

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Kajian Relevan

Beberapa karya ilmiah yang berkaitan dengan masalah Pengaruh Pengetahuan Nasabah terhadap Preferensi Menabung di PT. Bank BRI Syariah Tbk. Cabang Kendari antara lain:

1. Penelitian yang dilakukan oleh Ewa Elyasa Zulkifli mahasiswa Fakultas Syari'ah dan Hukum di IAIN Sunan Kalijaga Yogyakarta 2014 yang berjudul *Pengaruh Pengetahuan Santri tentang Perbankan Syari'ah terhadap Minat Memilih Produk Bank Syari'ah Mandiri Yogyakarta (studi Kasus Santri Pondok Pesantren Al- munawwir Krapyak Yogyakarta)*. Skripsi tersebut menjelaskan bahwa faktor yang paling mendasar dalam mengembangkan produk-produk perbankan syariah di kalangan santri adalah pengetahuan. Pengetahuan merupakan pengalaman aktual yang tersimpan dalam kesadaran manusia, pengetahuan adalah informasi. Informasi bisa diperoleh melalui berbagai media, seperti iklan pada majalah, televisi, Koran, radio, pamflet, bahkan bisa juga melalui pengalaman seseorang.¹ Persamaan penelitian ini adalah sama-sama membahas tentang pengaruh pengetahuan. Sedangkan perbedaannya adalah terletak pada jumlah variabel yang digunakan dan tempat penelitian.

¹ Ewa Elyasa Zulkifli, *Pengaruh Pengetahuan Santri tentang Perbankan Syari'ah terhadap Minat Memilih Produk Bank Syari'ah Mandiri Yogyakarta (Studi Kasus Santri Pondok Pesantren Al-munawwir Krapyak)* (Skripsi : IAIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2014)

2. Penelitian yang dilakukan oleh Kautsar Audytra Muhammad mahasiswa Fakultas Syari'ah dan Hukum di UIN Syarif Hidayatullah Jakarta 2014 yang berjudul *Pengaruh Pengetahuan Warga Tentang Perbankan Syari'ah Terhadap Minat Memilih Produk Bank Muamalat (Studi Kasus Santri Pondok Pesantren Darunnajah)*. Skripsi tersebut menjelaskan bahwa ternyata pengetahuan definisi, lokasi, prinsip-prinsip, produk-produk berpengaruh nyata terhadap minat warga untuk memilih Bank Muamalat.² Persamaan penelitian ini adalah sama-sama meneliti tentang pengetahuan. Sedangkan perbedaan terletak pada variabel Y yaitu tentang minat memilih bank muamalat dan indikator yang digunakan.
3. Penelitian yang dilakukan oleh Umami Sholihah mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Surakarta 2016 yang berjudul *Pengaruh Pengetahuan Nasabah, Kualitas Pelayanan, dan Margin Keuntungan terhadap Keputusan Pengambilan Pembiayaan Mudharabah*. Skripsi tersebut menjelaskan bahwa variabel pengetahuan nasabah, kualitas pelayanan, dan margin keuntungan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pengambilan pembiayaan *murabahah* pada BMT Karima Karangpandan, dengan menggunakan dasar $p\text{-value} > 0,05$ dan $t \text{ hitung} < t \text{ tabel}$.³ Persamaan penelitian ini adalah sama-sama meneliti

² Kautsar Audytra Muhammad, *Pengaruh Pengetahuan Warga Tentang Perbankan Syari'ah Terhadap Minat Memilih Produk Bank Muamalat (Studi Kasus Pondok Pesantren Darunnajah)* (Skripsi : UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, 2014)

³ Umami Sholihah, *Pengaruh Pengetahuan Nasabah, Kualitas Pelayanan, dan Margin Keuntungan terhadap Keputusan Pengambilan Pembiayaan Mudharabah* (Skripsi : Surakarta, 2016)

tentang pengetahuan. Sedangkan perbedaannya terletak pada jumlah variabel X dan juga pada variabel Y.

4. Penelitian yang dilakukan oleh Merly Wahyuni mahasiswa fakultas syariah jurusan mu'amalat IAIN Syekh Nurjati 2013 yang berjudul *Pengaruh Pengetahuan Nasabah tentang Perbankan Syariah terhadap keputusan Produk Gadai (Rahn) pada nasabah Bank Danamon Syariah Cabang Pekiringan Cirebon*. Menjelaskan bahwa pengaruh pengetahuan nasabah tentang perbankan syariah terhadap keputusan pemanfaatan produk gadai (Rahn) di bank Danamon Syariah. Pengetahuan nasabah mempunyai pengaruh yang positif terhadap keputusan pemanfaatan produk gadai syariah, hal ini dapat dilihat dari persamaan linear $25.661+0.382X$ dari persamaan tersebut diketahui nilai konstanta sebesar 25.661, nilai koefisien pengetahuan nasabah sebesar 0.382 dan jika dilihat dari perhitungan t_{hitung} dan t_{tabel} untuk pengetahuan nasabah adalah $t_{hitung} 2.786 < t_{tabel} 1.671$ artinya H_0 ditolak dan H_a diterima artinya pengetahuan nasabah tentang perbankan syariah berpengaruh signifikan terhadap keputusan pemanfaatan produk gadai syariah rahn.⁴ Persamaan penelitian ini adalah sama-sama meneliti tentang pengetahuan. Dan perbedaannya terletak pada variabel Y karena penelitian ini membahas tentang keputusan memilih gadai rahn.

5. Penelitian yang dilakukan oleh Yunika Purnamasari Mahasiswa Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan Jurusan Ilmu Pengetahuan Sosial UIN Syarif

⁴ Merly Wahyuni, *Pengaruh Pengetahuan Nasabah tentang Perbankan Syariah terhadap keputusan Produk Gadai (Rahn) pada nasabah Bank Danamon Syariah Cabang Pekiringan Cirebon* (Skripsi : IAIN Syekh Nurjati, 2013)

Hidayatullah Jakarta 2014 yang berjudul *Pengaruh Karakteristi Bank, Pengetahuan Nasabah, Pelayanan dan Kepercayaan pada Bank, Serta Obyek Fisik Bank Terhadap Keputusan Nasabah Menabung Di Bank Syariah*. Menjelaskan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara karakteristik bank, pengetahuan nasabah, pelayanan dan kepercayaan pada bank serta objek fisik bank terhadap keputusan nasabah menabung di bank syariah. Berdasarkan perhitungan koefisien regresi logistik, variabel pengetahuan nasabah (5,515). Variabel pengetahuan nasabah mempunyai pengaruh yang lebih dominan terhadap keputusan nasabah menabung di bank syariah.⁵ Persamaan penelitian ini adalah sama-sama meneliti tentang pengetahuan nasabah. Sedangkan perbedaannya yaitu jumlah variabel X dimana penelitian ini jumlah variabelnya ada 5, dan juga terletak pada metode penelitiannya.

B. Kajian Teoritis

1. Pengertian Pengetahuan

Menurut Notoatmodjo ada beberapa faktor-faktor yang mempengaruhi terbentuknya pengetahuan yaitu sebagai berikut :⁶

a. Pendidikan

Semakin tinggi tingkat pendidikan seseorang semakin mudah menerima informasi sehingga banyak pula pengetahuan yang dimiliki.

