

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Landasan Teori

1. Teori Tindakan Beralasan

Teori tindakan beralasan (*Reasoned Action Theory*) dikemukakan oleh (Albarracin *et al*, 2001). Teori ini mengatakan bahwa sikap terhadap perilaku dilihat dari bagaimana seseorang membentuk perilaku tertentu. Teori ini melihat adanya penyebab perilaku yang didasarkan pada asumsi, yaitu seseorang melakukan sesuatu dengan cara yang masuk akal, mempertimbangkan semua informasi yang ada dan memperhitungkan dampak dari tindakan itu sendiri. Teori ini dipengaruhi oleh 2 variabel yaitu variabel sikap dan variabel norma subyektif. Variabel sikap adalah faktor yang berasal dari diri sendiri sedangkan variabel norma subyektif berasal dari orang lain.

Diri sendiri adalah sikap dimana diri seseorang memikirkan suatu tindakan yang dilakukan untuk membuat suatu keputusan tertentu. Norma subyektif atau pengaruh orang lain adalah sikap dimana seseorang yang akan mengambil sebuah keputusan akan merasa bimbang atau ada pilihan lain karena ada pendapat lain dari keputusan yang akan diambil. Pengaruh ini akan mengakibatkan seseorang akan memikirkan ulang pilihan atau keputusannya pada suatu hal yang akan dipilih.

Pada dasarnya teori ini memberikan sebuah gambaran sikap yang dapat dipengaruhi melalui suatu proses pengambilan keputusan yang sangat teliti dan penuh pertimbangan untuk mendapatkan keputusan yang terbaik. Dapat dijabarkan ada tiga implikasi yang bisa dijelaskan yaitu; pertama, sikap yang spesifik lebih dapat mempengaruhi suatu proses pengambilan keputusan dari pada ditentukan sikap yang umum. Kedua, norma subyektif merupakan suatu situasi yang dapat mempengaruhi suatu pengambilan keputusan, maka tidak hanya dipengaruhi oleh sikap saja.

Norma subyektif adalah suatu keinginan orang lain yang mengharapkan apa yang mereka ungkapkan dapat dilakukan sebagai landasan pengambilan keputusan. Ketiga, sikap yang terjadi atas kebersamaan cenderung akan membuat suatu niatan berperilaku tertentu. Jadi untuk mengetahui minat konsumen dalam memilih bank syariah mengacu pada teori ini karena konsumen berpendapat bahwa perilaku tersebut berdampak positif untuk diri sendiri dan orang lain tidak keberatan jika ia berperilaku seperti itu.

2. Pengertian Religiusitas

Religiusitas berasal dari bahasa latin *relegio* yang berarti mengikat. Ini mengandung makna bahwa dalam religi atau agama memiliki aturan-aturan atau kewajiban – kewajiban yang harus dipatuhi oleh para pengikutnya. Semua itu berfungsi untuk mengikat seseorang atau

sekelompok orang dalam hubungannya dengan Tuhan, sesama manusia, dan alam sekitarnya (Stark, dalam Wahyuni 2010)

Religius adalah keadaan dimana dalam diri seseorang merasakan dan mengakui adanya kekuatan spiritual untuk mencapai tujuan hidup manusia dengan cara melaksanakan semua perintah Tuhan dan meninggalkan seluruh larangannya, sehingga hal ini akan membawa ketenangan dan ketentraman diri. Religius merupakan salah satu faktor yang tidak mempengaruhi masyarakat muslim untuk tidak memilih bank syariah (Wahyuni, 2010)

Sedangkan menurut (Sartika, *et al*, 2011) religiusitas adalah suatu keyakinan terhadap adanya Tuhan dan pengalaman seseorang terhadap ajaran agama sehingga ada ketertarikan seseorang terhadap agama yang di peluknya. Agama islam adalah agama yang sempurna, ajarannya tidak hanya menyentuh aspek-aspek ritual saja, melainkan islam juga menuntut manusia untuk mencapai ajarannya dalam setiap segi kehidupan. Seperti halnya sudah dijelaskan dalam Al-Qur'an Surat Al-Baqarah 2 ayat 208 yang artinya "*Wahai orang-orang yang beriman! Masuklah ke dalam Islam secara keseluruhan, dan janganlah kamu mengikuti langkah-langkah setan. Sungguh, ia musuh yang nyata bagimu*". Dimana disini religiusitas seseorang akan mempengaruhi tingkat keimanan individu dalam mengambil keputusan memilih bank syariah.

Terdapat beberapa dimensi dalam religiusitas menurut (Glock dan Stark dalam El-Menouar, 2014) adalah sebagai berikut:

a. Dimensi Keyakinan

Dimensi ini melihat tingkatan sejauh mana seseorang berpegang teguh, menerima, dan mengakui ajaran-ajaran dalam agamanya. Keyakinan ini sangat berkaitan dengan kemampuan untuk mengenal Tuhan. Dengan mengenal Tuhan manusia mampu menghayati keberadaan-Nya untuk dilakukan dalam setiap aspek kehidupan sehari-hari. Misalnya percaya pada Allah, percaya kepada kitab Allah, percaya adanya surga dan neraka, dan sebagainya. Dijelaskan dalam Al-Qur'an surat Ali 'Imran 19 :

“Sesungguhnya agama di sisi Allah ialah Islam. Tidaklah berselisih orang-orang yang telah diberi Al-Kitab, kecuali setelah mereka memperoleh ilmu, karena kedengkian di antara mereka. Barangsiapa yang ingkar terhadap ayat-ayat Allah, maka sesungguhnya Allah sangat cepat perhitungan-Nya.”

