

## **BAB II TINJAUAN PUSTAKA**

### **2.1. Penelitian Terdahulu Relevan**

a. Judul : Analisis Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Minat Nasabah Non Muslim Dalam Menggunakan Jasa Bank Syariah Di Makassar.

Peneliti : Muhammad Hadi Akbar Mutawalli (2019)

Variabel yang digunakan : Produk, Lokasi dan Promosi

Persamaan : • Meneliti tentang minat  
• Metode yang digunakan menggunakan skala likert

Perbedaan : • Objek penelitian  
• Variabel penelitian

Penelitian tersebut menyimpulkan bahwa faktor produk, lokasi dan produk secara simultan dan individual berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah non Muslim menggunakan jasa bank syariah.

b. Judul : Persepsi Masyarakat Non Muslim Terhadap Minat Menjadi Nasabah Bank Syariah Di Surakarta

Peneliti : Nur Rifai (2017)

Variabel yang digunakan : Persepsi kognitif, afektif dan konatif

Persamaan : • Meneliti tentang minat  
 • Variabel penelitian  
 • Metode yang digunakan menggunakan skala likert

Perbedaan : • Objek penelitian

Hasil penelitian disimpulkan bahwa variabel persepsi kognitif, afektif dan konatif berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menjadi nasabah bank syariah di Surakarta.

c. Judul : Pengaruh Persepsi Masyarakat Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Bank Syariah Studi Kasus Pada Masyarakat Kota Sidoarjo Dan Surabaya

Peneliti : Fitri Komariyah & Ali Farhan (2020)

Variabel yang digunakan : Persepsi kognitif, afektif dan konatif

Persamaan : • Meneliti tentang minat  
 • Metode pengumpulan data menggunakan kuesioner

Perbedaan : • Objek penelitian

Penelitian tersebut menyimpulkan bahwa persepsi kognitif, afektif dan konatif berpengaruh positif terhadap keputusan menjadi nasabah bank syariah di Kota Sidoarjo dan Surabaya.

d. Judul : Analisis Pengaruh Sikap Terhadap Minat Beli Online Melalui

## *Dropshipper* Pada Media *E-Commerce*.

- Peneliti : Nur'sakdah , Akhmad Saufi & Baiq Handayani Rinuastuti (2021)
- Variabel yang digunakan : Sikap kognitif, afektif dan konatif
- Persamaan : • Meneliti tentang minat  
• Metode pengumpulan data menggunakan kuesioner
- Perbedaan : • Objek penelitian

Penelitian tersebut menyimpulkan bahwa sikap kognitif, afektif dan konatif berpengaruh positif terhadap terhadap minat beli online melalui *dropshipper* pada media *e-commerce*.

Dalam penelitian ini tidak terdapat banyak perbedaan dengan penelitian relevan sebelumnya, karena peneliti ingin menguji variabel yang sama namun dengan lingkungan masyarakat yang berbeda, guna memperbanyak referensi bagi bank syariah di Indonesia dalam rangka mengetahui apa saja yang melatarbelakangi non muslim berminat menjadi nasabah bank syariah.

## **2.2. Teori Persepsi**

### 2.2.1. Pengertian Persepsi

Berbagai ahli memberikan definisi yang beragam tentang persepsi, walaupun pada prinsipnya mengandung makna yang sama. Menurut Rakhmat (2004, h. 51) menyatakan persepsi adalah pengalaman tentang objek, peristiwa atau hubungan-hubungan yang

diperoleh dengan menyimpulkan informasi dan menafsirkan pesan. Menurutnya ada tiga aspek di dalam persepsi yang dianggap relevan dengan kognisi manusia, yaitu pencatatan indra, pengenalan pola, dan perhatian.

Pengertian persepsi menurut Slameto (2003, h. 102 ) menyatakan persepsi adalah proses yang menyangkut masuknya pesan dan informasi di dalam otak manusia. Informasi dan pesan yang diterima tersebut muncul dalam bentuk stimulus yang merangsang otak untuk mengolah lebih lanjut yang kemudian mempengaruhi seseorang dalam berperilaku.