⁵ Yunika Purnamasari, *Pengaruh Karakteristi Bank, Pengetahuan Nasabah, Pelayanan dan Kepercayaan pada Bank, Serta Obyek Fisik Bank Terhadap Keputusan Nasabah Menabung Di Bank Syariah* (Skripsi : UIN Syarif Hidayatullah, Jakarta, 2014)

⁶Notoatmodjo, (2003), *Pendidikan dan Perilaku Kesehatan* (Jakarta: PT. Rineka Cipta)

b. Informasi atau media massa

Informasi yang diperoleh baik dari pendidikan formal maupun nonformal dapat memberikan pengaruh jangka pendek sehingga menghasilkan perubahan atau peningkatan pengetahuan. Adanya informasi baru mengenai sesuatu hal memberikan landasan kognitif baru bagi terbentuknya pengetahuan terhadap hal tersebut.

c. Sosial, Budaya dan Ekonomi

Kebiasaan dan tradisi yang dilakukan seseorang tanpa melalui penalaran sehingga akan bertambah pengetahuannya walaupun tidak melakukan. Status Ekonomi seseorang juga akan menentukan tersedianya suatu fasilitas yang diperlukan untuk kegiatan tertentu sehingga status sosial ekonomi ini akan memengaruhi pengetahuan seseorang.

d. Lingkungan

Lingkungan berpengaruh terhadap proses masuknya pengetahuan kedalam individu yang berada pada lingkungan tersebut. Hal ini terjadi karena adanya interaksi timbal balik maupun tidak, yang akan direspon sebagai pengetahuan oleh setiap individu.

e. Pengalaman

Pengalaman sebagai sumber pengetahuan adalah suatu cara untuk memperoleh kebenaran pengetahuan dengan cara mengulang kembali pengetahuan yang diperoleh dalam memecahkan masalah yang dihadapi masa lalu.

Menurut Nugroho J. Setiadi, pengetahuan yang kita miliki merupakan unsur dari kepribadian kita, semakin tinggi tingkat pengetahuan yang dimiliki

seseorang maka semakin mantap serta lebih berhati-hati dalam menentukan keputusan.⁷

Jadi pengetahuan berarti data dan berbagai informasi yang telah kita ketahui kemudian muncul berbagai pertanyaan untuk mengevaluasi kemampuan yang telah diperoleh.

Berdasarkan manfaat yang dirasakan konsumen, pengetahuan dapat dibedakan menjadi sebagai berikut:

1. Pengetahuan Produk, merupakan gabungan dari berbagai informasi yang berbeda yang terdiri dari kesadaran kategori dan merek produk dalam kategori produk, terminology produk, atribut atau ciri produk, dan kepercayaan tentang kategori produk secara umum dan mengenai merek yang spesifik.
2. Pengetahuan pembelian, meliputi berbagai macam potongan yang ada di dalam ingatan konsumen mengenai bagaimana suatu produk dapat digunakan dan apa yang diperlukan agar benar-benar menggunakan produk tersebut.

Menurut Engel pengetahuan adalah himpunan bagian dari informasi total yang relevan dengan fungsi konsumen di dalam pasar.⁸ Kemudian, Engel membagi pengetahuan konsumen dalam tiga bidang umum yaitu:

1. Pengetahuan Produk (*product knowledge*)
2. Pengetahuan pembelian (*purchase knowledge*)
3. Pengetahuan pemakaian (*usage knowledge*)

⁷Nugroho J. Setiadi, *Perilaku Konsumen Konsep dan Implikasi untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran*, Ed-1Cet-3 (Jakarta: Kencana, 2003). h.134

⁸Engel, (2002), *Perilaku Konsumen*, Edisi:6, Jilid:1. Jakarta: Binarupa Aksara).

Pengetahuan adalah informasi yang telah dikombinasikan dengan pemahaman dan potensi untuk menindaki yang lantas melekat pada benak seseorang.

2. Macam-Macam Pengetahuan

Menurut A. Sonny Keraf dan Mikhael Dua, Macam-macam pengetahuan menurut polanya dibedakan menjadi tiga macam pengetahuan, yaitu:⁹

1. Tahu bahwa

Pengetahuan tahu bahwa adalah pengetahuan tentang informasi tertentu, tahu bahwa sesuatu terjadi, tahu bahwa ini atau itu memang demikian adanya, bahwa apa yang dikaitkan memang benar.

2. Tahu bagaimana

Pengetahuan jenis ini menyangkut bagaimana melakukan sesuatu. Ini yang dikenal sebagai *know-how*. Pengetahuan ini berkaitan dengan ketrampilan atau lebih tepat keahlian dan kemahiran teknis dalam melakukan sesuatu.

3. Tahu akan/mengenai

Yang dimaksud dengan jenis pengetahuan ini adalah sesuatu yang sangat spesifik menyangkut pengetahuan akan sesuatu atau seseorang melalui pengalaman atau pengenalan pribadi. Unsur yang paling penting dalam pengetahuan jenis ini adalah pengenalan dan pengalaman pribadi secara langsung dengan objeknya.

⁹ A. Sonny Keraf & Mikhael Dua, *Ilmu Pengetahuan Sebuah Tinjauan Filosofis* (Yogyakarta: KANISIUS, 2001), h. 33

3. Indikator Pengetahuan Nasabah

Pengetahuan nasabah yaitu bagaimana dan darimana nasabah mempunyai informasi tentang bank syariah. Pengetahuan nasabah tentang bank syariah biasanya didapatkan dari informasi anggota keluarga, rekan kerja atau orang lain yang menggunakan bank syariah. Notoatmodjo menjelaskan mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi terbentuknya pengetahuan adalah sebagai berikut :¹⁰

a. Pendidikan

Semakin tinggi tingkat pendidikan seseorang semakin mudah menerima informasi sehingga banyak pula pengetahuan yang dimiliki.

b. Informasi atau media massa

Informasi yang diperoleh baik dari pendidikan formal maupun nonformal dapat memberikan pengaruh jangka pendek sehingga menghasilkan perubahan atau peningkatan pengetahuan. Adanya informasi baru mengenai sesuatu hal memberikan landasan kognitif baru bagi terbentuknya pengetahuan terhadap hal tersebut.

c. Sosial, Budaya dan Ekonomi

Kebiasaan dan tradisi yang dilakukan seseorang tanpa melalui penalaran sehingga akan bertambah pengetahuannya walaupun tidak melakukan. Status Ekonomi seseorang juga akan menentukan tersedianya suatu fasilitas yang diperlukan untuk kegiatan tertentu sehingga status sosial ekonomi ini akan memengaruhi pengetahuan seseorang.

¹⁰Notoatmodjo, *op.cit.*

d. Lingkungan

Lingkungan berpengaruh terhadap proses masuknya pengetahuan kedalam individu yang berada pada lingkungan tersebut. Hal ini terjadi karena adanya interaksi timbal balik maupun tidak, yang akan direspon sebagai pengetahuan oleh setiap individu.

e. Pengalaman

Pengalaman sebagai sumber pengetahuan adalah suatu cara untuk memperoleh kebenaran pengetahuan dengan cara mengulang kembali pengetahuan yang diperoleh dalam memecahkan masalah yang dihadapi masa lalu.

