakan sebuah media informasi eksternal berupa tulisan yang tercetak. Dalam kegiatan kehumasan brosur merupakan salah suatu media informasi eksternal, yang sangat *efektif* dan *efisien* dalam menyampaikan pesan kepada

[28] Nugroho B, *Aplikasi pemrograman web dinamis dengan PHP dan MySQL*, (Yogyakarta: Gava Media, 2004)

[29] http://id.wikipedia.org/wiki/Surat_elektronik

publik-publik eksternal yakni para pelanggan setia pada khususnya. Hal ini dapat dilihat dari definisi tentang Brosur yang di keluarkan oleh Prof. Drs.Onong.U.Effendy dalam Kamus Komunikasinya yakni ”Brosur merupakan buku kecil yang tipis yang berisikan keterangan mengenai suatu hal atau kegiatan.”

Sebagai salah satu media informasi *eksternal* dalam menyampaikan sebuah pesan atau informasi, brosur ini tentunya mempunyai beberapa kelebihan dalam menjangkau banyak indera manusia pada umumnya, dan dalam hal ini para pelanggan pada khususnya. Karena dengan beberapa karateristik di dalamnya, *media eksternal* dapat cepat menangkap lebih banyak stimuli yang ditujukan oleh si komunikannya, karena pada dasarnya semakin media merangsang banyak indera manusia, maka semakin *efektif* media tersebut.[30]

e. Periklanan

Iklan adalah suatu bentuk informasi yang dilakukan oleh seseorang, instansi/ Lembaga, atau perusahaan yang isinya berupa pesan yang menarik tentang sebuah produk atau jasa yang ditunjukkan kepada khalayak. Maksud dan tujuan dibuatnya iklan adalah untuk membujuk atau mendorong masyarakat sehingga menjadi tertarik menggunakan produk/jasa yang ditawarkan.

Menurut Kotler, iklan adalah bentuk penyajian dan promosi suatu barang,jasa dan juga ide, secara non personal oleh suatu sponsor tertentu dimana untuk penayangannya biasanya harus membayar sebuah media.

Biasanya iklan dipasang diberbagai media agar terlihat oleh banyak orang baik itu media *offline* ataupun *online* seperti koran, majalah, tabloid, televisi, situs berita, blog, media sosial, mesin pencari, dan lain-lain.

IAIN PALOPO

[30] *http://www.definisi-pengertian.com/2015/07/definisi-pengertian-brosur.html*

Pada umumnya iklan berbentuk informasi non personal mengenai produk atau jasa, perusahaan, merek dan lainnya dengan kompensasi biaya tertentu. Semua komunikasi dalam bentuk iklan ini bertujuan untuk menarik perhatian atau membujuk orang lain untuk membeli atau melakukan sesuatu yang menguntungkan si pembuat iklan.

Adapun manfaat dari pembuatan iklan adalah sebagai berikut :

1. Produk atau jasa yang diiklankan akan dikenal atau lebih terkenal dikalangan masyarakat luas.
2. Konsumen baru semakin bertambah sehinnga meningkatkan angka penjualan produk atau jasa yang diiklankan.
3. Keuntungan pihak pengiklan akan meningkat karena penjualan produk atau jasanya yang diiklankan.
4. Meningkatkan *brand awareness* sebuah merek dimasyarakat luas sehingga masyarakat mudah mengidentifikasi produknya.

3. Sistem Perbankan Islam

Menurut prinsip syariah, kegiatan pemasaran harus dilandasi semangat beribadah kepada Tuhan Sang Maha Pencipta, berusaha semaksimal mungkin untuk kesejahteraan bersama, bukan untuk kepentingan golongan apalagi kepentingan sendiri. Islam agama yang sangat luar biasa. Islam agama yang lengkap, yang berarti mengurusi semua hal dalam hidup manusia. Islam agama yang mampu menyeimbangkan dunia dan akhirat; antara hablum minallah (hubungan dengan Allah) dan hablum minannas (hubungan sesama manusia). Ajaran Islam lengkap karena Islam agama terakhir sehingga harus mampu memecahkan berbagai masalah besar manusia.

Islam menghalalkan umatnya berniaga. Bahkan Rasulullah Shallallahu „alaihi wa sallam seorang saudagar sangat terpandang pada zamannya. Sejak muda

IAIN PALOPO

beliau dikenal sebagai pedagang jujur. “Sepanjang perjalanan sejarah, kaum Muslimin merupakan simbol sebuah amanah dan di bidang perdagangan, mereka berjalan di atas adab islamiah,” ungkap Syekh Abdul Aziz bin Fathias-Sayyid Nada dalam Ensiklopedi Adab Islam Menurut Alquran dan Assunnah.

Rasulullah Shallallahu „alaihi wa sallam telah mengajarkan pada umatnya untuk berdagang dengan menjunjung tinggi etika keislaman. Dalam beraktivitas ekonomi, umat Islam dilarang melakukan tindakan bathil. Namun harus melakukan kegiatan ekonomi yang dilakukan saling ridho, sebagaimana firman Allah Ta’ala dalam QS. An-Nisaa: 29

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِنْكُمْ وَلا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا (٢٩)

Terjemahnya :

> “Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamu dengan jalan yang bathil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu; sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu.”[31]

Sebagaimana dalam kegiatan ekonomi, perbankan merupakan salah satu bagian terpenting dalam keberhasilan kegiatan tersebut. Sistem perbankan sama halnya dengan produsen, merupakan sebuah lembaga yang didalamnya terdapat produk-produk maupun jasa-jasa yang dihasilkannya sebagai daya tawar untuk para konsumen yang membutuhkan jasa-jasa atau produk-produk tersebut. Selain itu, sebagai penghasil produk dan jasa, sistem perbankan juga berperan sebagai tempat penyimpanan atau penabungan dana-dana dari masyarakat. Jadi, sistem perbankan di samping menjadi *intermediary* juga sebagai produk jasa dan keuangan.

IAIN PALOPO

[31] Kementrian Agama RI, Al-Qur’an dan Terjemah, (Depok : Cahaya Qur‟an, 2008), h.127.

Perbankan Islam sebagai salah satu lembaga keuangan, sama halnya dengan bank-bank lain dalam beroperasi. Disamping sebagai produsen, juga sebagai *intermediary* bagi para nasabah sebagai mudharib. Perbankan Islam beroperasi atas dasar ajaran (syari'at) Islam, yang memiliki prinsip operasional yang berbeda dengan bank konvensional. Bila dalam perbankan konvensional, biaya operasionalnya atas dasar *interest rate* atau suku bunga. Sedangkan perbankan syariah lebih kepada *profit* and *loss sharing principle*, yang mana prinsip ini sesuai dengan ajaran Islam, yaitu Al-Qur‟an dan AlHadits.

4. Teknologi Informasi dalam Memperkenalkan produk Perbankan

Sistem Informasi adalah gabungan dari manusia, perangkat keras, perangkat lunak, jaringan telekomunikasi, dan sumber data yang mengumpulkan, mengubah dan menyebarkan informasi dalam sebuah organisasi sehingga dapat mendukung perusahaan, pekerja, pelanggan, rekan kerja, serta supplier.

Jadi sistem informasi adalah sebuah sistem yang mengumpulkan, mengolah, menyimpan dan menganalisa data serta memisahkan informasi untuk tujuan yang spesifik

Teknologi informasi dewasa ini menjadi hal yang sangat penting karena sudah banyak organisasi yang menerapkan teknologi informasi untuk mendukung kegiatan organisasi. Penerapan teknologi informasi pada tiap perusahaan atau organisasi tentunya memiliki tujuan yang berbeda karena penerapan teknologi informasi pada suatu organisasi adalah untuk mendukung kepentingan usahanya. Tujuan dari adanya teknologi informasi yaitu untuk memecahkan masalah, membuka kreativitas, dan meningkatkan *efektivitas* dan *efesiensi* dalam melakukan pekerjaan.[32]

IAIN PALOPO

[32] Sutarman, *Pengantar Teknologi Informasi*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2000),h. 17.

Bagi dunia perbankan sistem informasi publikasi dan riset sangat besar peranannya dalam mencapai tujuan pemasaran bank. Dengan adanya sistem informasi yang baik akan memudahkan bank mengumpulkan dan menyaring informasi yang berkembang di luarbank. Demikian dengan riset pemasaran yang dijalankan dan dikembangkan akan sangat memudahkan bank untuk merencanakan kegiatan pemasarannya. Bank dengan mudah dapat mengetahui setiap gejala yang terjadi di masyarakat, sehingga bank pun dapat menyesuaikan dengan perubahan keinginan dan kebutuhan masyarakat.[33]

Dunia perbankan di Indonesia memasuki masa persaingan yang sangat kompetitif. Hal ini disebabkan banyaknya bank yang beroperasi di Indonesia baik yang beroperasi secara lokal maupun internasional. Sektor perbankan memiliki peran yang strategis dalam memberikan sumbangsih terhadap pertumbuhan ekonomi suatu negara. Dewasa ini, bank-bank yang mampu bertahan melewati masa krisis maupun bank-bank yang baru beroperasi mulai berlomba-lomba untuk memberikan layanan yang terbaik kepada nasabahnya melalui pelayanan dengan inovasi teknologi informasi pada sistem pelayanan dan pemasaran.

Sedangkan fungsi teknologi informasi ada enam fungsi yaitu :[34]

1. Menangkap (*Capture*);
2. Mengolah (*Processing*);

Mengkompilasikan catatan rinci dari aktivitas, misalnya menerima input dari keyboard, scanner, micdan sebagainya. Mengolah/memproses data masukan yang diterima untuk menjadi informasi. Pengolahan/pemrosesan data dapat berupa konversi (pengubahan data kebentuk lain), analisis (analisis kondisi), perhitungan (kalkulasi), sintesis (penggabungan) segala bentuk data dan informasi.

IAIN PALOPO

[33] Kasmir, *Manajemen Perbankan*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2012), h.204
[34] Murhada, *Pengantar Teknologi Informasi*, (Jakarta: Mitra Wacana, 2011),h. 60.

a) Data *processing*, memproses dan mengolah data menjadi suatu informasi. b) *Information processing*, suatu aktivitas komputer yang memproses dan mengolah suatu tipe/bentuk dari informasi dan mengubahnya menjadi tipe/bentuk yang lain dari informasi.

c) *Multimedia system*, suatu sistem komputer yang dapat memproses berbagai tipe/bentuk dari informasi secara bersamaan (simultan).

3. Menghasilkan (*Generating*);

Menghasilkan atau mengorganisasikan informasi ke dalam bentuk yang berguna. Misalnya : laporan, tabel, grafik dan sebagainya.

4. Menyimpan (*Storage*);

Merekam atau menyimpan dan informasi dalam suatu media yang dapat digunakan untuk keperluan lainnya. Misalnya disimpan ke *harddisk, tape, disket, compact disc (CD)* dan sebagainya.

5. Mencari kembali (*Retrieval*);

Menelusuri, mendapatkankembali informasi atau menyalin (copy) data dan informasi yang sudah tersimpan, misalnya mencari *supplier* yang sudah lunas dan sebagainya.