Terbentuknya persepsi seseorang terhadap suatu objek pada lingkungannya didasarkan pada stimulasi atau situasi yang sedang dihadapinya, terkait pada kondisi masyarakat persepsi adalah proses yang menyangkut masuknya pesan atau informasi dalam otak manusia secara terus menerus mengadakan hubungan dengan lingkungannya melalui indranya seseorang terhadap suatu objek, peristiwa ini dengan melibatkan pengalaman pengalaman yang berkaitan dengan objek tersebut melalui proses kognisi, afeksi, dan konasi untuk membentuk objek tersebut (Mahmud, 1989, h. 79).

Sesuai dengan teori dan tahapan persepsi tersebut dapat diketahui bahwa pembentukan persepsi sangat dipengaruhi oleh pengamatan dan penginderaan terhadap proses berfikir yang kemudian mempengaruhi seseorang dalam berperilaku. Seperti firman Allah mengenai panca indera dalam Q.S. As-Sajadah 32/9:

ثُمَّ سَوَّاهُ وَنَفَخَ فِيهِ مِنْ رُوْحِهِ وَجَعَلَ لَكُمُ السَّمْعَ وَالْأَبْصَارَ وَالْأَفْئِدَةَ قَلِيلًا  
مَا تَشْكُرُونَ

Terjemahannya:

Kemudian Dia menyempurnakannya dan meniupkan roh (ciptaan)-Nya ke dalam (tubuh)nya dan Dia menjadikan pendengaran, penglihatan dan hati bagimu, (tetapi) sedikit sekali kamu bersyukur. (Kementerian Agama RI, *A-quran dan terjemahannya*)

### 2.2.2. Faktor-faktor yang mempengaruhi persepsi

Menurut Miftah Toha (2003, h. 154), faktor-faktor yang mempengaruhi persepsi seseorang adalah sebagai berikut :

- a. Faktor internal: perasaan, sikap dan kepribadian individu, prasangka, keinginan atau harapan, perhatian (fokus), proses belajar, keadaan fisik, gangguan kejiwaan, nilai dan kebutuhan juga minat, dan motivasi.
- b. Faktor eksternal: latar belakang keluarga, informasi yang diperoleh, pengetahuan dan kebutuhan sekitar, intensitas, ukuran, keberlawanan, pengulangan gerak, hal-hal baru dan familiar atau ketidak asingan suatu objek.

Menurut Bimo Walgito (2004, h. 70) faktor-faktor yang berperan dalam persepsi dapat dikemukakan beberapa faktor, yaitu:

- a. Objek yang dipersepsi

Objek menimbulkan stimulus yang mengenai alat indera atau reseptor. Stimulus dapat datang dari luar individu yang mempersepsi, tetapi juga dapat datang dari dalam diri



individu yang bersangkutan yang langsung mengenai syaraf penerima yang bekerja sebagai reseptor.

b. Alat indera, syaraf dan susunan syaraf

Alat indera atau reseptor merupakan alat untuk menerima stimulus, disamping itu juga harus ada syaraf sensoris sebagai alat untuk meneruskan stimulus yang diterima reseptor ke pusat susunan syaraf, yaitu otak sebagai pusat kesadaran. Sebagai alat untuk mengadakan respon diperlukan motoris yang dapat membentuk persepsi seseorang.

Seperti yang tertuang pada Q.S An-Nahl ayat 78:

وَاللَّهُ أَخْرَجَكُمْ مِنْ بُطُونِ أُمَّهَاتِكُمْ لَا تَعْلَمُونَ شَيْئًا وَجَعَلَ لَكُمُ  
السَّمْعَ وَالْأَبْصَارَ وَالْأَفْئِدَةَ لَعَلَّكُمْ تَشْكُرُونَ

Terjemahannya:

Dan Allah mengeluarkan kamu dari perut ibumu dalam keadaan tidak mengetahui sesuatu pun, dan Dia memberimu pendengaran, penglihatan, dan hati nurani, agar kamu bersyukur. (Kementerian Agama RI, *A-quran dan terjemahannya*)

c. Perhatian

Untuk menyadari atau dalam mengadakan persepsi diperlukan adanya perhatian, yaitu merupakan langkah utama sebagai suatu persiapan dalam rangka mengadakan persepsi. Perhatian merupakan pemusatan atau konsentrasi dari seluruh aktivitas individu yang ditujukan kepada sesuatu sekumpulan objek.