4. Pengertian Nasabah

Nasabah di bank syariah merupakan konsumen yang menggunakan jasa perbankan syariah atas produk-produk yang tersedia di bank syariah tersebut.¹¹ Penghimpun dana dan pemberian kredit merupakan pelayanan jasa perbankan yang utama dari semua kegiatan lembaga keuangan bank. Berdasarkan pasal 1 ayat (16) UU Perbankan diintroduksikan rumusan nasabah sebagai berikut:

- a. Nasabah penyimpan adalah nasabah yang menempatkan dananya di bank dalam bentuk simpanan berdasarkan perjanjian bank dengan nasabah yang bersangkutan.¹²
- b. Nasabah debitur adalah nasabah yang memperoleh fasilitas kredit atau pembiayaan berdasarkan prinsip syariah atau yang dipersamakan

¹¹Kasmir, *Bank dan Lembaga keuangan Lainnya* (Jakarta: Rajawali Pers), h. 194.

¹²Abdurrahman, *Inseklopedia Ekonomi Keuangan dan Perdagangan* (Bandung: 1995), h.

dengan itu berdasarkan perjanjian bank dengan pihak yang bersangkutan.

5. Preferensi

a. Pengertian Preferensi

Kata Preferensi berasal dari bahasa Inggris yaitu *Preference* yang artinya lebih suka atau pilihan. Pada dasarnya preferensi itu sama dengan respon yang diberikan oleh seseorang kepada sesuatu hal.

Menurut Nugroho J. Setiadi “ keputusan pembelian dari pembeli sangat dipengaruhi oleh faktor kebudayaan, sosial, pribadi dan psikologi. Preferensi konsumen dipengaruhi oleh dua faktor, yaitu faktor internal dan faktor eksternal. Adapun faktor internal yang mempengaruhi preferensi konsumen adalah :¹³

1) Faktor budaya

Faktor budaya mempunyai pengaruh paling luas dan paling dalam terhadap perilaku konsumen. Faktor budaya terdiri dari sub budaya dan kelas sosial.

2) Faktor sosial

Faktor sosial yang mempengaruhi seorang konsumen adalah seperti kelompok referensi, keluarga, dan peran status.

3) Faktor pribadi

Keputusan pembeli juga dipengaruhi oleh faktor pribadi dimana faktor pribadi meliputi siklus hidup, pekerjaan, keadaan ekonomi, gaya hidup, kepribadian dan konsep diri.

¹³Nugroho J. Setiadi, *Perilaku Konsumen : Perspektif Kontemporer pada Motif, Tujuan, dan Keinginan Konsumen* (Jakarta : Kencana, 2010), h. 10.

4) Faktor psikologis

Sedangkan faktor psikologis merupakan faktor dasar dalam perilaku konsumen yang meliputi motivasi, persepsi, proses belajar dan kepercayaan serta sikap.

Adapun faktor eksternal yang mempengaruhi preferensi konsumen yaitu marketing Stimuli dan Environmental Stimuli. Marketing Stimuli merupakan aktifitas marketing yang melingkupi menciptakan produk (*product*), penerapan harga (*Price*), menentukan lokasi (*Place*), dan melakukan promosi seperti iklan (*promotion*).

Dalam kamus ekonomi, pengertian preferensi adalah beberapa pilihan (*choice*) yang dibuat oleh konsumen atas produk-produk yang dikonsumsi. Disini konsumen akan menentukan produk-produk yang akan dibeli dari pendapatan mereka yang terbatas dan juga dari permintaan (*Demand*) untuk produk-produk. Bersamaan dengan produk-produk apa yang akan dibeli, para konsumen juga akan menyatakan preferensi terhadap merek dagang (*Brand*) tertentu dari suatu produk yang dibeli.¹⁴

Kotler berpendapat bahwa preferensi konsumen menunjukkan kesukaan konsumen dari berbagai pilihan produk atau jasa yang ada.

¹⁵Preferensi konsumen dapat diketahui dengan mengukur tingkat kegunaan dan nilai relatif penting setiap atribut yang terdapat pada suatu produk atau jasa.

¹⁴Crisstoper Pass dan Lislie Pavies, *Kamus Lengkap*, h. 497.

¹⁵ Philip kotler, *Manajemen Pemasaran* edisi 13 jilid 1, (Jakarta: Erlangga, 2009), h. 166

Jadi preferensi adalah suatu upaya pengambilan keputusan terhadap produk yang ingin dibeli dengan mempertimbangkan aspek-aspek yang ada.

b. Proses Preferensi

Menurut Kotler dan Gary Armstrong Untuk mencapai keputusan pembelian konsumen melalui tahapan-tahapan, proses tersebut merupakan sebuah pendekatan penyelesaian yang terdiri atas lima tahap, yaitu :¹⁶

1. Pengenalan Masalah

Proses pembelian dimulai waktu pembeli mengenal masalah atau kebutuhan. Pembeli merasakan perbedaan antara keadaan yang sebenarnya dengan yang di idamkannya. Beragam dan banyaknya perbedaan antara masalah atau kebutuhan setiap konsumen menuntut pemasar agar dapat melakukan penilaian dan identifikasi pada saat tertentu dengan mengumpulkan informasi dari sejumlah konsumen sehingga dapat mengetahui apa dan bagaimana masalah atau kebutuhan konsumen, dan kapan konsumen membutuhkan solusi atas permasalahan dan kebutuhannya.

2. Pencarian Informasi

Tahap pertama ketika konsumen mengetahui dan menyadari masalah atau kebutuhannya maka konsumen akan melakukan pencarian informasi mengenai solusi atas permasalahan atau kebutuhan tersebut.

¹⁶Philip Kotler & Gary Armstrong, *Prinsip-Prinsip Pemasaran* Edisi Bahasa Indonesia (Jakarta: Erlangga, 2002)

Melakukan pencarian informasi dilakukan konsumen untuk mengetahui dengan lebih jelas solusi terbaik atas masalah atau kebutuhannya tersebut.

3. Evaluasi Alternatif

Setelah selesai dengan melakukan pencarian informasi konsumen memiliki berbagai pilihan dan alternatif sebagai solusi dari masalah dan kebutuhannya. Berbagai sumber informasi dan referensi dijadikan bahan penilaian konsumen untuk mengambil keputusan dari alternative-alternatif yang ada.

4. Keputusan Membeli

Tahap evaluasi membuat para konsumen menyusun daftar peringkat barang dalam dalam peringkat pilihannya. Konsumen akan menciptakan hasrat pembelian, umumnya para konsumen akan membeli barang-barang yang paling disukai.

5. Tingkah Laku Pasca Pembelian

Setelah membeli produk, konsumen akan mengalami beberapa tingkat kepuasan dan ketidakpuasan. Disamping itu juga akan melakukan beberapa kegiatan setelah membeli produk yang dapat menarik pemasar. Tugas pemasar tidak cukup sampai disini tetapi akan terus berlangsung hingga periode waktu pasca pembelian. Artinya, jika produk memenuhi harapan maka konsumen akan merasa puas, jika produk melebihi dari apa yang diharapkan maka konsumen akan merasa sangat puas, dan jika produk berada dibawah yang diharapkan maka konsumen akan merasa tidak puas.

c. Indikator Preferensi Menabung

Menurut Nugroho J. Setiadi “ keputusan pembelian dari pembeli sangat dipengaruhi oleh faktor kebudayaan, sosial, pribadi dan psikologi. faktor internal yang mempengaruhi preferensi konsumen adalah :

1) Faktor budaya

Faktor budaya mempunyai pengaruh paling luas dan paling dalam terhadap perilaku konsumen. Faktor budaya terdiri dari sub budaya dan kelas sosial.