6. Transmisi (*Transmission*).

IAIN PALOPO

Mengirimkan data dan informasi dari suatu lokasi ke lokasi lain melalui jaringan komputer. Misalnya mengirimkan data penjualan dari *user* ke *user* lainnya dan sebagainya.

Dari uraian di atas, dapat diketahui bahwa teknologi informasi memiliki tujuan dan fungsi yang berbeda bagi suatu perusahaan dan itu semua tergantung pada bidang usaha masing-masing perusahaan.

5. Komponen-Komponen Teknologi Informasi

Komponen teknologi informasi merupakan sub sistem yang terbentuk sehubungan dengan penggunaan teknologi informasi. Menurut Seesar, teknologi informasi terdiri dari 3 (tiga) komponen utama, yaitu :

1. Perangkat keras (*hardware*);

Merupakan perangkat fisik yang membangun sebuah teknologi informasi.Contohnya : *monitor*, *keyboard*, *mouse*, *printer*, *harddisk*, memori, mikroprosesor, CD-ROM, kabel jaringan, antena telekomunikasi, CPU, dan peralatan I/O.

2. Perangkat lunak (*software*)

Merupakan program yang dibuat untuk keperluan khusus yang tersusun atas program yang menentukan apa yang harus dilakukan oleh komputer. Perangkat lunak dapat dibagi menjadi tiga, yaitu :

a) Perangkat lunak sistem, merupakan perangkat lunak yang dibuat khusus untuk dapat mengontrol semua perangkat keras, sehinggasemua perangkat keras teknologi informasi dapat bekerja dengan kompak sebagai sebuah sistem yang utuh. Misalnya : Sistem Operasi Window, Linux, Unix, OS/2, dan FreeBSD.

b) Perangkat lunak bahasa pemrograman, merupakan perangkat lunak yang dapat digunakan untuk membuat program aplikasi maupun perangkat lunak sistem.Misalnya: Visual Basic, Delphi, Turbo C, Fortran, Cobol, Turbo Assembler, dan Java.

c) Perangkat lunak aplikasi, merupakan program jadi siap pakai yang dibuat untuk keperluan khusus. Misalnya untuk keperluan multimedia: ada perangkat lunak Jet Audio, Windows Media Player, Winamp, Real Player. Untuk keperluan aplikasi perkantoran: ada Microsoft Office dan Open Office yang terdiri atas beberapa program untuk berbagai keperluan seperti pengolahan kata, angka, data dan presentasi.

3. Manusia (*brainware*).

IAIN PALOPO

Merupakan personel-personel yang terlibat langsung dalam pemakaian komputer, seperti Sistem Analis, Web Master,Web Disigner, Animator, Programmer, Operator, User dan lain-lain. Terdapat berbagai peran yang dapat dilakukan manusia dalam bagian sistem komputer, antara lain :

a) Analis sistem, berperan melakukan analisis terhadap masalah yang dihadapi, serta merancang solusi pemecahannya dalam bentuk program komputer.

b) *Programmer*, berperan menerjemahkan rancangan yang dibuat analis kedalam bahasa pemrograman sehingga solusi dapat dijalankan komputer.

c) Operator berfungsi menjalankan komputer berdasarkan instruksi yang diberikan.

d) Teknisi, bertugas merakit atau memelihara perangkat keras komputer, dan lain-lain.[35]

Berdasarkan uraian di atas, dapat dinyatakan bahwa komponen teknologi informasi terdiri dari satu kesatuan yang saling ketergantungan dan tidak dapat dipisahkan satu sama lain.

6. Peranan Teknologi Informasi Bagi Perusahaan

Peranan teknologi informasi bagi perusahaan sangatlah penting. Teknologi informasi berperan penting untuk meningkatkan kualitas informasi dan juga sebagai alat bantu maupun strategi yang tangguh untuk mengintegrasikan dan mengolah data dengan cepat dan akurat serta untuk penciptaan produk layanan baru sebagai daya saing untuk menghadapi kompetisi. Selain itu teknologi informasi juga berperan penting bagi perusahaan untuk mengefisiensi waktu dan biaya yang secara jangka panjang akan memberikan keuntungan ekonomis yang sangat tinggi.

IAIN PALOPO

[35] Yolivia Astrianiez Seesar, Perbandingan Implementasi Insourcing, CoSourcing, dan Outsourcing Dalam Pengembangan Sistem Informasi, (Majalah ilmiah IPB, 2010),h 6.

Penerapan teknologi informasi pada tiap perusahaan atau organisasi tentunya memiliki tujuan yang berbeda karena penerapan teknologi informasi pada suatu organisasi adalah untuk mendukung kepentingan usahanya. Apalagi dengan kondisi saat ini, dengan persaingan dan fluktuasi dunia bisnis yang tinggi sehingga penerapan teknologi informasi bukan hanya sebagai *supporting tools* saja, tetapi menjadi *strategic tools*, dimana fungsi dan perannya lebih komprehensif dan lebih luas terkait pada visi, misi dan tujuan perusahaan. Peran teknologi informasi bagi suatu perusahaan dapat dilihat dengan menggunakan kategori yang diperkenalkan oleh G.R. Terry yang dikutip oleh Perdana. Ada 5 peranan mendasar teknologi informasi di suatu perusahaan, yaitu:

1) Fungsi Operasional akan membuat struktur organisasi menjadi lebih ramping telah diambil alih fungsinya oleh teknologi informasi. Karena sifat penggunaannya yang menyebar di seluruh fungsi organisasi, unit terkait dengan manajemen teknologi informasi akan menjalankan fungsinya sebagai *supporting agency* dimana teknologi informasi dianggap sebagai sebuah *firm infrastructure*.

2) Fungsi *Monitoring and Control* mengandung arti bahwa keberadaan teknologi informasi akan menjadi bagian yang tidak terpisahkan dengan aktivitas di level *manajerial embedded* di dalam setiap fungsi *manajer*, sehingga struktur organisasi unit terkait dengannya harus dapat memiliki *span of control* atau *peer relationship* yang memungkinkan terjadinya interaksi efektif dengan para manajer di perusahaan terkait.

3) Fungsi *Planning and Decision* mengangkat teknologi informasi ke tataran peran yang lebih strategis lagi karena keberadaannya sebagai *enabler* dari rencana bisnis perusahaan dan merupakan sebuah *knowledge generator* bagi para pimpinan perusahaan yang dihadapkan pada realitas untuk mengambil sejumlah keputusan penting sehari-harinya. Tidak jarang perusahaan yang pada akhirnya memilih menempatkan unit

IAIN PALOPO

teknologi informasi sebagai bagian dari fungsi perencanaan atau pengembangan korporat karena fungsi strategis tersebut di atas.

4) Fungsi *Communication* secara prinsip termasuk ke dalam *firm infrastructure* dalam era organisasi moderen dimana teknologi informasi ditempatkan posisinya sebagai sarana atau media individu perusahaan dalam berkomunikasi, berkolaborasi, berkooperasi, dan berinteraksi.

5) Fungsi *Interorganisational* merupakan sebuah peranan yang cukup unik karena dipicu oleh semangat globalisasi yang memaksa perusahaan untuk melakukan kolaborasi atau menjalin kemitraan dengan sejumlah perusahaan lain. Konsep kemitraan strategis atau partnerships berbasis teknologi informasi seperti pada implementasi *Supply Chain Management* atau *Enterprise Resource Planning* membuat perusahaan melakukan sejumlah terobosan penting dalam mendesain struktur organisasi unit teknologi informasinya. Bahkan tidak jarang ditemui perusahaan yang cenderung melakukan kegiatan pengalihdayaan atau *outsourcing* sejumlah proses bisnis terkait dengan manajemen teknologi informasinya ke pihak lain demi kelancaran bisnisnya.[36]

Dari uraian di atas dapat diketahui bahwa suatu teknologi informasi dapat berperan di dalam berberapa fungsi yaitu fungsi operasional, fungsi monitoring dan kontrol, fungsi *planning and decision*, fungsi *communication* dan fungsi *interorganisational.*

7. Klasifikasi Produk

1. Definisi Produk

Produk merupakan segala sesuatu yang dapat ditawarkan produsen untuk diperhatikan, diminta, dicari, dibeli, digunakan, atau dikonsumsi pasar sebagai pemenuhan kebutuhan atau keinginan pasar yang bersangkutan. Secara konseptual

[36] Sutarman, *Pengantar Teknologi Informasi*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2000),h. 77.

IAIN PALOPO

produk adalah pemahaman subyektif dari produsen atas sesuatu yang bisa ditawarkan, sebagai usaha untuk mencapai tujuan organisasi melalui pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen, sesuai dengan kompetensi dan kapasitas organisasi serta daya beli pasar.[37]

2. Klasifikasi Produk

Klasifikasi produk bisa dilakukan atas berbagai macam sudut pandang. Berdasarkan berwujud tidaknya, produk dapat diklasifikasikan ke dalam dua kelompok utama yaitu sebagai berikut:[38]

a. Barang

Barang merupakan produk yang berwujud fisik, sehingga bisa dilihat, diraba/disentuh, dirasa, dipegang, disimpan, dipindahkan, dan perlakuan fisik lainnya. Ditinjau dari aspek daya tahannya, terdapat dua macam barang yaitu:

1) Barang tidak tahan lama (non durable goods).

Barang tidak tahan lama adalah barang berwujud yang biasanya habis dikonsumsi dalam satu atau beberapa kali pemakaian. Dengan kata lain umur ekonomisnya dalam kondisi pemakaian normal kurang dari satu tahun.

2) Barang tahan lama (durable goods).

Barang tahan lama merupakan barang berwujud yang biasanya bertahan lama dengan banyak pemakaian (umur ekonomisnya untuk pemakaian normal adalah satu tahun atau lebih).

b. Jasa (Service)

Jasa merupakan aktivitas, manfaat atau kepuasan yang ditawarkan untuk dujual.

IAIN PALOPO

[37] Tjiptono, *Strategi Pemasaran*, (Yogyakarta: Penerbit Andi, 2002), h 10
[38] [38] Tjiptono, *Strategi Pemasaran*, (Yogyakarta: Penerbit Andi, 2002), h 12

3. Keputusan Penggunaan Produk

Keputusan penggunaan atau pembelian produk merupakan suatu proses yang dimulai dari proses pengenalan kebutuhan, pencarian informasi, pemilihan alternatif, dan diakhiri dengan keputusan pembelian. Dengan kata lain keputusan pembelian merupakan tindakan aktual konsumen dalam menentukan suatu produk atau jasa yang akan digunakannya.[39]

1. Jenis Perilaku Pembelian

Pengambilan keputusan konsumen berbeda-beda, bergantung dari jenis keputusan pembelian. Proses pengambilan keputusan pembelian terbagi atas tiga jenis yaitu:[40]

a. Proses pengambilan keputusan yang luas

Proses pengambilan keputusan yang luas merupakan jenis pengambilan keputusan yang paling lengkap, bermula dari pengenalan masalah konsumen yang dapat dipecahkan melalui pembelian beberapa produk. Untuk keperluan ini, konsumen mencari informasi tentang produk atau merek tertentu dan mengevaluasi seberapa baik masing-masing alternatif tersebut dapat memecahkan masalahnya. Evaluasi produk atau merek akan mengarah kepada keputusan pembelian. Proses pengambilan keputusan pembelian yang luas terjadi untuk kepentingan khusus bagi konsumen atau untuk pengambilan keputusan yang membutuhkan tingkat keterlibatan tinggi, misalnya pembelian produk-produk yang mahal, mengandung nilai prestise, dan dipergunakan untuk waktu yang lama; bisa pula untuk kasus pembelian produk yang dilakukan pertama kali. Beberapa contoh produk yang pada umumnya (tidak berarti selalu) tergolong kelompok ini adalah mobil, komputer, sepeda motor, rumah mewah dan lain-lain.