### 2.2.3. Proses Terbentuknya Persepsi

Terbentuknya persepsi seseorang terhadap suatu objek pada lingkungannya didasarkan pada stimulasi atau situasi yang sedang dihadapinya, terkait pada kondisi masyarakat persepsi adalah proses yang menyangkut masuknya pesan atau informasi dalam otak manusia secara terus menerus mengadakan hubungan dengan lingkungannya melalui indranya seseorang terhadap suatu objek, peristiwa ini dengan melibatkan pengalaman pengalaman yang berkaitan dengan objek tersebut melalui proses kognisi, afeksi, dan konasi untuk membentuk objek tersebut (Mahmud, 1989, h. 79)

### 2.2.4. Aspek-Aspek Persepsi

Pada hakikatnya sikap adalah mencerminkan suatu interaksi dari proses untuk mencapai tujuan sistem. Komponen-komponen sikap tersebut menurut Bimo Walgito (1994, h. 110) menyatakan bahwa persepsi itu mengandung tiga komponen yang membentuk struktur sikap, yaitu:

- a. Komponen kognitif (komponen perseptual), yaitu komponen yang berkaitan dengan pengetahuan, pandangan, keyakinan, yaitu hal-hal yang berhubungan dengan bagaimana orang mempersepsi terhadap objek sikap.
- b. Komponen afektif (komponen emosional), yaitu komponen yang berhubungan dengan rasa senang atau tidak senang terhadap objek sikap. Rasa senang merupakan hal yang

positif, sedangkan rasa tidak senang merupakan hal yang negatif.

- c. Komponen konatif (komponen perilaku, atau action component), yaitu komponen yang berhubungan dengan kecenderungan bertindak terhadap objek sikap. Komponen ini menunjukkan intensitas sikap, yaitu menunjukkan besar kecilnya kecenderungan bertindak atau berperilaku seseorang terhadap objek sikap.

## **2.3. Teori Minat**

### **2.3.1. Pengertian Minat**

Menurut Ahmadi (2009, h. 148) Minat adalah sikap jiwa orang seorang termasuk ketiga fungsi jiwanya (kognisi, konasi, dan emosi), yang tertuju pada sesuatu dan dalam hubungan itu unsur perasaan yang kuat.

Menurut Slameto (2003, h. 180), minat adalah kecenderungan yang tetap untuk memperhatikan dan mengenang beberapa kegiatan. Sedangkan menurut Djaali (2008, h. 121) minat adalah rasa lebih suka dan rasa ketertarikan pada suatu hal atau aktivitas, tanpa ada yang menyuruh.

Andi Mappiare (1994, h. 62) juga berpendapat bahwa minat adalah suatu perangkat mental yang terdiri suatu campuran dari perasaan, harapan, pendirian, prasangka, rasa takut, atau kecenderungan lain yang mengarahkan individu kepada suatu pilihan tertentu.

Firman Allah Swt tentang minat dalam Q.S Al-Isra' ayat 84:



□ قُلْ كُلٌّ يَعْمَلُ عَلَىٰ شَاكِلَتِهِ ۗ فَرُبُّكُمْ أَعْلَمُ بِمَنْ هُوَ أَهْدَىٰ سَبِيلًا

Terjemahannya:

Katakanlah (Muhammad), “Setiap orang berbuat sesuai dengan pembawaannya masing-masing.” Maka Tuhanmu lebih mengetahui siapa yang lebih benar jalannya. (Kementerian Agama RI, *A-quran dan terjemahannya*)

### 2.3.2. Unsur-unsur Minat

Sebagaimana yang dikemukakan oleh Abror (1993, h. 112) bahwa minat itu mengandung tiga unsur, yaitu :

- a. Unsur kognisi (mengetahui) dalam pengertian bahwa minat itu didahului oleh pengetahuan dan informasi mengenai obyek yang dituju oleh minat tersebut.
- b. Unsur emosi (perasaan) karena dalam partisipasi atau pengalaman itu disertai dengan perasaan tertentu (biasanya perasaan senang)
- c. Unsur konasi (kehendak) merupakan kelanjutan dari dua unsur diatas yaitu diwujudkan dalam bentuk kemauan dan hasrat untuk melakukan suatu kegiatan.