2) Faktor sosial

Faktor sosial yang mempengaruhi seorang konsumen adalah seperti kelompok referensi, keluarga, dan peran status.

3) Faktor pribadi

Keputusan pembeli juga di pengaruhi oleh faktor pribadi dimana faktor pribadi meliputi siklus hidup, pekerjaan, keadaan ekonomi, gaya hidup, kepribadian dan konsep diri.

4) Faktor psikologis

Sedangkan faktor psikologis merupakan faktor dasar dalam perilaku konsumen yang meliputi motivasi, persepsi, proses belajar dan kepercayaan serta sikap.

6. Bank Syari'ah

a. Pengertian Bank Syari'ah

Pengertian bank dalam Islam atau bank syariah ialah “bank yang beroperasi dengan tidak bergantung pada bunga”. Dalam definisi lain, perbankan syariah ialah lembaga perbankan yang selaras dengan sistem nilai

dan etos Islam. Dengan kata lain, bank syariah adalah “lembaga keuangan/perbankan yang operasional dan produknya dikembangkan berlandaskan syariat Islam (al-Qur’an dan Hadis Nabi saw) dan menggunakan kaidah-kaidah fiqih.

Landasan hukum Islam tentang Bank Syariah yaitu dijelaskan dalam Al-Quran Surah An - Nisa (4 :29) yang berbunyi:

يَتَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَن تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ ۚ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا ﴿٢٩﴾

Terjemahnya:

Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang Berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu.

Maksud dari ayat di atas adalah Larangan membunuh diri sendiri mencakup juga larangan membunuh orang lain, sebab membunuh orang lain berarti membunuh diri sendiri, karena umat merupakan suatu kesatuan.

Said Sa’ad Marthan, pemerhati ekonomi Islam Timur Tengah, mengungkapkan bahwa:

Bank syariah ialah lembaga investasi yang beroperasi sesuai dengan asas-asas syariah. Sumber dana yang dikelola harus sesuai dengan syar’i dan tujuan alokasi investasi yang dilakukan yaitu membangun ekonomi dan social masyarakat serta melakukan pelayanan perbankan yang sesuai dengan nilai-nilai syariah.¹⁷

¹⁷Muhammad Muslehuddin (2004), *Sistem Perbankan dalam Islam* (Jakarta: Rineka Cipta), h.1

Perbankan syariah merupakan bank yang menerapkan nilai-nilai syariah salah satu diantaranya pelarangan unsur riba, seperti dijelaskan dalam surah ali-Imran ayat 130 dan surah an-Nisa ayat 161.

QS. ali-Imran (3: 130) :

يَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا الرِّبَا أَضْعَافًا مُّضَاعَفَةً ۖ وَاتَّقُوا اللَّهَ لَعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ ﴿١٣٠﴾

Terjemahnya:

Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu memakan Riba dengan berlipat ganda dan bertakwalah kamu kepada Allah supaya kamu mendapat keberuntungan.

QS. An-Nisa (4 : 161) :

وَأَخَذِهِمُ الرِّبَا وَقَدْ هُبُوا عَنْهُ وَأَكَلِهِمْ أَمْوَالِ النَّاسِ بِالْبَاطِلِ وَأَعْتَدْنَا لِلْكَافِرِينَ مِنْهُمْ عَذَابًا أَلِيمًا ﴿١٦١﴾

Terjemahnya :

Dan disebabkan mereka memakan riba, Padahal Sesungguhnya mereka telah dilarang daripadanya, dan karena mereka memakan harta benda orang dengan jalan yang batil. Kami telah menyediakan untuk orang-orang yang kafir di antara mereka itu siksa yang pedih.

Maksud dari surah ali-Imran ayat 130 dan surah An-Nisa ayat 161 yaitu Dalam perbankan konvensional keuntungannya berdasarkan pada bunga, sedangkan pada praktek perbankan syariah sistem yang digunakan adalah bagi hasil, karena praktek bunga dianggap sama dengan riba dan hukumnya haram. Yang dimaksud riba di sini ialah riba nasi'ah. Menurut sebagian besar ulama bahwa riba nasi'ah itu selamanya haram, walaupun tidak berlipat ganda. Riba pada bank konvensional dapat diartikan sebagai suatu balas jasa yang akan diberikan oleh bank kepada nasabah yang membeli atau menjual produknya. Selain itu, bunga juga dapat diartikan

sebagai harga yang harus di bayar oleh nasabah kepada bank atau sebaliknya.

Dengan demikian, ada dua jenis bunga yang diterapkan pada bank konvensional. *Pertama*, bunga simpanan, yaitu harga yang harus dibayar bank kepada nasabah yang memiliki simpanan. Bunga ini berfungsi sebagai perangsang atau balas jasa yang diberikan kepada nasabah atas sejumlah uang yang disimpannya pada bank. Dengan demikian pada dasarnya adanya bunga ini akan memotivasi masyarakat untuk menyimpan di bank.

Kedua, bunga pinjaman, yaitu bunga yang dibebankan kepada para peminjam (debitur), atau harga jual yang harus dibayar oleh nasabah peminjam kepada bank. Kedua jenis bunga ini merupakan komponen utama yang menjadi faktor penentu biaya dana (*cost of fund*) dan sekaligus menjadi pendapatan bagi bank konvensional.

Kedua jenis bunga ini adalah satu kesatuan. Maksudnya, jika bunga simpanan tinggi, maka bunga pinjaman juga harus naik dan demikian sebaliknya. Karena Bank memberikan bunga kepada masyarakat yang menyimpan maka bagi masyarakat yang meminjam juga dibebankan bunga atas pinjaman yang diajukan. Penentuan besarnya bunga pinjaman dalam bank konvensional sangat dipengaruhi oleh besarnya bunga simpanan. Konsekuensinya adalah semakin besar bunga simpanan, maka semakin besar pula bunga pinjaman yang disalurkan ke masyarakat. Perbedaan ini kemudian berdampak terhadap sistem pengambilan keuntungan, dimana keuntungan utama dari bisnis perbankan

konvensional adalah dari selisih antara suku bunga simpanan dengan suku bunga pinjaman (*spread based*). Oleh karena, dalam bisnis perbankan konvensional bisa saja terjadi *negatif spread* (keuntungan minus/ rugi), yang timbul sebagai akibat dari suku bunga simpanan yang lebih besar dari suku bunga pinjaman.

b. Sejarah Lembaga Perbankan Syariah

Walaupun al-Qur'an tidak membicarakan secara eksplisit mengenai lembaga keuangan dan pada saat zaman Rasulullah belum ada lembaga keuangan secara formal termasuk bank, namun ajaran Islam sudah memberikan asas-asas dan falsafah dasar yang harus dijadikan rujukan dalam aktivitas bisnis dan perekonomian. Sekiranya masih berpegang kepada asas dan falsafah dasar yang diberikan al-Qur'an, maka manusia diberi kuasa untuk berusaha menemukan inovasi-inovasi dalam persoalan-persoalan modern, termasuk persoalan perbankan.