IAIN PALOPO

[39] Blackwell, Paul w and James f, *Perilaku Konsumen*, (Jakarta: Binarupa Aksara,1995), h 17
[40] Blackwell, Paul w and James f, *Perilaku Konsumen*, (Jakarta: Binarupa Aksara,1995), h 23

b. Proses pengambilan keputusan terbatas

Proses pengambilan keputusan terbatas terjadi apabila konsumen mengenal masalahnya, kemudian mengevaluasi beberapa alternatif produk atau merek berdasarkan pengetahuan yang dimiliki tanpa berusaha (atau hanya melakukan sedikit usaha) mencari informasi baru tentang produk atau merek tersebut. Ini biasanya untuk pembelian produk-produk yang kurang penting atau pembelian yang bersifat rutin. Dimungkinkan pula proses pembelian terbatas ini terjadi pada keputusan pembelian yang bersifat emosional atau juga environmental needs, misalnya seseorang memutuskan untuk membeli suatu merek atau produk baru karena bosan dengan merek yang sudah ada, atau karena ingin mencoba atau merasakan sesuatu yang baru. Keputusan demikian hanya mengevaluasi aspek sifat atau corak baru (novelty or newness) dari alternatif-alternatif yang tersedia.

c. Proses pengambilan keputusan pembelian yang bersifat kebiasaan

Proses pengambilan keputusan pembelian yang bersifat kebiasaan merupakan proses yang paling sederhana, yaitu konsumen mengenal masalahnya kemudian langsung mengambil keputusan untuk membeli merek favorit atau kegemarannya (tanpa evaluasi alternatif). Evaluasi hanya terjadi bila merek yang dipilih tersebut ternyata tidak sebagus atau sesuai dengan yang diharapkan. Produk-produk yang biasa dibeli melalui proses ini antara lain sabun mandi, pasta gigi, makanan ringan, minyak rambut dan lain-lain.

8. Perbankan Berbasis Syari'ah

1. Pengertian Bank Syari'ah

Bank syari‟ah terdiri dari dua suku kata, yaitu bank dan syari‟ah. Kata bank bermakna suatu lembaga keuangan yang berfungsi sebagai perantara keuangan dari dua pihak, pihak yang berkelebihan dana dan pihak yang kekurangan dana. Kata syari‟ah

IAIN PALOPO

dalam versi bank syari‟ah di Indonesia adalah aturan perjanjian berdasarkan yangdilakukan oleh pihak bank dan pihak lain untuk penyimpanan dana dan atau pembiayaan kegiatan usaha dan kegiatan lainnya sesuai dengan hukum Islam.

Bank syari‟ah adalah suatu lembaga keuangan yang berfungsi sebagai perantara bagi pihak yang berkelebihan dana dengan pihak yang kekurangan dana untuk kegiatan usaha dan kegiatan lainnya sesuai dengan hukum Islam. Bank syari‟ah juga biasa disebut *Islamic Banking* atau *Interest fee banking*, yaitu suatu sistem perbankan dalam pelaksanaan operasional tidak menggunakan sistem bunga (riba), spekulasi (maisir), dan ketidakpastian (gharar).[41]

Salah satu kegiatan usaha yang paling dominan dan sangat dibutuhkan keberadaannya di dunia ekonomi dewasa ini adalah kegiatan usaha lembaga keuangan perbankan, oleh karena fungsinya sebagai pengumpul dana yang sangat berperan demi menunjang pertumbuhan ekonomi suatu bangsa. Sebagai alat penghimpun dana, lembaga keuangan ini mampu melancarkan gerak pembangunan dengan menyalurkan dananya ke berbagai proyek penting di berbagai sektor usaha yang dikelola oleh pemerintah. Demikian pula, lembaga keuangan ini dapat menyediakan dana bagi pengusaha-pengusaha swasta atau kalangan rakyat pengusaha lemah yang membutuhkan dana bagi kelangsungan usahanya. Dan juga sebagai fugsi lain yang berupa jasa bagi kelancaran lalu lintas dan peredaran uang baik nasional maupun antarnegara.

Yang menjadi permasalahan bagi kebanyakan orang terhadap kegiatan usaha lembaga keuangan perbankan tersebut jika dihubungkan dengan ketentuan-ketentuan hukum Islam bukanlah dari segi fungsi lembaga tersebut melainkan dari

IAIN PALOPO

[41] Zainuddin Ali, *Hukum Perbankan Islam*, (Jakarta: Sinar Grafika, 2010),h. 1.

konsep usahanya serta teknik operasional usahanya yang menyangkut jenis-jenis perjanjian yang digunakan.[42]

2. Dasar Hukum Bank Syari'ah

Bank syari'ah secara *yuridis normative* dan *yuridis empiris* diakui keberadaannya di Negara Republik Indonesia. Pengakuan secara yuridis normative tercatat dalam peraturan perundang-undangan di Indonesia, diantaranya, Undang-Undang No. 7 Tahun 1992 tentang Perbankan, Undang-Undang No. 10 Tahun 1998 tentang perubahan atas Undang-Undang No. 7 Tahun 1998, Undang-Undang No. 3 Tahun 2004 tentang perubahan atas Undang-Undang No. 23 Tahun 1999 tentang Bank Indonesia, Undang-Undang Tahun 2006 tentang perubahan atas Undang-Undang No. 7 Thun 1999 tentang peradilan Agama. Selain itu, pengakuan secara *yuridis empiris* dapat dilihat perbankan syari"ah tumbuh dan berkembang pada umumnya di seluruh Ibukota Provinsi dan Kabupaten di Indonesia, bahkan beberapa bank konvensional dan lembaga keuangan lainnya membuka unit usaha syari"ah.

Pengakuan secara *yuridis* dimaksud member peluang tumbuh dan berkembang secara luas kegiatan usaha perbankan syariah, termasuk memberi kesempatan kepada bank konvensional untuk membuka kantor cabang yang khusus melakukan kegiatan usaha berdasarkan prinsip syariah.

IAIN PALOPO

Selain itu, perlu diungkapkan bahwa kebiasaan atau tradisi hukum Negara Republik Indonesia dalam membuat rancangan UndangUndang di zaman Orde Lama dan awal Orde Baru tidak pernah terdengar kata "syariat". Kata "syariat" itu baru muncul ketika rancangan Undang-Undang perbankan diusulkan menjadi Undang-Undang di zaman akhir Orde Baru dan zaman awal reformasi. Hal ini menunjukkan bahwa pihak eksekutif dan legislatif memahami aspirasi penduduk Indonesia yang

[42] Dewi Gemala, *Aspek-Aspek Hukum dalam Perbankan dan Perasuransian Syari'ah di Indonesia*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2007),h.51.

mayoritas Muslim sehingga menyiapkan perangkat hukum yang berkaitan dengan persoalan hukum perbankan dan produk-produknya. Oleh karena itu, hukum perbankan menggunakan prinsip-prinsip syari‟ah baru hadir ada tahun 1992 di Indonesia, yaitu Bank Muamalat Indonesia (BMI). Bank Muamalat dimaksud, sejak berdiri tahun 1992 sampai 1998 masih menjadi pemain tunggal dalam dunia perbankan yang menggunakan prinsip syariah dan ditambah 78 BPR Syariah di Indonesia.

Bank syariah dan Bank Muamalah serta bank konvensional yang membuka layanan syariah di Indonesia menjadikan pedoman Undang-Undang No. 10 Tahun 1998 tentang perubahan atas UndangUndang No. 7 Tahun 1992 tentang perbankan. Undang-Undang No. 3 tahun 2004 tentang perubahan atas Undang-Undang no. 23 Tahun 1999 tentang Bank Indonesia. Undang-Undang dimaksud, yang kemudian dijabarkan dalam berbagai peraturan Bank Indonesia. Dalam hal ini, merumuskan beberapa garis hukum sebagai berikut:

1) Perbankan adalah segala sesuatu yang menyangkut tentang bank, mencakup tentang kelembagaan, kegiatan usaha serta cara dan proses dalam melaksanakan kegiatan usahanya.

2) Bank adalah badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya kepada masyarakat dalam bentuk kredit atau bentuk lainnya dalam meningkatkan taraf hidup rakyat banyak.

3) Pembiayaan berdasarkan prinsip syariah adalah penyediaan uang atau tagihan yang dipersamakan dengan itu berdasarkan persetujuan atau kesepakatan antara bank dengan pihak lain yang mewajibkan pihak yang dibiayai untuk mengembalikan uang atau tagihan tersebut setelah jangka waktu tertentu dengan imbalan atau bagi hasil.