### 2.3.3. Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Minat

Dalam penelitian ini, peneliti mengkategorikan tiga faktor yang menjadi minat non Muslim pada bank syariah yaitu faktor promosi, lokasi dan produk. Berikut adalah penjelasan ketiga faktor-faktor tersebut:

### a. Produk

Produk adalah sesuatu yang memberikan manfaat baik dalam hal memenuhi kebutuhan sehari-hari atau sesuatu yang ingin dimiliki oleh konsumen. Philip Kotler mendefinisikan produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan kepada pasar untuk memuaskan sesuatu keinginan atau kebutuhan, termasuk barang fisik, jasa, pengalaman, acara, orang, tempat, properti, organisasi, informasi, dan ide. (Kotler, 2009, h. 4)

Simorangkir mengatakan bahwa produk perbankan adalah instrumen atau perangkat yang dibuat dan dijual oleh bank. Produk yang dibeli oleh bank sangat banyak jumlahnya, karena bank dapat menciptakan berbagai jenis produk sesuai dengan keinginan nasabah. (Dendawijaya, 2005, h. 66) Produk yang dimaksud dalam penelitian ini adalah barang dan jasa yang disediakan oleh bank syariah seperti:

- 1) Produk penyaluran dana (*financing*) yang dikategorikan berupa prinsip jual beli (*Ba'i*), prinsip sewa (*Ijarah*), prinsip bagi hasil pembiayaan dengan akad pelengkap.
- 2) Produk penghimpun dana (*funding*) yang dikategorikan berupa prinsip *wadiah* dan prinsip *mudharabah*.

### b. Lokasi

Lokasi bank adalah tempat dimana diperjual belikannya produk perbankan dan pusat pengendalian perbankan. Penentuan lokasi suatu cabang bank merupakan salah satu

kebijakan yang sangat penting. Bank yang terletak dalam lokasi yang strategis sangat memudahkan nasabah dalam berurusan dengan bank. (Kasmir, 2005, h. 163 pemasaran bank) Apabila lokasi yang dipilih tidak strategis maka akan mengurangi minat nasabah untuk berhubungan dengan bank.

Menurut Kasmir (2012, h. 240 manajemen perbankan) hal-hal yang perlu diperhatikan dalam pemilihan dan penentuan lokasi suatu bank adalah dengan pertimbangan sebagai berikut:

- 1) Dekat dengan kawasan industri atau pabrik
- 2) Dekat dengan perkantoran
- 3) Dekat dengan pasar
- 4) Dekat dengan perumahan atau masyarakat
- 5) Mempertimbangkan jumlah pesaing yang ada di suatu lokasi

#### c. Promosi

Upaya untuk memperkenalkan produk kepada konsumen merupakan awal dari kegiatan promosi. Produk yang sudah dirancang sebaiknya dipromosikan dengan baik agar konsumen lebih mengenal produk tersebut.

Promosi merupakan sarana yang paling ampuh untuk menarik dan mempertahankan nasabahnya. Dalam kegiatan ini setiap bank berusaha untuk mempromosikan seluruh produk dan jasa yang dimilikinya baik langsung maupun tidak langsung (Kasmir, 2012, h. 246)

Menurut Kasmir (2005, h. 176) promosi yang dimaksud dalam hal ini adalah usaha-usaha yang dilakukan oleh bank syariah untuk lebih memperkenalkan bank tersebut baik produk maupun jasa yang diberikan kepada masyarakat luas. Secara garis besar keempat macam sarana promosi yang dapat digunakan oleh perbankan adalah sebagai berikut:

1) Periklanan (*Advertising*)

Merupakan promosi yang dilakukan dalam bentuk tayangan atau gambar atau kata-kata yang tertuang dalam spanduk, brosur, billboard, koran, majalah, televisi, atau radio-radio.

2) Promosi Penjualan (*Sales Promotion*)

Merupakan promosi yang digunakan untuk meningkatkan penjualan melalui potongan harga atau hadiah pada waktu tertentu terhadap barang-barang tertentu pula. Bagi bank promosi penjualan dapat dilakukan melalui (Kasmir, 2005, h. 180):

- a) Pemberian bunga khusus (*Special Rate*) untuk jumlah dana yang relative besar walaupun hal ini akan mengakibatkan persaingan tidak sehat (misalnya, untuk simpanan yang jumlahnya besar).
- b) Pemberian insentif kepada setiap nasabah yang memiliki simpanan dengan saldo tertentu.
- c) Pemberian cinderamata, hadiah serta kenang-kenangan lainnya kepada nasabah yang loyal.

d) Promosi dan penjualan lainnya.