Karena perbankan merupakan sebuah lembaga yang melaksanakan tiga fungsi utama yaitu menerima simpanan uang, menyalurkan uang dan memberikan pelayanan pengiriman uang. Pada dasarnya fungsi tersebut sudah dilaksanakan ketika zaman Rasulullah walaupun belum dikelola dengan baik. Oleh sebab itu, bisa dikatakan bahwa secara substansial fungsi bank ketika zaman Rasulullah sudah ada.

Dalam sejarah perekonomian kaum muslimin, pembiayaan yang dilakukan dengan akad yang sesuai dengan syariah telah menjadi bagian dari tradisi umat Islam sejak zaman Rasulullah saw. Pelaksanaan-pelaksanaan

seperti menerima penitipan harta, meminjamkan uang untuk keperluan konsumtif dan bisnis serta melakukan pengiriman uang, telah lazim dilakukan sejak zaman Rasulullah.

Rasulullah saw., yang dikenal dengan julukan *al-amin*, dipercaya masyarakat Makkah menerima simpanan harta, sehingga pada waktu terakhir sebelum Rasulullah berhijrah ke Madinah, dia meminta Ali r.a untuk mengembalikan semua penitipan itu kepada pemiliknya.¹⁸

Seorang sahabat Rasulullah saw., Zubair bin al-awwam r.a. memilih tidak menerima titipan harta. Ia lebih suka menerimanya dalam bentuk pinjaman. Tindakan Zubair ini menimbulkan implikasi yang berbeda, yakni :*pertama*, dengan mengambil uang itu sebagai pinjaman, ia mempunyai hak untuk memanfaatkannya; *kedua*, karena bentuknya pinjaman, ia berkewajiban untuk mengembalikannya secara utuh. Dalam riwayat yang lain disebutkan, Ibnu Abbas r.a. juga pernah melakukan pengiriman uang dari Makkah ke adiknya Mis'ab bin Zubair r.a. yang tinggal di Irak.¹⁹

Penggunaan cek juga telah dikenal luas sejalan dengan meningkatnya perdagangan antara negeri Syam dengan Yaman, yang paling tidak berlangsung dua kali dalam setahun. Bahkan, pada masa pemerintahannya, Khalifah Umar bin al-Khattab r.a. menggunakan cek untuk membayar tunjangan kepada mereka yang berhak. Dengan menggunakan cek ini, mereka mengambil gandum di Baitul Mal yang ketika itu diimpor dari Mesir. Disamping itu, pemberian modal untuk modal kerja berbasis bagi hasil,

¹⁸*Ibid.*

¹⁹Sudin Haron, *Prinsip dan Operasi Perbankan Islam*, (Kuala Lumpur: Berita Publishing Sdn Bhd, 1996), h. 5.

seperti *mudharabah*, *muzara'ah*, *musaqah*, telah dikenal sejak awal di antara kaum Muhajirin dan kaum Anshar.

Dengan demikian, jelas bahwa terdapat individu-individu yang telah melaksanakan fungsi perbankan di zaman Rasulullah saw., meskipun individu tersebut tidak melaksanakan seluruh fungsi perbankan. Ada sahabat yang melaksanakan fungsi pinjam-meminjam uang, ada yang melaksanakan fungsi pengiriman uang, dan ada pula yang memberikan modal kerja.

c. Ciri-ciri Bank Syariah

Bank syariah dalam mekanisme operasionalnya sangat jauh berbeda dengan bank konvensional, karena bank syariah mempunyai ciri atau karakter tersendiri, antara lain:

1. Berdimensi keadilan dan pemerataan

Bukti berdimensi keadilan dalam bank syariah ialah adanya sistem bagi hasil. Cara seperti ini akan berimplikasi bahwa jika kerugian terjadi, maka dia tidak hanya ditanggung oleh satu pihak karena resiko kerugian dan keuntungan ditanggung bersama.²⁰ Dengan demikian, secara tidak langsung perekonomian umat akan terwujud secara merata dalam bentuk penyebaran modal dan kesempatan berusaha, sesuai dengan ajaran Islam, sebagaimana firman Allah

Q.S. al-Hashr(59: 7) :

....كَيْ لَا يَكُونَ دُولَةً بَيْنَ الْأَغْنِيَاءِ مِنْكُمْ....^ع

²⁰Syukri Iska, *Sistem Perbankan Syariah di Indonesia* (Yogyakarta: Fajar Media Press, 2012), h.54.

Terjemahnya:

“...supaya harta itu jangan beredar di antara orang-orang Kaya saja di antara kamu...”

2. Bersifat Mandiri

Karena prinsip operasional bank syariah tidak menggunakan bunga, maka secara otomatis akan terlepas dari gejolak moneter, baik dalam negara maupun dunia internasional. Bank syariah dengan sendirinya tidak bergantung kepada gejolak moneter sehingga bisa bergerak tanpa dipengaruhi inflasi. Keadaan seperti ini tentu sangat berbeda dengan bank konvensional yang dalam operasinya menggunakan asas bunga, sehingga harus memperhatikan tingkat inflasi dalam negara dan tingkat bunga riil di luar negara serta persaingan dalam negara.²¹

3. Persaingan Secara Sehat

Bentuk persaingan yang berlaku diantara bank syariah adalah masing-masing berlomba-lomba untuk lebih tinggi dari yang lain dalam memberikan keuntungan bagi hasil kepada nasabah dan bukan saling mencari kelemahan dan mematikan serta memburuk-burukkan yang lain.

4. Adanya Dewan Pengawas Syariah

Dewan Pengawas Syariah (DPS) ialah lembaga yang bersifat independen, yang dibentuk sebagai bagian Dewan Syariah Nasional (DSN) dan ditempatkan di bank yang melakukan aktivitas usaha berdasarkan syariah. DPS berfungsi sebagai pengawas, penasehat dan pemberi saran

²¹*Ibid.h. 54.*

kepada direksi, pimpinan unit usaha syariah, dan pimpinan cabang syariah mengenai hal-hal yang berkaitan dengan aspek syariah.²²

5. Beban biaya yang disepakati bersama saat akad

perjanjian diwujudkan dalam bentuk jumlah nominal, yang nilainya tidak kaku dan bisa dilakukan dengan kebebasan tawar-menawar dalam batas yang dibenarkan. Beban biaya tersebut hanya dikenakan berdasarkan batas waktu sesuai dengan kesepakatan dalam kontrak. Untuk sisa utang setelah habis masa kontrak akan diselesaikan pada kontrak yang baru.

6. Dalam kontrak-kontrak pembiayaan proyek

bank syariah tidak menerapkan perhitungan berdasarkan keuntungan yang tetap (*fixed return*), sebagaimana yang disepakati diawal transaksi pada bank konvensional.

d. Prinsip Bank Syariah

Islam adalah suatu Din (*Way of life*) yang praktis, yang mengajarkan segala sesuatu yang baik dan bermanfaat bagi manusia, dengan mengabaikan waktu, tempat atau tahap-tahap perkembangannya. Manusia adalah khalifah dimuka bumi. "Islam memandang bahwa bumi dan segala isinya merupakan amanah Allah swt."²³

Aktivitas keuangan dan perbankan dapat dipandang wahana bagi masyarakat modern untuk membawa mereka kepada, pelaksanaan ajaran al-Qur'an yaitu:

²²*Ibid.*h. 55.