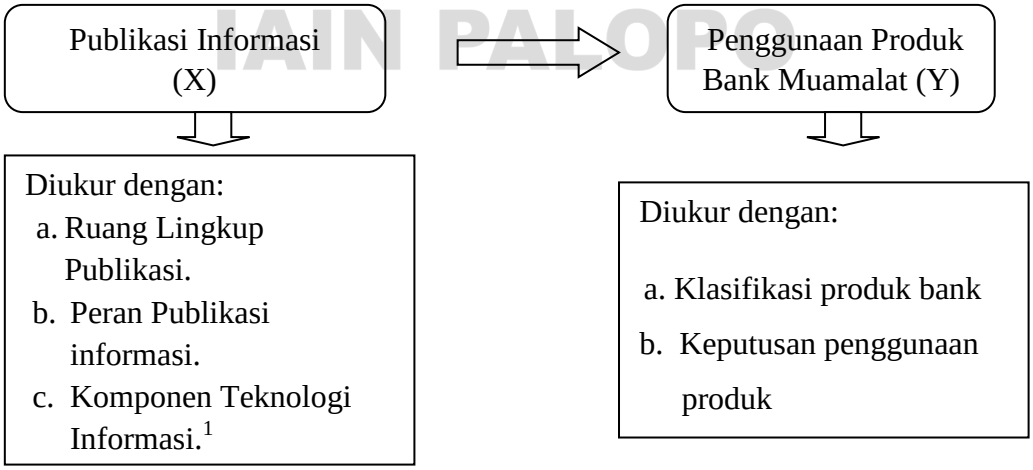
4) Prinsip syari‟ah adalah aturan perjanjian berdasarkan hukum Islam antara bank dan pihak lain untuk penyimpanan dana atau pembiayaan kegiatan usaha dan atau

IAIN PALOPO

kegiatan lainnya yang dinyatakan sesuai syari‟ah, antara lain prinsip bagi hasil *(mudharabah),* pembiayaan dengan prinsip penyertaan modal *(musyarakah),* prinsip jual beli barang dengan memperoleh keuntungan *(murabahah),* pembiayaan barang modal berdasarkan prinsip sewa murni tanpa pilihan *(ijarah),* atau adanya pilihan pemindahan pemilikan atau barang yang disewa dari pihak bank oleh pihak lain *(ijarah wa iqtima).* Selain itu, perlu dikemukakan bahwa dalam pasal 11 ayat (1) dan (2) Undang-Undang No. 3 Tahun 2004 tentang perubahan atas Undang-Undang No. 23 Tahun 1999 tentang Bank Indonesia, menjelaskan: (1) Bank Indonesia dapat memberikan kredit atau pembiayaan berdasarkan prinsip syariah untuk jangka waktu paling lama 90 hari kepada bank untuk mengatasi kesulitan pendanaan jangka pendek bank yang bersangkutan, dan (2) pelaksanaan pemberian kredit atau pembiayaan berdasarkan prinsip syari‟ah sebagaimana dimaksud pada ayat (1), wajib dijamin oleh bank penerima dengan agunan yang berkualitas tinggi dan mudah dicairkanyang nilainya minimal sebesar jumlah kredit atau pembiayaan yang diterimanya.[43]

C. *Kerangka Pikir*

Pengaruh Publikasi Informasi Dalam Memperkenalkan Produk Bank Muamalat KCP Palopo



Gambar 2.1. Kerangka Pikir

[43] Zainuddin Ali, *Hukum Perbankan Islam*, (Jakarta: Sinar Grafika, 2010),h. 2.

Dari alur kerangka pikir dalam penelitian ini, bahwa publikasi informasi (independen) akan memberikan pengaruh atau yang menjadi sebab dari variabel terikatnya (dependen) yaitu pengguna produk bank Muamalat KCP Palopo.

D. *Hipotesis*

Hipotesis dalam penelitian ini adalah diduga terdapat pengaruh publikasi informasi dalam memperkenalkan produk bank Muamalat KCP Palopo. Adapun uji hipotesis dalam penelitian ini yaitu :

H_0 : Tidak ada pengaruh publikasi informasi terhadap penggunaan produk bank Muamalat KCP Palopo

H_1 : Ada pengaruh publikasi informasi terhadap penggunaan produk bank muamalat KCP Palopo

IAIN PALOPO

BAB III

METODE PENELITIAN

A. *Metode dan jenis penelitian*

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan metode pendekatan kuantitatif. Pendekatan kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berdasarkan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, teknik pengambilan sampel pada umumnya dilakukan secara *random*, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan[44].

Dalam penelitian ini digunakan jenis penelitian *deskriptif* yaitu penelitian yang bertujuan untuk memperoleh gambaran keadaan fenomena *variabel* yaitu *variabel* publikasi informasi dan *variabel* penggunaa produk bank Muamalat KCP Palopo.

B. *Lokasi dan waktu penelitian*

Dalam penelitian ini ,penulis memilih bank Muamalat Kantor Cabang Pembantu Palopo yang ber alamat di jalan Ahmad Yani, Palopo, dengan waktu yang digunakan yaitu maksimal 3 bulan penelitian.

C. *Populasi dan Sampel*

a. Populasi

IAIN PALOPO

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas jumlah objek atau subjek penelitian, benda-benda alam, ataupun karakteristik atau sifat yang dimiliki oleh subjek atau objek tersebut.[45] Populasi juga dapat didefinisikan sebagai keseluruhan subjek penelitian[46]. Adapun populasi dalam penelitian ini adalah nasabah di bank Muamalat

---

[44] Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, (Bandung:Alfabeta,2008),h.13

[45] Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, (Bandung:Alfabeta,2008),h.117

[46] Suharsimi Arikunto,*Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik* Edisi Revisi VI, (Jakarta:Rineka Cipta,2006),h.130

kota Palopo dan guna untuk mempermudah penulis dalam meneliti maka penulis menggunakan tekhnik penelitian dengan metode sampling,

b. Sampel

Sampel yaitu sebagian atau wakil populasi yang diteliti[47]. Adapun metode pengambilan sampel yang dilakukan oleh peneliti adalah dengan menggunakan metode slovin yakni probability sampling dengan simple random sampling. Adapun rumus penentuan sampel yang digunakan sebagai berikut:[48]

n = N1 + N_e2

N = Besar/Jumlah Populasi

n = Jumlah Sampel

e = Batas Toleransi Kesalahan (10%)

Cara kerja;

n = 2241 + 223 x 0102

= 2241 + (223 x 0,01)

= 2241 + 2,24

= 2243,24

= 69

D. *Jenis dan sumber data*

Data yang digunakan dalam penelitian ini meliputi:

a. Data Primer.

IAIN PALOPO

[47] Suharsimi Arikunto,*Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik* Edisi Revisi VI, (Jakarta:Rineka Cipta,2006),h.131

[48] Suharsimi Arikunto, Presedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek, (Yogyakarta: Rineka Cipta, 1998),h. 98

Data primer adalah data yang berasal dari sumber asli atau pertama.[49] Dalam penelitian ini, penulis menggunakan kuisioner (daftar pertanyaan) serta melakukan wawancara kepada pihak perbankan dalam mengumpulkan data primer.

b. Data sekunder.

Data sekunder merupakan data yang secara tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya melalui orang lain atau lewat dokumen.[50]

E. *Variabel Penelitian*

Dalam penelitian ini ada 2 variabel yang akan diteliti, yaitu:

1. Variabel independent (variabel bebas), variabel ini sering disebut sebagai variabel stimulus, prediktor, antecedent. Variabel bebas adalah variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab peubahan atau timbulnya variabel dependen (terikat)[51]. Adapun variabel yang mempengaruhi yaitu publikasi Informasi.
2. Variabel *dependen*, sering disebut sebagai *output*, kriteria, *konsekuen*. *Variabel* terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya varibel bebas[52]. Adapun variabel dependennya yaitu penggunaan produk Bank Muamalat KCP Palopo.

IAIN PALOPO

F. *Teknik Pengumpulan Data*

Tehnik pengumpulan data adalah cara yang dilakukan oleh seorang peneliti untuk mendapatkan data yang terkait dengan penelitian yang akan diteliti.Pengumpulan data dapat dilakukan dalam berbagai *setting*, berbagai sumber dan berbagai cara[53]. Dalam penelitian ini teknik pengumpulan data yang digunakan adalah sebagai berikut:

---

[49] Jonathan Sarwono,*Analisis Data Penelitian Menggunakan SPSS*, (Yogyakarta:Andi Yogyakarta,2006),h.8

[50] Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan*, (Bandung:Alfabeta,2016),h.309

[51] Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, (Bandung:Alfabeta,2008),h.61

[52] Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, (Bandung:Alfabeta,2008),h.59

[53] Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, (Bandung:Alfabeta,2008),h.193

1. Angket (Quesioner)

Angket atau Kuesioner adalah tehnik pengumpulan data yang digunakan dengan cara memberikan berupa pertanyaan tertulis kepada responden untuk mendapatkan data atau informasi, dalam hal ini pegawai Bank Muamalat kota Palopo.

2. Dokumentasi

Dokumentasi dapat diartikan sebagai suatu cara pengumpulan data yang diperoleh dari dokumen-dokumen yang ada atau catatan-catatan yang tersimpan, baik itu berupa catatan transkip,buku,surat kabar,dan lain sebagainya.

G. *Pengukuran Variabel penelitian*

Skala pengukuran merupakan kesepakatan yang digunakan sebagai acuan untuk menentukan panjang pendeknya *interval* yang ada di dalam alat ukur, sehingga alat ukur tersebut bila digunakan dalam pengukuran akan menghasilkan data kuantitatif[54]. Skala pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini ialah skala *likert*.

Skala *likert* digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial, dengan skala *Likert* maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel, kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrumen yang dapat berupa pernyataan atau pertanyaan. Untuk keperluan analisis kuantitatif, maka jawaban itu dapat diberi skor, misalnya:

1) Setuju/Selalu/sangat positif diberi skor 5
2) Setuju/sering/positif diberi skor 4
3) Ragu-ragu/kadang-kadang/netral diberi skor 3
4) Tidak setuju/hampir tidak pernah/negatif diberi skor 2

[54] Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, (Bandung:Alfabeta,2008),h.131-132.

IAIN PALOPO

5) Sangat tidak setuju/tidak pernah diberi skor 1[55]

H. *Teknik Analisis Data*

1. Uji Instrumen

a. Uji *Validitas*

Uji *Validitas* adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat keterangan dan kesahihan dari suatu alat ukur[56]. Valid berarti instrumen yang digunakan sesuai dengan apa yang seharusnya di ukur. Suatu butir pertanyaan dikatakan valid jika nilai r hitung > dari rtabel.[57] Berikut hasil uji validitas yaitu sebagai berikut:

Tabel 3.1

Hasil Uji Validitas

Variabel	Item	r-hitung	r-tabel	Keterangan
Publikasi Informasi (X)	1	0,400	0,368	Valid
	2	0,459	0,368	Valid
	3	0,582	0,368	Valid
	4	0,543	0,368	Valid
	5	0,412	0,368	Valid
	6	0,396	0,368	Valid
Penggunaan Produk Bank Muamalat (Y)	1	0,567	0,368	Valid
	2	0,579	0,368	Valid
	3	0,475	0,368	Valid
	4	0,648	0,368	Valid
	5	0,397	0,368	Valid
	6	0,557	0,368	Valid

Sumber : Diolah menggunakan SPSS

b. Uji *Reliabilitas*

IAIN PALOPO

[55] Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, (Bandung:Alfabeta,2008),h.132-133.

[56] Suharsimi Arikunto,*Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik* Edisi Revisi VI, (Jakarta:Rineka Cipta,2006),h.109.

[57] Bhuono Agung Nugroho, *Strategi Jitu Memilih Metode Statistik Penelitian dengan SPSS*, (Yogyakarta: Andi, 2005),h. 68.