### 3) Publisitas (*Publicity*)

Merupakan promosi yang dilakukan untuk meningkatkan citra bank di depan para calon nasabah atau nasabahnya melalui kegiatan *sponsorship* terhadap suatu kegiatan amal atau sosial atau olahraga.

### 4) Penjualan Pribadi (*Personal Selling*)

Menurut Mutawalli (2019, h. 29) Merupakan promosi yang dilakukan melalui pribadi-pribadi karyawan bank dalam melayani serta ikut memengaruhi nasabah.

Ada beberapa faktor yang harus diperhatikan dalam promosi, yaitu:

- a) Identifikasi audients target
- b) Tentukan tujuan promosi
- c) Kembangkan pesan yang disampaikan
- d) Pilih bauran promosi (baik personal maupun non personal).

## 2.4. Bank Syariah

### 2.4.1. Pengertian Bank Syariah

Bank syariah adalah bank yang aktivitasnya meninggalkan masalah riba, bank Islam atau bank syariah adalah bank yang beroperasi dengan tidak mengandalkan pada bunga. Bank islam atau biasa disebut bank tanpa bunga merupakan lembaga keuangan atau perbankan yang usaha



pokoknya memberikan kredit dan jasa-jasa lalu lintas pembayaran serta peredaran uang yang pengoprasiaannya disesuaikan dengan prinsip-prinsip Islam. (Muhammad, 2002, h. 7)

Bank syariah adalah bank yang beroperasi sesuai dengan prinsip-prinsip Islam, yakni bank dengan tata cara dan operasinya mengikuti ketentuan-ketentuan syariah islam. Salah satu unsur yang harus dijauhi dalam muamalah Islam adalah praktik-praktik yang mengandung unsur riba (spekulasi dan tipuan). (Muhammad Firdaus, dkk, 2005, h. 18)

Berdasarkan pengertian di atas, bermuamalat secara Islam itu adalah terbebas dari hal yang berkaitan dengan pelarangan praktik riba (bunga), kegiatan maisir (spekulasi), gharar (ketidak jelasan), dan terbebas dari perkara yang tidak sah (bathil). Allah swt berfirman dala Q.S an-Nisa' /4: 29,

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبُطْلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجْرَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ ۖ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ ۚ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا

Terjemahannya:

Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil (tidak benar), kecuali dalam perdagangan yang berlaku atas dasar suka samasuka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu. Sungguh, Allah Maha Penyayang kepadamu. (Kementrian Agama RI, *A-quran dan terjemahannya*, h. 83)

Berikut adalah uraian perbedaan antara bank syariah dan bank konvensional: (Ismail, 2011, h. 34-38)

- a. Bank syariah dalam menyalurkan dananya kepada pihak pengguna dana, sangat selektif dan hanya boleh menyalurkan

dananya dalam investasi halal. Sebaliknya, bank konvensional tidak mempertimbangkan jenis investasinya, akan tetapi penyaluran dananya dilakukan untuk perusahaan yang menguntungkan, meskipun menurut syariah Islam tergolong produk yang tidak halal.

- b. Return yang diberikan oleh bank syariah kepada pihak investor dihitung dengan menggunakan sistem bagi hasil, sehingga adil bagi kedua pihak. Sebaliknya, dalam bank konvensional return yang diberikan maupun yang diterima dihitung berdasarkan bunga.
- c. Orientasi bank syariah dalam memberikan pembiayaannya adalah *falah* dan profit oriented. Bank syariah memberikan pembiayaan semata-mata tidak hanya berdasarkan keuntungan yang diperoleh atas pembiayaan yang diberikan, akan tetapi juga mempertimbangkan pada kemakmuran masyarakat. Bank konvensional akan memberikan kredit kepada nasabah bila usaha nasabah menguntungkan.
- d. Hubungan bank syariah dengan nasabah pengguna dana, merupakan hubungan kemitraan. Kedua pihak memiliki kedudukan yang sama, sehingga hasil usaha atas kerja sama yang dilakukan oleh nasabah pengguna dana akan dibagi hasilnya dengan bank syariah dengan nisbah yang telah disepakati bersama dan tertuang dalam akad. Sedangkan hubungan antara nasabah dengan bank konvensional adalah debitur dan kreditur.