²³Alwi Reza Nasution, *Analisis Potensi Preferensi Masyarakat terhadap Bank Syariah di Wilayah kota Medan*, (skripsi: Universitas Suatra Utara Medan, 2006)

- 1) Prinsip *Al-Ta'awun*, yaitu saling membantu dan saling bekerja sama diantara anggota masyarakat untuk kebaikan, sebagaimana dijelaskan dalam firman Allah swt.

Q.S. al-Maidah(5: 2) :

وَتَعَاوَنُوا عَلَى الْبِرِّ وَالتَّقْوَىٰ ۖ وَلَا تَعَاوَنُوا عَلَى الْإِثْمِ وَالْعُدْوَانِ ۚ وَاتَّقُوا اللَّهَ ۖ إِنَّ اللَّهَ شَدِيدُ الْعِقَابِ ﴿٢﴾

Terjemahnya:

*dan tolong-menolonglah kamu dalam (mengerjakan) kebajikan dan takwa, dan jangan tolong-menolong dalam berbuat dosa dan pelanggaran. dan bertakwalah kamu kepada Allah, Sesungguhnya Allah Amat berat siksa-Nya.*²⁴

- 2) Prinsip menghindari *Al-Iktinaz*, yaitu menahan uang (dana) dan membiarkannya menganggur (*Idle*) dan tidak berputar dalam transaksi yang bermanfaat bagi masyarakat umum.

Muhammad Syafi Antonio, menyebutkan prinsip utama yang dianut oleh bank syariah adalah:²⁵

- Larangan riba (bunga) dalam berbagai bentuk transaksi;
- Menjalankan bisnis dan aktivitas perdagangan yang berbasis pada memperoleh keuntungan yang sah menurut syariah;
- Memberikan zakat.

Pada dasarnya Islam memandang uang hanya sebagai alat tukar, bukan sebagai barang dagangan (komoditas). Oleh karena itu motif permintaan akan uang adalah untuk memenuhi kebutuhan transaksi (*money demand for transaction*), bukan untuk spekulasi. Islam juga sangat

²⁴Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahannya* (Jakarta: Wali, 2010), h. 107.

²⁵Alwi Reza Nasution, *op.cit.*

menganjurkan penggunaan uang dalam pertukaran karena Rasulullah saw.,telah menyadari kelemahan dari salah satu bentuk pertukaran dizaman dahulu yaitu barter (*Bai' al-muqayyadah*), dimana barang saling dipertukarkan.

“Rasulullah saw.,menyadari akan kesulitan-kesulitan dan kelemahan-kelemahan akan sistem pertukaran ini, lalu beliau ingin menggantinya dengan sistem pertukaran melalui uang. Oleh karena itu beliau menekankan kepada para sahabat untuk menggunakan uang dalam transaksi-transaksi mereka”.

e. Produk Bank Syariah

Pada dasarnya produk yang ditawarkan oleh perbankan syariah dapat dibagi menjadi tiga bagian yaitu:²⁶

1. Penyaluran dana

Dalam menyalurkan dananya pada nasabah, secara garis besar produk pembiayaan syariah terbagi ke dalam empat kategori yang dibedakan berdasarkan tujuan penggunaannya, yaitu:

a. Prinsip Jual Beli (*Ba'i*)

Prinsip jual beli dilaksanakan sehubungan dengan adanya perpindahan kepemilikan barang atau benda (*transfer of property*). Tingkat keuntungan bank ditentukan di depan dan menjadi bagian harga atas barang yang dijual.

²⁶Adiwarman Karim, *Bank Islam: Analisis Fiqih dan Keuangan* (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2004).h.87.

Transaksi jual beli dapat dibedakan berdasarkan bentuk pembayarannya dan waktu penyerahan barangnya, yakni sebagai berikut:

a) Pembiayaan *Murabahah*

Murabahah (*al-ba'i bi tsaman ajil*) lebih dikenal sebagai *murabahah* saja. *Murabahah*, yang berasal dari kata *ribhu* (keuntungan), adalah transaksi jual beli dimana bank menyebut jumlah keuntungannya. Bank bertindak sebagai penjual, sementara nasabah sebagai pembeli. Harga jual adalah harga beli bank dari pemasok ditambah keuntungan (*margin*).²⁷

b) *Ba'i As-salam*

Salami adalah transaksi jual beli dimana barang yang diperjualbelikan belum ada. Oleh karena itu barang diserahkan secara tangguh sedangkan pembayaran dilakukan tunai.²⁸

Dalam jual beli ini nasabah sebagai pembeli dan pemesan memberikan uangnya ditempat akad sesuai dengan harga barang yang dipesan dan sifat barang telah disebutkan sebelumnya. Uang yang tadi diserahkan menjadi tanggungan bank sebagai penerima pesanan dan pembayaran dilakukan dengan segera.

c) *Ba'i Al-Istisnha*

Produk *istisnha* menyerupai produk *salam*, tapi dalam *istisnha* pembayarannya dapat dilakukan oleh bank dalam beberapa kali (*termin*) pembayaran.

²⁷Muhammad, *Manajemen Dana Bank Syariah* (Jakarta: Rajawali Pers, 2014), h.29.

²⁸Adiwarman Karim, *op.cit.*,h.89.

Ketentuan umum pembiayaan *istisnha* adalah spesifikasi barang pesanan harus jelas seperti jenis, macam ukuran, mutu dan jumlahnya. Harga jual yang telah disepakati dicantumkan dalam akad *istisnha* dan tidak boleh berubah selama berlakunya akad. Jika terjadi perubahan dan kriteria pesanan dan terjadi perubahan harga setelah akad ditandatangani, seluruh biaya tambahan tetap ditanggung nasabah.

b. Prinsip Sewa (*Ijarah*)

Ijarah adalah kesepakatan pemindahan hak guna atas barang atau jasa melalui sewa tanpa diikuti pemindahan kepemilikan atas barang yang disewa. Dalam hal ini bank menyewakan peralatan kepada nasabah dengan biaya yang telah ditetapkan secara pasti sebelumnya.²⁹ Menurut Adiwarmanto A. Karim,³⁰ menyamakan *ijarah* dengan *leasing* tidak salah sepenuhnya, tetapi tidak juga benar juga sepenuhnya, karena pada dasarnya ada beberapa karakter yang membedakannya.