Reliabilitas adalah suatu nilai yang menunjukkan konsistensi suatu alat pengukur di dalam mengukur gejala yang sama serta akan menghasilkan data yang sama. Setiap alat pengukuran seharusnya memiliki kemampuan untuk memberikan hasil pengukuran yang konsisten. uji reliabilitas suatu penelitian itu dikatakan reliabel, bila terdapat kesamaan data dalam waktu yang berbeda. Reliabilitas suatu konstruk variabel dikatakan baik jika memiliki nilai *Cronbach's* Alpha > dari 0,60. Atau nilai *Cronbach's Alpha* >dari r tabel.[58] Hasil uji *Reliabilitas* dapat dilihat sebagai berikut :

Tabel 3.2

Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpa	Keterangan
Publikasi Informasi (X)	0,653	Reliabel
Penggunaan Produk Bank Muamalat(Y)	0,726	Reliabel

Sumber : Diolah menggunakan SPSS

2. Uji Asumsi Klasik

Ada empat asumsi klasik yang digunakan peniliti yaitu:

a. Uji *Normalitas* Data

Uji *normalitas* bertujuan untuk mengetahui distribusi data dalam variabel yang akan digunakan dalam penelitian. Data yang baik dan layak adalah data yang memiliki distribusi normal.[59] Cara untuk menguji normalitas data yaitu dengan melihat *output kurva normal (histogram)* dan *output kurva normal* P-Plot.

b. Uji *Autokorelasi*

Uji *autokorelasi* bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi *linear* ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan penggangu

[58] Bhuono Agung Nugroho, *Strategi Jitu Memilih Metode Statistik Penelitian dengan SPSS*,(Yogyakarta: Andi, 2005),h. 72.

[59] Suharsimi Arikunto ,*Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2006), h.18.

IAIN PALOPO

pada periode t- 1 (sebelumnya). Jika terjadi korelasi, maka dinamakan ada problem *autokorelasi*. *Autokorelasi* muncul karena observasi yang berurutan sepanjang waktu berkaitan satu sama lainnya. Masalah ini timbul karena residual (kesalahan pengganggu) tidak bebas dari satu observasi ke observasi lainnya. Hal ini sering ditemukan pada data runtut waktu (*time series*) karena "gangguan" pada seseorang individu/kelompok cenderung mempengaruhi "gangguan" pada seseorang individu/kelompok yang sama pada periode berikutnya.[60]

c. Uji *Heteroskedastisitas*

Uji *heteroskedastisitas* berarti *varian variabel* pada model *regresi* yang tidak sama. Sebaliknya, jika varian variabel pada model regresi memilki nilai yang sama (konstan) maka disebut *homoskedastisitas*.[61] Model regresi yang baik adalah *homoskedastisitas* atau yang tidak terjadi *heteroskedastisitas.* Kebanyakan data *crossection* mengandung situasi heteroskedastisitas karena data ini menghimpun data yang mewakili berbagai ukuran (kecil, sedang dan besar).[62]

d. Uji Normalitas Data

Uji normalitas data digunakan peneliti untuk mengetahui apakah data terdistribusi normal atau tidak. Model penelitian yang baik adalah nilai *residual* terdistribusi normal. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan uji normalitas data dengan metode uji *Kolmogrov Smirnov*.

IAIN PALOPO

[60]Imam Ghozali. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 19*. (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2011), h. 110

[61]Suliyanto. *Ekonometrika Terapan: Teori dan Aplikasi dengan SPSS.* (Yogyakarta: ANDI), h. 97

[62]Imam Ghozali.*Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 19*. (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2011), h. 139

3. Analisis Regresi Sederhana

Analisis dilanjutkan dengan regresi linier sederhana. Analisis regresi linier sederhana dilakukan dengan membuat persamaan regresi sederhananya, dan menguji keberartian dan kelinieran regresi.

1) Persamaan Regresi Sederhana

Persamaan regresi sederhana diperoleh dengan bentuk[63]

Y= a + bX, dimana:

Y= Variabel terikat (variabel yang diduga)

X= Variabel bebas

a= *Intersept*

b= *Koefisien regresi* (slop)

Nilai a maupun nilai b dihitung melalui rumus yang sederhana, untuk memperoleh nilai a dihitung dengan rumus:[64]

$$a = \frac{(\sum Y)(\sum X2) - (\sum X)(\sum XY)}{n\sum X2 - (\sum X)2}$$

Sedangkan nilai b dihitung dengan rumus:[65]

$$b = \frac{\sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{n \sum X2 - (\sum X)2}$$

IAIN PALOPO

4. Uji Hipotesis Penelitian

a. Uji *Koefisien* Determinasi

Uji *koefisien determinasi* digunakan dalam penelitian untuk mengetahui kebaikan model regresi untuk memprediksi variabel dependen.[66] Dalam uji koefisien

[63] Iqbal Hasan, Analisis Data Penelitian dengan Statisti, (Jakarta: Bumi Aksara, 2006), h.64.

[64] Agus Irianto, Statistik Konsep Dasar dan Aplikasinya, (Jakarta: Kencana, 2007),h.158.

[65] Agus Irianto, Statistik Konsep Dasar dan Aplikasinya, (Jakarta: Kencana, 2007),h.159

determinasi diperoleh nilai R^2 yang menunjukkan perubahan persentase varibael terikat karena variabel bebas secara bersama-sama.[67]

b. Uji t (Uji *Signifikasi*)

Uji *statistik signifikan parsial* atau individual (uji t) ditujukan untuk menguji sejauh mana pengaruh teknologi informasi sebagai variabel (X) terhadap pemasaran produk perbankan syariah sebagai variabel (Y).

Uji *signifikansi* dilakukan untuk membuktikan apakah *koefisien korelasi* secara statistik signifikan atau tidak.

Rumus: t hitung = $r \dfrac{\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}}$

Dimana:

t hitung = Nilai r

r = Nilai *koefisien korelasi*

n = Jumlah sampel

Uji dua pihak: dk= n-2 dan taraf signifikan 5% dengan kesimpulan hasil uji sebagai berikut : a. Jika t hitung > t tabel dan sig. T < 0,05 maka Ho ditolak dan Ha diterima, ini berarti *variabel independen* mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel *dependen*. b. Jika t hitung < t tabel dan tidak sig. T > 0,05 maka Ho diterima dan Ha ditolak, berarti tidak ada hubungan dan pengaruh antara variabel bebas yang diukur dengan variabel terikat, tidak signifikan.

IAIN PALOPO

[66]Purbayu Budi Santoso dan Ashari. *Analisis Statistik dengan Microsoft Excel & SPSS*, (Ed 1: Yogyakarta:Andi,2007) h. 144

[67]Imam Ghozali. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS* (Ed III: Semarang: Badan Penerbit Universitas Ponegoro, 2005) h.44

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. *Deskripsi Subjek Penelitian*

a. Sejarah Singkat Berdiri dan Perkembangan Bank Muamalat KCP Palopo

Pendirian PT Bank Muamalat di Kota Palopo pada bulan oktober tahun 2005 di Kota Palopo yang didukung oleh masyarakat dan pemerintah setempat. Hingga kini PT Bank Muamalat di Kota Palopo, beroperasi dengan nasabah penabung kurang lebih 2000 orang nasabah yang semakin hari semakin meningkat.[68]

Pendirian PT Bank Muamalat di Kota Palopo merupakan bagian dari upaya pengembangan lembaga keuangan dengan prinsip syariah di Indonesia sebagai yang telah digagas oleh Majelis Ulama Indonesia. Kota Palopo merupakan salah salah satu Kota besar di Sulawesi Selatan sekaligus pusat Kota Palopo. Penduduk mayoritas beragama Islam, sekaligus memiliki potensi ekonomi yang cukup besar, hal ini yang mendasari pendirian Bank Muamalat di Kota Palopo.[69]

Visi Misi PT Bank Muamalat Indonesia Visi, menjadi Bank Syariah utama di Indonesia, dominan di pasar spiritual dan dikagumi di pasar rasional. Misi, menjadi lembaga keuangan syariah dunia dengan penekanan pada semangat kewirausahawan, keunggulan manajemen, dan orientasi investasi yang inovatif untuk memaksimumkan nilai bagi stekeholder. [70]

Ide kongkrit Pendirian Bank Muamalat Indonesia berawal dari loka karya "Bunga Bank dan Perbankan" yang diselenggarakan Majelis Ulama Indonesia (MUI) pada tanggal 18-20 Agustus 1990 di Cisarua. Ide ini kemudian lebih dipertegas lagi

IAIN PALOPO

[68] Nirwana Mandasari, bagian marketing PT Bank Muamalat di Kota Palopo, Wawancara oleh penulis di Kota Palopo, 20 Agustus 2019.

[69] Hadi Santoso, ketua marketing pembiayaan PT Bank Muamalat di Kota Palopo, Wawancara oleh penulis di Kota Palopo 20 Agustus 2019.

[70] PT Bank Muamalat Cabang Kota Palopo, 20 Agustus 2019

dalam Musyawarah Nasional (MUNAS) ke IV MUI di Hotel Sahid Jaya Jakarta tanggal 22-25 Agustus 1990 yang mengamanahkan kepada Bapak K.H. Hasan Bahri yang terpilih kembali sebagai Ketua Umum MUI, untuk merealisasikan pendirian Bank Islam tersebut. Setelah itu, MUI membentuk suatu Kelompok Kerja (POKJA) untuk mempersiapkan segala sesuatunya. Tim POKJA ini membentuk Tim Kecil "Penyiapan Buku Panduan Bank Tanpa Bunga", yang diketuai oleh Bapak Dr. Ir. M. Amin Azis.[71]

Hal paling utama dilakukan oleh Tim MUI ini di samping melakukan pendekatan-pendekatan dan konsultasi dengan pihak-pihak terkait adalah menyelenggarakan pelatihan calon staf melalui *Management Development Program* (MDP) di Lembaga Pendidikan Perbankan Indonesia (LPPI), Jakarta yang dibuka pada tanggal 29 Maret 1991 oleh Menteri Muda Keuangan, dan meyakinkan beberapa pengusaha muslim untuk jadi pemegang saham pendiri. Untuk membantu kelancaran tugas-tugas MUI ini dibentuklah Tim Hukum Ikatan Cendekiawan Muslim Indonesia (ICMI) yang di bawah Ketua Drs. Karnaen Perwaatmadja, MPA. Tim ini bertugas untuk mempersiapkan segala sesuatu yang menyangkut aspek hukum Bank Islam.

Pada tanggal 1 November 1991 terlaksana penanda tanganan Akte Pendirian PT. Bank Muamalat Indonesia di Sahid Jaya Hotel dihadapan Notaris Yudo Paripurno, SH. dengan Akte Notaris No.1 tanggal 1 November 1991 (Izin Menteri Kehakiman No. C2.2413.HT.01.01 tanggal 21 Maret 1992/Berita Negara RI tanggal 28 April 1992 No.34).[72] Pada saat penandatanganan Akte Pendirian ini terkumpul komitmen pembelian saham sebanyak Rp 48 miliar.

IAIN PALOPO

[71] Bank Muamalat Indonesia, *Laporan Tahunan 1993*, (Jakarta: Bank Muamalat Indonesia, 1993), h. 5

[72] Bank Muamalat Indonesia, *Laporan Tahunan 1993*, (Jakarta: Bank Muamalat Indonesia, 1993), h. 5

Selanjutnya, pada acara silaturahmi pendirian Bank Syari'ah di Istana Bogor, diperoleh tambahan komitmen dari masyarakat Jawa Barat yang turut menenm modal senilai Rp 106 miliar. Dengan angka modal awal ini Bank Muamalat mulai beroperasi pada tanggal 1 Mei 1992 bertepatan dengan tanggal 27 Syawal 1412 H, SK Menteri Keuangan RI No. 1223/MK. 013/1991 tanggal 5 November 1991 diikuti oleh izin usaha keputusan MenKeu RI No. 430/KMK.013/1992 tanggal 24 April 1992.[73] Pada hari Jum'at, 27 Syawal 1412 H, bertepatan dengan tanggal 1 Mei 1992, Menteri Keuangan dan dengan dihadiri oleh Gubernur Bank Indonesia, meresmikan mulai beroperasinya Bank Muamalat dalam upacara *"Soft Opening"* yag diadakan di Kantor Pusat Bank Muamalat di Gedung Arthaloka, Jl. Jend. Sudirman Kav. 2 Jakarta.