- e. Dewan pengawas bank syariah meliputi beberapa pihak antara lain: Komisaris, Bank Indonesia, Bapepam, dan dewan pengawas syariah (DPS). Sedangkan bank konvensional tidak memiliki DPS.

#### 2.4.2. Produk dan Jasa Bank Syariah

Secara garis besar pengembangan produk bank syariah dikelompokkan menjadi tiga yaitu: (1) Produk Penghimpunan Dana, (2) Produk Penyaluran Dana, (3) Produk Jasa Perbankan. Produk-produk tersebut yang ditawarkan bank syariah kepada nasabahnya. Berikut adalah penjelasannya:

##### a. Produk Penghimpunan Dana

Produk penghimpunan dana pada bank syariah meliputi giro, tabungan, dan deposito. Prinsip yang diterapkan pada bank syariah adalah prinsip wadiah dan mudharabah.

##### 1) Prinsip Wadiah

Penerapan prinsip wadiah yang dilakukan adalah wadiah yad dhamanah yang diterapkan pada rekening produk giro. Berbeda dengan wadiah amanah, dimana pihak yang dititipi (bank) bertanggung jawab atas keutuhan harta titipan sehingga ia boleh memanfaatkan harta titipan tersebut. Sedangkan pada wadiah amanah harta titipan tidak boleh dimanfaatkan oleh yang dititipi. (Muhammad, 2014, h. 31)

Landasan Syariah akad al-wadiah adalah firman Allah Swt dalam QS An-Nisa/4: 58,

إِنَّ اللَّهَ يَأْمُرُكُمْ أَنْ تُؤَدُّوا الْأَمَانَاتِ إِلَىٰ أَهْلِهَا ...

Terjemahannya:

Sungguh, Allah menyuruhmu menyampaikan amanat kepada yang berhak menerimanya...(Kementerian Agama RI, *A-quran dan terjemahannya*, h. 87)

## 2) Prinsip Mudharabah

Dalam prinsip mudharabah, penyimpan atau deposan bertindak sebagai pemilik modal sedangkan bank bertindak sebagai pengelola. (Muhammad, h. 31) Berdasarkan kewenangan yang diberikan oleh pihak penyimpan, maka prinsip mudharabah dibagi menjadi tiga bagian yaitu (1) *Mudharabah mutlaqah*, (2) *Mudharabah muqayyadah on balance sheet* (3) *Mudharabah muqayyadah off balance sheet*.

Landasan syariah mudharabah adalah firman Allah swt dalam Q.S. Al- Muzzammil/73: 20,

...وَأَخْرُونَ يَضْرِبُونَ فِي الْأَرْضِ يَبْتَغُونَ مِنْ فَضْلِ اللَّهِ...

Terjemahnya:

...Dan yang lain berjalan di bumi mencari sebagian karunia Allah...(Kementerian Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahnya*, h. 575)

## b. Produk Penyaluran Dana

Dalam menyalurkan dananya pada nasabah, produk pembiayaan syariah dikelompokkan menjadi empat kategori yang dibedakan berdasarkan tujuan dan penggunaannya, yaitu:

### 1) Prinsip Jual Beli (*Ba'i*)

Jual beli dilaksanakan karena adanya pemindahan kepemilikan barang. Keuntungan bank disebutkan di depan dan termasuk harga dari barang yang dijual. Terdapat tiga jenis jual beli dalam pembiayaan konsumtif, modal kerja dan investasi dalam bank syariah, yaitu:

#### a) *Ba'i Al-Murabahah*

*Ba'i Al-Murabahah* adalah jual beli barang pada harga asal dengan tambahan keuntungan yang disepakati. Dalam *ba'i almurabahah*, penjual harus memberitahu harga produk yang ia beli dengan menentukan suatu tingkat keuntungan sebagai tambahannya. (M.Syafi'i Antonio, 2001, h. 101) Landasan Syariah *ba'i al murabahah* adalah firman Allah swt dalam QS al-Baqarah/2: 275,

...وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا...