Lebih lanjut, Adiwarmanto A. Karim memberikan prinsip perbedaan dan persamaan antara *ijarah* dan *leasing*. Terdapat lima aspek yang dapat dicermati, yaitu:

a. Objek

Apabila dilihat kepada objek yang disewakan, *leasing* hanya berlaku untuk sewa-menyewa barang saja sedangkan pada *ijarah* objek yang disewakan bisa berupa barang maupun pelayanan/jasa atau tenaga kerja. Apabila *ijarah* diterapkan untuk mendapatkan manfaat barang, ia

²⁹*Ibid*

³⁰Syukri Iska, *op.cit.* 94-97.

disebut sebagai sewa-menyewa, tetapi apabila diterapkan untuk mendapatkan manfaat tenaga atau pelayanan, ia disebut upah-mengupah.

b. Aturan Pembayaran

Pembayaran *ijarah* bisa dibedakan menjadi dua, yaitu *ijarah* yang pembayarannya bergantung kepada penggunaan objek yang disewakan (*contingent to performance*) dan *ijarah* yang pembayarannya tidak bergantung kepada objek yang disewakan (*not contingent to performance*).

c. Pemindahan Kepemilikan

Aspek pemindahan kepemilikan dalam *leasing* yang dikenal pasti ada dua jenis yaitu *operating lease* dan *financial lease*. Dalam *operating lease* tidak berlaku pemindahan kepemilikan asset baik diawal maupun di akhir masa sewa. Dalam *financial lease*, pada akhir masa sewa, sipenyewa diberikan pilihan untuk membeli atau tidak membeli barang yang disewakan.

d. Sewa –Beli (*Lease-Purchase*)

Yaitu kontrak sewa sekaligus membeli. Dalam kontrak sewa beli ini, pemindahan kepemilikan berlaku selama tempo waktu sewa secara bertahap. Apabila kontrak sewa beli ini di batalkan, hak milik barang terbagi antara milik penyewa dengan milik yang menyewakan. Dalam *ijarah*, tidak ada bentuk seperti ini.

e. Jual dan Sewa kembali (*Sale and Lease Back*)

Bentuk sewa seperti ini sama dengan sewa biasa, sehingga dapat dikategorikan dengan *ijarah*.

c. Prinsip Bagi Hasil (*Syirkah*)

Produk Pembiayaan syariah yang didasarkan atas prinsip bagi hasil adalah sebagai berikut:

a. Pembiayaan *Musyarakah*

Musyarakah adalah akad kerja sama antara dua belah pihak atau lebih untuk suatu usaha tertentu dimana masing-masing pihak memberikan kontribusi dana (*amal/expertise*) dengan kesepakatan bahwa keuntungan dan resiko akan ditanggung bersama sesuai dengan kesepakatan.³¹ Sebagaimana yang dijelaskan pada hadis Rasulullah saw., dibawah ini:

عَنْ أَبِي هُرَيْرَةَ رَفَعَهُ قَالَ إِنَّ اللَّهَ يَقُولُ أَنَا ثَالِثُ الشَّرِكِيِّ مَا لَمْ يَخُنْ أَحَدُهُمَا صَاحِبَهُ³²

Artinya:

Dari Abu Hurairah, Rasulullah saw.,bersabda, “Sesungguhnya Allah swt berfirman, Aku pihak ketiga dari dua orang yang berserikat selama salah satunya tidak mengkhianati lainnya.”

(H.R. Abu Dawud).

³¹Muhammad Syafii Antonio, *Bank Syariah dari Teori Kepraktek*, (Jakarta: Gema Insani, 2001), h.90.

³²*Ibid*

b. Pembiayaan *Mudharabah*

Mudharabah berasal dari kata *dharb*, berarti *memukul* atau *berjalan*. Pengertian memukul atau berjalan ini lebih tepatnya adalah *proses seseorang memukulkan kakinya dalam menjalankan usaha*.³³

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

Seandainya kerugian itu diakibatkan karena kecurangan atau kelalaian si pengelola, si pengelola harus bertanggung jawab atas kerugian tersebut.³⁴

d. Produk Penghimpunan Dana (*Funding*)

1. *Prinsip Wadi'ah* (penitipan)

Wadi'ah adalah perjanjian simpan-menyimpan atau penitipan barang berharga antara pihak yang mempunyai barang dan pihak yang dibeari kepercayaan (bank syariah).³⁵ Dalam istilah lain, *wadi'ah* ialah mewakilkan kepada orang lain untuk memelihara harta tertentu dengan cara tertentu.

³³ Muhammad Rawas Qal'aji, *Mu'jam Lughat al-Fuqaha*, (Beirut Dar'un Nats, 1985), h.95.

³⁴ Muhammad Syafii Antonio, *op.cit.*, h. 95.

³⁵ <http://daniarabas.blogspot.co.id/2013/10/contoh-proposal-skripsi-ekonomi-islam.html> diakses Tanggal 24 Februari 2017.

Secara umum, terdapat dua jenis *wadi'ah*,³⁶ yaitu:

1) *Al-Wadi'ah yad al-Amanah* (Titipan pada Pemegang Amanah)

Konsep *Wadi'ah* jenis ini, yang sesuai pula dengan istilah *Trustee Depository*, (tabungan/ titipan pada pemegang amanah), dalam pelaksanaannya pada perbankan syariah memiliki karakter seperti berikut:

- a) Harta atau barang yang dititipkan tidak bisa dimanfaatkan dan digunakan penerima titipan.
- b) Penerima titipan hanya berfungsi sebagai penerima amanah yang bertugas dan berkewajiban untuk menjaga barang yang dititipkan tanpa bisa memanfaatkannya.
- c) Sebagai kompensasi, penerima titipan dibolehkan untuk mengenakan biaya kepada penitip.
- d) Barang atau harta yang dititipkan tidak bisa dimanfaatkan penerima titipan dan pelaksanaan pada perbankan yang sesuai untuk jenis ini ialah pelayanan titipan atau *safe deposito box*.

2) *Al-Wadi'ah al- Dhamanah* (Titipan pada Penjamin)

Konsep *Wadi'ah* jenis ini, yang sesuai pula dengan istilah *Guarantee Depository* (titipan pada penjamin yang bertanggung jawab atas kerugian /kerusakan), dalam pelaksanaan perbankan syariah memiliki karakter seperti berikut:

³⁶Bank Islam Indonesia Berbatas, *Islamic Banking Practice From the Practitioner's Perspective*, (Kuala Lumpur: BIMB, 1994), h. 62-63.

- a) Harta dan barang yang dititipkan bisa dimanfaatkan penerima titipan.
- b) Barang dan harta yang dititipkan itu tentu bisa menghasilkan manfaat. Kendati demikian, tidak ada keharusan bagi penerima titipan untuk memberikan hasil pemanfaatan kepada sipenitip. Namun, pihak penitip juga tidak akan menanggung kerugian akibat kegagalan dari pemanfaatan penitipan tersebut.
- c) Produk perbankan yang sesuai dengan ini yaitu Giro (*current account*) dan tabungan (*saving account*).
- d) Bagi bank syariah, pemberian bonus (seperti pelayanan giro) tidak bisa disebutkan dalam kontrak atau dijanjikan dalam akad, tetapi merupakan pemberian sepihak sebagai tanda terima kasih dari pihak bank.
- e) Jumlah pemberian bonus sepenuhnya merupakan hak pelayanan manajemen bank syariah sepenuhnya, karena pendasaran penekanan dalam akad ini adalah penitipan.

2. Prinsip *Mudharabah*

Dijelaskan dalam Q.S. al- Muzzammil (73 :20) :

وَأَخْرُونَ يَضْرِبُونَ فِي الْأَرْضِ يَبْتَغُونَ مِنْ فَضْلِ اللَّهِ...

Terjemahnya:

“...dan dari orang-orang yang berjalan dimuka bumi mencari sebagian karunia Allah swt. ...”

Yang menjadi *wajhud-dilalah* atau argument dari surah al-Muzammil: 20 adalah adanya kata *yadhribun* yang sama dengan akar kata *mudharabah* yang berarti *melakukan suatu perjalanan usaha*. *Mudharabah* Secara umum, terbagi menjadi dua jenis yaitu:³⁷

a) *Mudharabah Muthalaqah*

Yang dimaksud dengan transaksi *mudharabah muthalaqah* adalah bentuk kerja sama antara *shahibul maal* dan *mudharib* yang cakupannya sangat luas dan tidak dibatasi oleh spesifikasi jenis usaha, waktu, dan daerah bisnis.

b) *Mudharabah Muqayyadah*

Mudharabah Muqayyadah si *midharib* dibatasi dengan batasan jenis usaha, waktu, atau tempat usaha.