Pada tanggal 27 Oktober 1994, Bank Muamalat berhasil menyandang predikat sebagai Bank *Devisa* yang semakin memperkokoh posisi perseroan sebagai Bank Syari'ah pertama dan terkemuka di Indonesia dengan beragam jasa maupun produk yang terus dikembangkan. Pada saat Indonesia dilanda krisis moneter, sektor Perbankan Nasional tergulung oleh kredit macet di segmen korporasi. Bank Muamalat pun terimbas dampak krisis. Pada tahun 1998, Perseroan mencatat rugi sebesar Rp 105 miliar.

Dalam upaya memperkuat permodalannya, Bank Muamalat mencari pemodal yang potensial, dan ditanggapi secara positif oleh *Islamic Development Bank* (IDB) yang berkedudukan di Jeddah, Arab Saudi. Pada RUPS tanggal 21 Juni 1999 IDB secara resmi menjadi salah satu pemegang saham Bank Muamalat. Oleh karenanya, kurun waktu antara tahun 1999 sampai 2002 merupakan masa-masa yang penuh tantangan sekaligus keberhasilan bagi Bank Muamalat karena berhasil

IAIN PALOPO

[73] Bank Muamalat Indonesia, *Laporan Tahunan 1993*, (Jakarta: Bank Muamalat Indonesia, 1993), h. 7

membalikkan kondisi dari rugi menjadi laba dari upaya dan dedikasi setiap Pegawai Muamalat, ditunjang oleh kepemipinan yang kuat, strategi pengembangan usaha yang tepat, serta ketaatan terhadap pelaksanaan Perbankan Syari'ah secara murni.

Diawali dari pengangkatan kepengurusan baru dimana seluruh anggota Direksi diangkat dari dalam tubuh Muamalat, Bank Muamalat kemudian menggelar rencana kerja lima tahun dengan penekanan pada:

1. Restru pegawai risasi *asset* dan program *efisiensi*
2. Tidak mengandalkan setoran modal tambahan dari para pemegang saham,
3. Tidak melakukan PHK satu pun terhadap Sumber Daya Insani yang ada, dan dalam hal pemangkasan biaya, tidak memotong hak Pegawai Muamalat sedikit pun,
4. Pemulihan kepercayaan dan rasa percaya diri Pegawai Muamalat menjadi prioritas utama di tahun pertama kepengurusan Direksi baru
5. Peletakan landasan usaha baru dengan menegakkan disiplin kerja Muamalat menjadi agenda utama di tahun kedua, dan
6. Pembangunan tonggak-tonggak usaha dengan menciptakan serta menumbuhkan peluang usaha.[74]

IAIN PALOPO

b. Visi dan Misi Bank Muamalat Indonesia

1. Visi

"Menjadi Bank Syari'ah utama di Indonesia, dominan di pasar spiritual, dikagumi di pasar rasional".

2. Misi

[74] Bank Muamalat Indonesia, *Laporan Tahunan 2006*, (Jakarta: Bank Muamalat Indonesia, 2006), h. 6

Menjadi role model Lembaga Keuangan Syari'ah dunia dengan penekanan pada semangat kewirausahaan, keunggulan manajemen dan orientasi investasi yang inovatif untuk memaksimumkan nilai kepada *stakeholder*

c. Tujuan Berdiri Bank Muamalat Indonesia

Adapun tujuan berdiri Bank Muamalat Indonesia yaitu:

1. Meningkatkan kualitas kehidupan sosial ekonomi masyarakat Indonesia, sehingga semakin berkurang kesenjangan sosial ekonomi, dan dengan demikian akan melestarikan pembangunan nasional, antara lain melalui:
   a. Meningkatkan kualitas dan kuantitas kegiatan usaha
   b. Meningkatkan kesempatan kerja
   c. Meningkatkan penghasilan masyarakat banyak
2. Meningkatkan partisipasi masyarakat dalam proses pembangunan terutama dalam bidang ekonomi keuangan, yang selama ini masih cukup banyak masyarakat yang enggan berhubungan dengan bank karena masih menganggap bahwa bunga bank itu riba.
3. Mengembangkan lembaga bank dan system Perbankan yang sehat berdasarkan efisiensi dan keadilan, mampu meningkatkan partisipasi masyarakat sehingga menggalakkan usaha-usaha ekonomi rakyat antara lain memperluas jaringan lembaga Perbankan ke daerah-daerah terpencil.
4. Mendidik dan membimbing masyarakat untuk berpikir secara ekonomi, berperilaku bisnis dan meningkatkan kualitas hidup mereka.

e. Produk-produk Bank Muamalat Indonesia

1. Produk Penghimpuanan Dana (*Funding Products*)
   a. *Shar-e*

IAIN PALOPO

Shar-e adalah tabungan instan investasi syari'ah yang memadukan kemudahan akses ATM, Debit dan *Phone Banking* dalam satu kartu dan dapat dibeli di kantor pos seluruh Indonesia. Hanya dengan Rp 125.000, langsung dapat diperoleh satu kartu *Shar-e* dengan saldo awal tabungan Rp 100.000, sebagai sarana menabung berinvestasi di Bank Muamalat. Shar-e dapat dibeli melalui kantor pos. diinvestasikan hanya untuk usaha halal dengan bagi hasil *kompetitif*. Tarik tunai bebas biaya di lebih dari 8.888 jaringan ATM BCA/PRIMA dan fasilitas SalaMuamalat. (phone banking 24 jam untuk layanan otomatis cek saldo, informasi *history* transaksi, transfer antara rekening sampai dengan 50 juta dan berbagai pembayaran).

b. Tabungan Ummat

Merupakan investasi tabungan dengan aqad *Mudharabah* di Counter Bank Muamalat di seluruh Indonesia maupun di Gerai Muamalat yang penarikannya dapat dilakukan di seluruh Counter Bank Muamalat, ATM Muamalat, jaringan ATM BCA/PRIMA dan jaringan ATM Bersama. Tabungan Ummat dengan Kartu Muamalat juga berfungsi sebagai akses debit di seluruh *Merchant* Debit BCA/PRIMA di seluruh Indonesia. Nasabah memperoleh bagi hasil yang berasal dari pendapatan Bank atas dana tersebut.

c. Tabungan Haji Arafah

Merupakan tabungan yang dimaksudkan untuk mewujudkan niat nasabah untuk menunaikan ibadah haji. Produk ini akan membantu nasabah untuk merencanakan ibadah haji sesuai dengan kemampuan keuangan dan waktu pelaksanaan yang diinginkan. Dengan fasilitas asuransi jiwa, Insya Allah pelaksanaan ibadah haji tetap terjamin. Dengan keistimewaan tersebut, nasabah Tabungan Arafah bisa memilih jadwal waktu keberangkatannya sendiri dengan setoran tetap tiap bulan, keberangkatan nasabah terjamin dengan asuransi jiwa, apabila penabung meninggal dunia, maka ahli

IAIN PALOPO

waris otomatis dapat berangkat. Tabungan haji Arafah juga menjamin nasabah untuk memperoleh porsi keberangkatan (sesuai dengan ketentuan Departemen Agama) dengan jumlah dana Rp 32.670.000 (Tiga puluh dua juta enam ratus tujuh puluh ribu rupiah), karena Bank Muamalat telah *on-line* dengan Siskohat Departemen Agama Republik Indonesia. Tabungan haji Arafah memberikan keamanan lahir batin karena dana yang disimpan akan dikelola secara Syariah.

d. Deposito *Mudharabah*

Merupakan jenis investasi bagi nasabah perorangan dan Badan Hukum dengan bagi hasil yang menarik. Simpanan dana masyarakat akan dikelola melalui pembiayaan kepada sektor *riil* yang halal dan baik saja, sehingga memberikan bagi hasil yang halal. Tersedia dalam jangka waktu 1, 3, 6 dan 12 bulan.

e. Deposito *Fulinves*

Merupakan jenis investasi yang dikhususkan bagi nasabah perorangan, dengan jangka waktu enam dan 12 bulan dengan nilai nominal minimal Rp 2.000.000,- atau senilai USD 500 dengan fasilitas asuransi jiwa yang dapat dipergunakan sebagai jaminan pembiayaan atau untuk referensi Bank Muamalat. Nasabah memperoleh bagi hasil yang menarik tiap bulan.

f. Giro *Wadi'ah*

Merupakan titipan dana pihak ketiga berupa simpanan giro yang penarikannya dapat dilakukan setiap saat dengan menggunakan cek, bilyet, giro, dan pemindah bukuan. Diperuntukkan bagi nasabah pribadi maupun perusahaan untuk mendukung aktivitas usaha. Dengan fasilitas kartu ATM dan Debit, tarik tunai bebas biaya di lebih dari 8.888 jaringan ATM BCA/PRIMA dan ATM Bersama, akses di lebih dari 18.000 *Merchant* Debit BCA/PRIMA dan fasilitas Sala Muamalat. (phone banking

IAIN PALOPO

24 jam untuk layanan otomatis cek saldo, informasi *history* transaksi, transfer antar rekening sampai dengan 50 juta dan berbagai pembayaran).

g. Dana Pensiun Muamalat

Dana Pensiun Muamalat dapat diikuti oleh mereka yang berusia minimal 18 tahun, atau sudah menikah, dan pilihan usia pensiun 45-65 tahun dengan iuran sangat terjangkau, yaitu minimal Rp 20.000 per bulan dan pembayarannya dapat didebet secara otomatis dari rekening Bank Muamalat atau dapat ditransfer dariBank lain. Peserta juga dapat mengikuti program WASIAT UMMAT, dimana selama masa kepesertaan, peserta dilindungi asuransi jiwa sebesar nilai tertentu dengan premi tertentu. Dengan asuransi ini, keluarga peserta akan memperoleh dana pensiun sebesar yang diproyeksikan sejak awal jika peserta meninggal dunia sebelum memasuki masa pensiun.

2. Produk Penanaman Dana (*Invesment Product)*

a. Konsep Jual Beli

1) *Murabahah*

Adalah jual beli barang pada harga asal dengan tambahan keuntungan yang disepakati. Harga jual tidak boleh berubah selama masa perjanjian.

2) *Salam*

Adalah pembelian barang yang diserahkan di kemudian hari dimana pembayaran dilakukan di muka/tunai.