Terjemahnya:

...Allah telah menghalalkan jual beli dan menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba...(Kementerian Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahnya*, h. 47)

#### b) *Ba'i as-salam*

*Bai as-salam* berarti pembelian barang yang diserahkan kemudian hari, sedangkan pembayaran dilakukan di muka. Pelaksanaan *bai as-salam* harus memenuhi sejumlah rukun yaitu muslim (pembeli), muslim ilaih (penjual), modal atau utang, muslim fihi (barang), *sighat* (ucapan). Landasan



syariah transaksi ba'i as-salam adalah firman Allah Swt dalam Q.S. Al-Baqarah/2: 282,

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِذَا تَدَايَنْتُمْ بِدَيْنٍ إِلَىٰ أَجَلٍ مُّسَمًّى فَاكْتُبُوهُ...

Terjemahnya:

Wahai orang-orang yang beriman. Apabila kamu melakukan utang-piutang untuk waktu yang ditentukan, hendaklah kamu menuliskannya...(Kementerian Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahnya*, h. 48)

c) Ba'i Al-Istishna

Transaksi bai al-istishna merupakan kontrak penjualan antara pembeli dan pembuat barang. Dalam kontrak ini pembuat barang menerima pesanan dari pembeli. Kedua belah pihak bersepakat atas harga serta sistem pembayaran, apakah pembayaran dilakukan dimuka, melalui cicilan, atau ditangguhkan sampai suatu waktu pada masa yang akan datang. Produk istishna menyerupai produk salam, tapi dalam istishna pembayaran dapat dilakukan oleh bank dalam beberapa kali (termin) pembayaran skim istishna dalam bank syariah diaplikasikan pada pembiayaan manufaktur dan konstruksi. (Warkum Sumitro, 2004, h. 83)

2) Prinsip Sewa (Ijarah)

*Al-Ijarah* adalah akad pemindahan hak guna atas barang atau jasa, melalui pembayaran upah sewa, tanpa diikuti dengan pemindahan kepemilikan atas barang itu sendiri. Dalam praktiknya kegiatan ini dilakukan oleh perusahaan leasing, baik untuk

kegiatan operating lease maupun financial lease. Pada ijarah muntahiya bittamlik, adalah transaksi sewa menyewa antara pemilik objek sewa dan penyewa untuk mendapatkan imbalan atas objek sewa yang disewakannya dengan opsi perpindahan hak milik objek sewa.

### 3) Prinsip Bagi Hasil

Secara umum prinsip bagi hasil dalam perbankan syariah terdapat empat akad utama yaitu, *al-musyarakah*, *al-mudharabah*, *al-muzara'ah* dan *al-musaqah*. Namun prinsip yang paling banyak dipakai adalah *al-musyarakah* dan *al-mudharabah*. Berikut adalah penjelasan kedua prinsip tersebut:

#### a) Pembiayaan Musyarakah

*Al-musyarakah* adalah akad kerja sama antara dua pihak atau lebih untuk suatu usaha tertentu dimana masing-masing pihak memberikan kontribusi dana (atau amal/expertise) dengan kesepakatan bahwa keuntungan dan risiko akan ditanggung bersama sesuai dengan kesepakatan. Dalam sebuah hadis dari Abu Hurairah, Rasulullah Saw bersabda, dengan arti:

Dari Abu Hurairah Rasulullah saw, bersabda sesungguhnya Allah Azza wa Jalla berfirman, “Aku pihak ketiga dari dua orang yang berserikat selama salah satunya tidak mengkhianati lainnya.” (HR. Abu Dawud)

b) Pembiayaan Mudharabah

Secara teknis, al-mudharabah adalah akad kerja sama usaha antara dua pihak dimana pihak pertama (shahibul maal) menyediakan seluruh (100%) modal, sedangkan pihak lainnya menjadi pengelola. Keuntungan usaha secara mudharabah dibagi menurut kesepakatan yang dituangkan dalam kontrak, sedangkan apabila rugi ditanggung oleh pemilik modal selama kerugian itu bukan akibat kelalaian si pengelola.

## 2.5. Kerangka Pikir

Persepsi itu mengandung tiga komponen yang membentuk struktur sikap yaitu Komponen Kognitif, Komponen Afektif dan Komponen Konatif disini peneliti akan meneliti tentang pengaruh ketiga komponen tersebut terhadap minat menjadi nasabah perbankan syariah.