3. Jasa Perbankan

a. *Sharf (Jual Beli Valuta Asing)*

Jual beli mata uang yang tidak sejenis ini, penyerahannya harus dilakukan pada waktu yang sama (*spot*). Dalam kontrak jenis ini, pihak-pihak yang bertransaksi saling mempertukarkan asetnya. Jadi masing-masing pihak tetap berdiri sendiri (tidak saling bercampur membentuk usaha baru), sehingga tidak ada pertanggungans resiko bersama. Objek pertukarannya (baik barang maupun jasa) pun harus ditetapkan diawal akad dengan pasti.

³⁷Syukri Iska.*op.cit.*, h. 68.

b. *Ijarah* (sewa)

Jenis kegiatannya yaitu penyewaan kotak simpanan (*safe deposit box*) dan jasa tata laksana administrasi dokumen (*custodium*). Bank mendapat imbalan sewa dari jasa tersebut.

f. Perbedaan Bank Syariah dan Bank Konvensional

Tabel 2.1
Perbedaan Bank Syariah dan Bank Konvensional

| Bank Syariah | Bank Konvensional |
|---|---|
| 1. Berdasarkan prinsip bagi hasil, jual beli dan sewa. | 1. Memakai perangkat bunga dalam kegiatan operasionalnya |
| 2. Melakukan kegiatan investasi pada sektor yang halal. | 2. Melakukan kegiatan investasi ke sektor yang halal dan haram. |
| 3. Hubungan dengan nasabah berbentuk kemitraan | 3. Hubungan dengan nasabah berbentuk kreditor-kreditor. |
| 4. Terdapat Dewan Pengawas Syariah yang mengawasi kegiatan operasional perbankan. | 4. Tidak terdapat Dewan sejenis. |

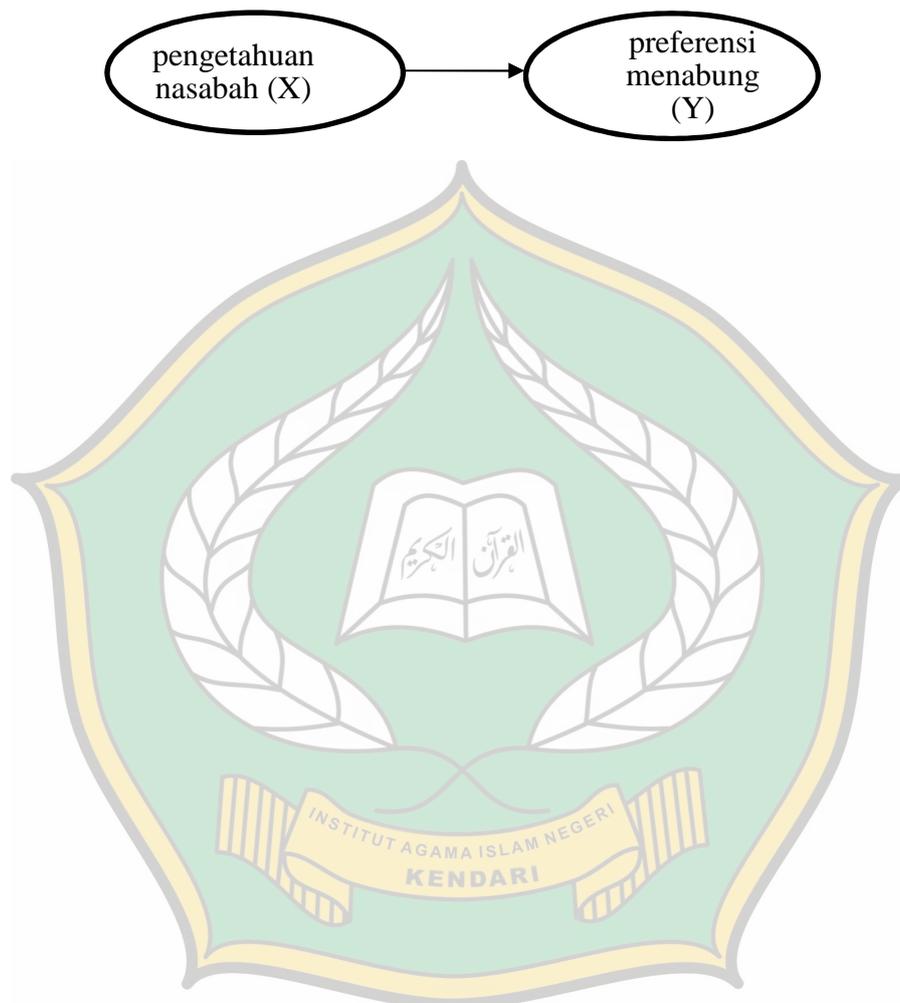
C. Kerangka Pikir

Pengetahuan nasabah yaitu bagaimana dan darimana nasabah mempunyai informasi tentang bank syariah. Pengetahuan nasabah tentang bank syariah biasanya didapatkan dari informasi anggota keluarga, rekan kerja atau orang lain yang menggunakan bank syariah. Pengetahuan yang lebih tentang bank syariah sangat diperlukan untuk meningkatkan animo masyarakat terhadap bank syariah. Hal ini sesuai dengan indikator pengetahuan nasabah yaitu pendidikan, informasi atau media massa, sosial budaya, lingkungan, dan pengalaman.

Pengetahuan nasabah tentang informasi perbankan syariah akan memberi dampak terhadap preferensi menabung. Menurut Bermen dan Evans keputusan konsumen meliputi keputusan untuk menentukan apakah akan membeli, apa yang akan dibeli, dimana, kapan dan dari siapa. Perilaku nasabah dibentuk dari

beberapa karakteristik individu yang terdiri dari budaya, sosial, pribadi dan psikologi.³⁸

Gambar 2.1 Ditinjau: di ubah dilapangan tahun 2017



³⁸Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran* Edisi 13 Jilid 1 (Jakarta: Erlangga, 2009) h.166.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan Penelitian

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif. Pendekatan kuantitatif merupakan penelitian dengan seberapa besar pengaruh variabel bebas (independen) terhadap variabel terikat (dependen).¹ Metode penelitian kuantitatif yang digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

B. Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian dilakukan di Bank BRISyariah Cabang Kendari. Sedangkan waktu penelitian dilakukan pada Bulan Juni sampai Bulan Agustus 2017. Yaitu kurang lebih 3 (tiga) bulan, sejak dinyatakan lulus dalam seminar proposal penelitian.

C. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Arikunto menjelaskan bahwa populasi merupakan jumlah keseluruhan subyek penelitian.² Demikian pula Singarimbun dan Effendi mengemukakan bahwa populasi adalah jumlah keseluruhan dari unit analisis yang akan

¹ Sugiono, *Statistik Untuk Penelitian*, (Bandung: Alfabeta, 2006), h. 11.

² Arikunto Suharsimi, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, (Jakarta: Rinneka Cipta, 2011), h. 109.