3) *Istishna*

Adalah jual beli barang dimana *Shani'* (produsen) ditugaskan untuk membuatsuatubarang (pesanan) dari *Mustashni'* (pemesan). *Istishna'* sama dengan *Salam* yaitu dari segi obyek pesanannya yang harus dibuat atau dipesan terlebih dahulu dengan ciri-ciri khusus. Perbedaannya hanya pada sistem pembayarannya yaitu *Istishna'* pembayaran dapat dilakukan di awal, di tengah atau di akhir pesanan.

IAIN PALOPO

b. Konsep Bagi Hasil

1). *Musyarakah*

Adalah kerjasama antara dua pihak atau lebih untuk suatu usaha tertentu, dimana masing-masing pihak memberikan kontribusi dana dengan kesepakatan bahwa keuntungan dan risiko akan ditanggung sesuai kesepakatan.

2). *Mudharabah*

Adalah kerjasama antara bank dengan *Mudharib* (nasabah) yang mempunyai keahlian atau keterampilan untuk mengelola usaha. Dalam hal ini pemilik modal *(Shahibul Maal)* menyerahkan modalnya kepada pekerja/pedagang *(Mudharib)* untuk dikelola.

c. Konsep Sewa

1). *Ijarah*

Adalah perjanjian antara bank *(muajjir)* dengan nasabah *(mustajir)* sebagai penyewa suatu barang milik bank dan bank mendapatkan imbalan jasa atas barang yang disewakannya.

2). *Ijarah Muntahia Bittamlik*

Adalah perjanjian antara Bank *(muajjir)* dengan nasabah sebagai penyewa. *Mustajir*/penyewa setuju akan membayar uang sewa selama masa sewa yang diperjanjikan dan bila sewa selama masa sewa berakhir penyewa mempunyai hak opsi untuk memindahkan kepemilikan obyek sewa tersebut.

3. Produk Jasa *(Service Products)*

a. Wakalah

Berarti penyerahan, pendelegasian atau pemberian mandat. Secara teknis Perbankan, *Wakalah* adalah akad pemberian wewenang/kuasa dari lembaga/seseorang (sebagai pemberi mandat) kepada pihak lain (sebagai wakil) untuk

IAIN PALOPO

melaksanakan urusan dengan batas kewenangan dan waktu tertentu. Segala hak dan kewajiban yang diemban wakil harus mengatasnamakan yang memberikan kuasa.

b. Kafalah

Merupakan jaminan yang diberikan oleh penanggung *(kafil)* kepada pihak ketiga untuk memenuhi kewajiban pihak kedua atau yang ditanggung. Dalam pengertian lain, *kafalah* juga berarti mengalihkan tanggung jawab seseorang yang dijamin dengan berpegang pada tanggung jawab orang lain sebagai penjamin.

c. Hawalah

Adalah pengalihan hutang dari orang yang berhutang kepada orang lain yang wajib menanggungnya. Dalam pengertian lain, merupakan pemindahan beban hutang dari *muhil* (orang yang berhutang) menjadi tanggungan *muhal 'alaih* atau orang yang berkewajiban membayar hutang.

d. Rahn

Rahn adalah menahan salah satu milik si peminjam sebagai jaminan atas pinjaman yang diterimanya. Barang yang ditahan tersebut memiliki nilai ekonomis, sehingga pihak yang menahan memperoleh jaminan untuk dapat mengambil seluruh atau sebagian piutangnya. Secara sederhana *rahn* adalah jaminan hutang atau gadai.

e. Qardh

IAIN PALOPO

Qardh adalah pemberian harta kepada orang lain yang dapat ditagih atau diminta kembali. Menurut teknis Perbankan, *qardh* adalah pemberian pinjaman dari Bank ke nasabah yang dipergunakan untuk kebutuhan mendesak, seperti dana talangan dengan kriteria tertentu dan bukan untuk pinjaman yang bersifat konsumtif. Pengembalian pinjaman ditentukan dalam jangka waktu tertentu (sesuai kesepakatan bersama) sebesar pinjaman tanpa ada tambahan keuntungan dan pembayarannya dilakukan secara angsuran atau sekaligus.

4. Jasa Layanan *(Services)*

a. ATM

Layanan ATM 24 jam yang memudahkan nassabah melakukan penarikan dana tunai, pemindahbukuan antara rekening, pemeriksaan saldo, pembayaran Zakat, Infaq, Sedekah (hanya pada ATM Muamalat), dan tagihan telepon. Untuk penarikan tunai, kartu Muamalat dapat diakses di 8.888 ATM di seluruh Indonesia, terdiri atas mesin ATM Muamalat, ATM BCA/PRIMA dan ATM Bersama, yang bebas biaya penarikan tunai. Kartu Muamalat juga dapat dipakai untuk bertransaksi di 18.000 lebih *Merchant* Debit BCA/PRIMA. Untuk ATM Bersama dan BCA/PRIMA, saat ini sudah dapat dilakukan transfer antara Bank.

b. Sala Muamalat

Merupakan layanan *Phone Banking* 24 jam dan *call center* yang memberikan kemudahan bagi nasabah, setiap saat dan di manapun nasabah berada untuk memperoleh informasi mengenai produk, saldo dan informasi transaksi, transfer antara rekening, serta mengubah PIN.

c. Pembayaran Zakat, Infaq dan Sedekah (ZIS)

Jasa yang memudahkan nasabah dalam membayar ZIS, baik ke lembaga pengelola ZIS Bank Muamalat maupun ke lembaga-lembaga ZIS lainnya yang bekerjasama dengan Bank Muamalat, melalui *Phone Banking* dan ATM Muamalat di seluruh cabang Bank Muamalat.

d. Jasa-jasa lain

Bank Muamalat juga menyediakan jasa-jasa Perbankan lainnya kepada masyarakat luas, seperti *transfer, collection, standing instruction, Bank draft*, referensi Bank.

IAIN PALOPO

B. *Karaktersitik Responden*

Karakteristik responden digunakan untuk mengetahui keragaman dari responden berdasarkan jenis kelamin,dan usia. Hal tersebut diharapkan dapat memberikan gambaran yang cukup jelas mengenai kondisi dari responden dan kaitannya dengan masalah dan tujuan penelitian tersebut.

1. Berdasarkan Jenis Kelamin

Keragaman responden berdasarkan jenis kelamin dapat ditunjukkan pada tabel 4.1 berikut ini:

Tabel 4.1

Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis kelamin	Jumlah
Laki-laki	20 orang
Perempuan	30 orang
Total	50 orang

Sumber: Data Primer

Berdasarkan karakteristik jenis kelamin responden pada tabel 4.1 tersebut, terlihat bahwa responden laki-laki sebanyak 20 orang dan responden perempuan yaitu sebanyak 30 orang. Sebagian besar responden yang ada adalah responden berjenis kelamin perempuan

2. Berdasarkan Umur

Keragaman responden berdasarkan umur atau usia dapat ditunjukkan pada tabel 4.2 berikut ini:

IAIN PALOPO

Tabel 4.2

Responden Berdasarkan Umur

Umur	Jumlah
21 – 25 tahun	22 orang
26 – 30 tahun	16 orang
Lebih dari 31 tahun	12 orang
Total	50 orang

Sumber: Data Primer

Berdasarkan karakteristik umur responden pada tabel 4.2 tersebut, menunjukkan bahwa responden yang berumur antara 21 – 25 tahun sebanyak 22 orang, responden yang berumur antara 26 – 30 tahun sebanyak 16 orang dan responden yang berumur lebih dari 30 tahun sebanyak 12 orang. Berdasarkan karakteristik umur responden sebagian besar responden berumur antara 26 – 30 tahun.

C. *Uji Asumsi Klasik*

a. Uji normalitas data

Tabel 4.3

Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

IAIN PALOPO

		Unstandardized Predicted Value
N		70
Normal Parameters[a,b]	Mean	23.6142857
	Std. Deviation	1.40290660
Most Extreme Differences	Absolute	.091
	Positive	.091
	Negative	-.081
Test Statistic		.091
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200[c,d]

a. Test distribution is Normal.
b. Calculated from data.
c. Lilliefors Significance Correction.
d. This is a lower bound of the true significance.

Dari hasil uji normalitas data yang dilakukan dengan menggunakan *one Sample Kolmogorov-Smirnov Test* diperoleh nilai signifikan sebesar 0,200. Jika dibandingkan dengan nilai probabilitas 0,05, nilai signifikan lebih besar dari nilai probabilitas (0,200 > 0,05). Maka dapat disimpulkan bahwa data yang diuji berdistribusi normal.

b. Uji *Autokorelasi*

Tabel 4.4

Hasil Uji Autokorelasi

Runs Test

	Unstandardized Predicted Value
Test Value[a]	23.79645
Cases < Test Value	33
Cases >= Test Value	37
Total Cases	70
Number of Runs	31
Z	-1.180
Asymp. Sig. (2-tailed)	.238

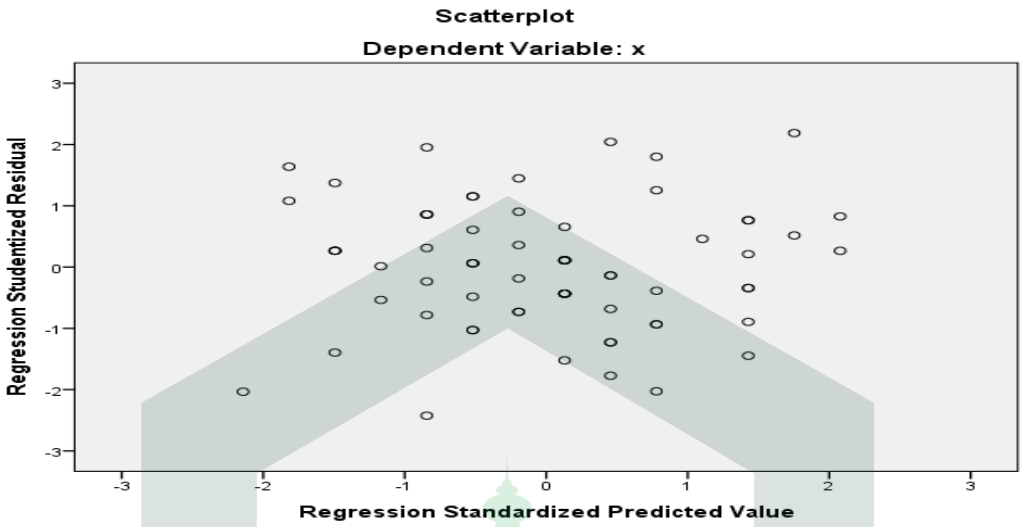
a. Median

Berdasrkan pada hasil uji runs test di atas menunjukkan bahwa nilai Asymp. Sig (2-tailed) sebesar 0,238. Sehingga nilai 0,238 > 0,05 yang berarti tidak terdapat gejalah atau masalah *autokorelasi* dalam penelitian ini.

IAIN PALOPO

c. Uji *Heteroskedastisitas*

Gambar 4.1
Hasil Uji Heteroskedastisitas



Berdasarkan *output scatterplot* di atas dapat diketahui bahwa:

a) Titik-titik data penyebar di atas dan di bawah atau di sekitar angka 0

b) Titik-titik tidak mengumpul hanya di atas atau di bawah saja

c) Penyebaran titik-titik data tidak berpola a) Penyebaran titik-titik data tidak membentuk pola melebar kemudian menyempit dan melebar kembali.

D. *Analisis Regresi Sederhana*

Tabel 4.5

Hasil Uji Analisis Regresi Sederhana

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4.495	3.048		1.475	.145
	X	.809	.128	.607	6.298	.000

a. Dependent Variable: Penggunaan produk bank Muamalat

IAIN PALOPO

Persamaan Regresinya sebagai berikut:

$Y = a + b_X$
$Y = 4.495 + 0{,}809_X$

Angka-angka ini dapat diartikan sebagai berikut:

a. *Konstanta* sebesar positif 4.495; artinya jika publikasi informasi (X) nilainya 0, maka penggunaan produk bank syariah (Y) nilainya positif yaitu sebesar 4.495

b. *Koefisien regresi variabel* publikasi informasi (X) sebesar positif 0,809 jika publikasi informasi (X) mengalami kenaikan nilai 1, maka penggunaan produk bank syariah (Y) akan mengalami peningkatan sebesar 0,809 Koefisien bernilai positif artinya terjadi hubungan positif antara publikasi informasi dengan penggunaan produk bank Syariah

E. *Uji Hipotesis Penelitian*

a) Koefisien Determinasi

Tabel 4.6

Koefisien Determinasi

Model Summary[b]

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.607[a]	.368	.359	2.466

a. Predictors: (Constant), Publikasi informasi

b. Dependent Variable: Penggunaan Produk bank Muamalat

Dari hasil uji *koefisien determinasi (R Square)* dapat diketahui nilai *koefisien determinasi (R Square)* sebesar 0.368. Besarnya angka *koefisien determinasi (R Square)* atau sama dengan 36,8%. Angka tersebut mengandung arti bahwa variabel publikasi informasi berpengaruh terhadap penggunaan produk bank Muamalat KCP Palopo sebesar 36,8%. Sedangkan sisanya 63,2% dipengaruhi oleh variabel lain diluar model regresi ini. Besarnnya pengaruh variabel lain ini sering disebut *error* (e).

IAIN PALOPO

b.) Uji *Signifikan Individual* (Uji-t)

Tabel 4.7

Hasil Uji T

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4.495	3.048		1.475	.145
	x	.809	.128	.607	6.298	.000

a. Dependent Variable: Penggunaan Produk bank Muamalat

Dari hasil uji *parsial* (Uji-t) tersebut jika dilihat dari nilai signifikan < 0,05 (H_0 ditolak dan H_1 diterima) maka variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat. Hasil dari output "*Coefficients*" nilai signifikan publikasi informasi 0,000 < 0,05 (H_0 ditolak dan H_1 diterima). Sehingga dapat diartikan bahwa publikasi informasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap penggunaan produk bank Muamalat KCP Palopo.

F. *Pembahasan*

Hasil penelitian yang dilakukan diperoleh bahwa publikasi informasi memiliki pengaruh terhadap penggunaan produk bank muamalat KCP Palopo yaitu diperoleh nilai signifikan publikasi informasi 0,000 < 0,05 (H_0 ditolak dan H_1 diterima). Sehingga dapat diartikan bahwa publikasi informasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap penggunaan produk bank Muamalat KCP Palopo. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Nurholik mengatakan bahwa Hasil penelitian menunjukkan bahwa teknologi informasi pada bank BRI syariah memiliki pengaruh signifikan terhadap pemasaran produk bank.[75]

IAIN PALOPO

[75]Nurkholik , *"Pengaruh Teknologi Informasi Terhadap Pemasaran Produk Bank Syariah"*, dalam Skripsi, 2017, h. 44

Dari hasil penelitian tersebut diketahui bahwa publikasi informasi berpengaruh dalam memperkenalkan penggunaan produk bank Muamalat KCP Palopo. Dengan demikian publikasi informasi menjadi salah satu indikator nasabah dalam melakukan transaksi di bank Muamalat KCP Palopo. Dari hasil penelitian yang dilakukan di bank Muamalat KCP Palopo, publikasi informasi memiliki pengaruh yang cukup terhadap penggunaan produk bank Muamalat KCP Palopo. Adanya Publikasi informasi dapat memudahkan nasabah dalam melakukan transaksi dan mengetahui produk bank Muamalat KCP Palopo. Hasil temuan Nurkholik mengatakan bahwa variabel teknologi informasi memiliki pengaruh terhadap pemasaran produk bank.[76]

IAIN PALOPO

[76]Nurkholik , *"Pengaruh Teknologi Informasi Terhadap Pemasaran Produk Bank Syariah",* dalam Skripsi, 2017, h. 45

BAB V

PENUTUP

A. *Kesimpulan*

Hasil penelitian yang dilakukan diperoleh bahwa publikasi informasi memiliki pengaruh terhadap penggunaan produk bank Muamalat KCP Palopo yaitu diperoleh nilai signifikan publikasi informasi 0,000 < 0,05 (H_0 di tolak dan H_1 diterima). Sehingga dapat diartikan bahwa publikasi informasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap penggunaan produk bank Muamalat KCP Palopo. Hasil ini menunjukkan bahwa publikasi informasi yang ada pada bank Muamalat KCP Palopo dapat membantu memperkenalkan produk bank Muamalat KCP Palopo kepada nasabah serta menarik minat nasabah untuk bertransaksi.

B. *Saran*

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang telah dijelaskan, maka dapat diberikan berapa saran sebagai berikut:

1. Bagi peneliti

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa publikasi informasi berpengaruh individual terhadap penggunaan produk bank Muamalat KCP Palopo. Peneliti dapat mengetahui dalam penelitian ini bahwa publikasi informasi perbankan berpengaruh terhadap penggunaan produk bank Muamalat KCP Palopo dengan menggunakan indikator publikasi informasi. Publikasi informasi dapat menekankan penggunaan produk bank Muamalat KCP Palopo berdasarkan hasil penelitian ini.

2. Bagi pembaca

Pembaca dapat mengetahui bahwa publikasi informasi mempunyai pengaruh terhadap penggunaan produk bank Muamalat KCP Palopo, walaupun memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap publikasi informasi. Pembaca dapat

IAIN PALOPO

mengetahui publikasi informasi dapat membantu bank Syariah dalam memperkenalkan produk berdasarkan dari hasil penelitian ini yang menunjukkan bahwa publikasi informasi berpengaruh positif terhadap penggunaan produk bank Muamalat KCP Palopo.

3. Bagi peneliti selanjutnya

Hasil penelitian ini dapat digunakan untuk penelitian selanjutnya sebagai referensi data mengenai pengembangan publikasi informasi dan penggunaan produk bank, peneliti selanjutnya dapat mengunakan penelitian dengan mengunakan metode kuantitatif untuk melihat mengenai variabel publikasi informasi dan penggunaan produk bank. Hasil penelitian selanjutnya diharapkan dapat menjadi pendukung penelitian ini untuk menemukan alasan –alasan lebih lanjut mengenai berpengaruhnya publikasi informasi dalam memperkenalkan produk bank Muamalat KCP Palopo.

IAIN PALOPO

Daftar Pustaka

Ali Zainuddin, *Hukum Perbankan Islam*, (Jakarta: Sinar Grafika, 2010)

Arikunto Suharsimi, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik* Edisi Revisi VI, (Jakarta:Rineka Cipta,2006).

Bank Muamalat Indonesia, *Laporan Tahunan 2006*, (Jakarta: Bank Muamalat Indonesia, 2006).

B Nugroho, *Aplikasi pemrograman web dinamis dengan PHP dan MySQL*, (Yogyakarta: Gava Media, 2004)

Depag RI, Al-Qur'an dan Terjemah, (Depok : Cahaya Qur"an, 2008).

Gemala Dewi, *Aspek-Aspek Hukum dalam Perbankan dan Perasuransian Syari'ah di Indonesia*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2007)

Ghozali Imam. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS* (Ed III: Semarang: Badan Penerbit Universitas Ponegoro, 2005).

Harahap Dewi Berlian. *Pengaruh Teknologi informasi dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah Mandiri Cabang Medan Aksara 2017).* (Medan: 2017).

Hasan Ikbal, Analisis Data Penelitian dengan Statisti, (Jakarta: Bumi Aksara, 2006)

https://bloglinda92.wordpress.com/2012/01/01/tujuan-dan-macam-macam-sistem-informasi/

http://id.wikipedia.org/wiki/Surat_elektronik

http://jakartacity12.blogspot.com/2019/07/pengertian-jaringan-sosial.html#

http://www.definisi-pengertian.com/2015/07/definisi-pengertian-brosur.html

Hurriyati Ratih, *Bauran Pemasaran & Loyalitas Konsumen,* (Bandung: IKAPI, 2010)

Irianto Agus, Statistik Konsep Dasar dan Aplikasinya, (Jakarta: Kencana, 2007)

Kadir Abdul, Pengenalan Sistem Informasi, (Yogyakarta: Penerbit Andi, 2002)

Kasmir, *Manajemen Perbankan*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2012).

Kasmir,*Pemasaran Bank*, (Jakarta: Kencana, 2008).

Lane Eugene. F, Apl*plied Behavior Science*, (public Relation Jurnal 23, no. 7: 1967)

Lesly, Philip, *Public relations handbook*, (new York: pantice hall: 1992)

IAIN PALOPO

Liliweri Alo , *Komunikasi Serba Ada Serba Makna (*kencana: Jakarta: 2011)

Murhada, *Pengantar Teknologi Informasi*, (Jakarta: Mitra Wacana, 2011)

Nugroho Bhuono Agung, Strategi Jitu Memilih Metode Statistik Penelitian dengan SPSS, (Yogyakarta: Andi, 2005).

Sungkono Chriswan dan Machmudin Eka P, *Management Information Systems,*(Jakarta:Salemba Empat, 2011).

Nurkholik,*"Pengaruh Teknologi Informasi Terhadap Pemasaran Produk Bank Syariah",* dalam Skripsi, 2017.

Rachmadi. F, Public relation dalam teori dan praktek, (gramedia pustaka utama: Jakarta:1992)

Ruslan Rosady , *Praktik Dan Solusi Public Relation* (ghalia Indonesia: Jakarta: 1994)

Santoso Purbayu Budi dan Ashari. *Analisis Statistik dengan Microsoft Excel & SPSS,* (Ed 1: Yogyakarta:Andi,2007).

Sarwono Jonathan, *Analisis Data Penelitian Menggunakan SPSS,* (Yogyakarta:Andi Yogyakarta,2006).

Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, (Bandung:Alfabeta,2008).

Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan,* (Bandung:Alfabeta,2016)

Thaifuri. *Strategi pemasaran dalam meningkatkan nasabah pada bank syariah studi kasus pada Bank BRI Syariah Cabang Banda Aceh 2017).* (Banda Aceh: 2017)

IAIN PALOPO