Dapat disimpulkan bahwa tidak ada agama yang diterima disisi-Nya kecuali agama islam, yaitu dengan mengikuti ajaran yang dibawa oleh Nabi Muhammad SAW. Keyakinan adanya kekuasaan Allah akan meningkatkan keimanan seseorang agar dapat menjalankan perintah Allah dan menjauhi larangannya.

b. Dimensi Peribadatan/praktik agama

Dimensi ini melihat sejauh mana tingkatan seseorang dalam menjalankan kewajiban praktek agamanya. Dimensi ini meliputi perilaku peribadatan dalam menjalani kewajiban yang beragama, dan hal-hal yang menunjukkan keseriusan dan keyakinan terhadap agama yang

dianutnya. Misalnya zakat, puasa, haji, dan sebagainya. Di jelaskan dalam al Qur'an surat Al-Bayyinah (98) ayat 5 :

“Padahal mereka tidak disuruh kecuali supaya menyembah Allah dengan memurnikan ketaatan kepada-Nya dalam (menjalankan) agama dengan lurus, dan supaya mereka mendirikan salat dan menunaikan zakat; dan yang demikian itulah agama yang lurus“.

Dapat disimpulkan bahwa Allah menegaskan bahwa manusia tidak diperintahkan kecuali untuk beribadah kepada Allah dengan melaksanakan ibadah secara ikhlas dan menunaikan zakat agar mendapat ridho Allah.

c. Dimensi Pengalaman

Dimensi ini melihat sejauh mana implikasi agama mempengaruhi perilaku manusia dalam kehidupan sehari-hari. Dimensi ini menggambarkan perasaan seseorang dalam mengalami dan merasakan pengalaman spiritual. Misalnya perasaan dekat dengan Allah, dicintai Allah, doa-doa sering dikabulkan, perasaan tenteram dan bahagia karena menuhankan Allah (Ancok dan Suroso, 2002), dan diselamatkan dari musibah, memilih produk yang halal, menerima pendapatan yang tidak terpikirkan sebelumnya, seperti hibah, hadiah, dan warisan.

d. Dimensi Pengetahuan Agama

Dimensi ini melihat seberapa jauh seseorang mengetahui dan memahami ajaran-ajaran agamanya yang terdiri dari dasar-dasar keyakinan, tradisi terutama yang ada dalam Kitab Suci, Hadits, Al-Qur'an. Misalnya pengetahuan tentang hukum riba, pengetahuan tentang jual-beli sesuai syariat islam, dan sebagainya. Dijelaskan dalam Al-Qur'an surat Al-Mujadalah ayat 11 :

"Wahai orang-orang yang beriman! Apabila dikatakan kepadamu, "Berilah kelapangan didalam majelis, maka lapangkanlah, niscaya Allah akan memberi kelapangan untukmu. Dan apabila dikatakan berdirilah kamu, maka berdirilah, niscaya Allah akan mengangkat derajat orang-orang yang beriman diantara kamu dan orang-orang yang berilmu beberapa derajat".

Dapat disimpulkan bahwa Allah akan meninggikan derajat seseorang jika memperdalam pengetahuan tentang isi Al-Quran, pokok-pokok ajaran yang harus diimani dan dilaksanakan serta pemahaman terhadap kaidah-kaidah ilmu ekonomi islam/perbankan syariah.

e. Dimensi Konsekuensi

Dimensi ini mengenai sejauh mana seseorang dalam berperilaku yang dimotivasi oleh ajaran agamanya, Perbuatan kebaikan ini sebagai wujud dari keimanan dan ibadah dalam bentuk nyata ajaran agama dalam kehidupan sehari-hari. Misalnya perilaku suka menolong, berderma, menegakkan kebenaran dan keadilan, berlaku jujur, menjaga amanah, menjaga lingkungan, tidak mencuri, tidak berjudi, tidak menipu, berjuang untuk kesuksesan hidup menurut ukuran Islam (Ancok dan Suroso, 2002), dan mematuhi serta menjalankan norma-norma Islam dalam berbudaya, bermasyarakat, berpolitik, dan berekonomi (transaksi bisnis/perbankan) secara non-riba.

3. Pengertian Pengetahuan Bank Syariah

a. Definisi Pengetahuan

Menurut Notoatmodjo (2007), Pengetahuan merupakan hasil dari tahu dari seseorang yang telah melakukan penginderaan terhadap obyek tertentu. Penginderaan terjadi melalui panca indera manusia, yakni indera

penglihatan, pendengaran, penciuman, rasa dan raba. Sebagian besar pengetahuan manusia diperoleh melalui mata dan telinga. Sedangkan menurut KBBI (Kamus Besar Bahasa Indonesia) pengetahuan dapat dimaknai sebagai segala sesuatu yang diketahui, kepandaian, atau segala sesuatu yang diketahui berkenaan dengan berbagai hal (mata pelajaran). Pengertian pengetahuan sering dikaitkan dengan pendidikan dan sekolah. Namun pada hakikatnya pengetahuan tidak terbatas pada hal tersebut. Hal ini dikarenakan pengetahuan dapat didiperoleh dari berbagai hal.

Menurut Sumarwan (2004) pengetahuan konsumen adalah semua informasi yang dimiliki konsumen mengenai berbagai macam produk dan jasa, serta pengetahuan lainnya yang terkait dengan produk dan jasa tersebut dan informasi yang berhubungan dengan fungsinya sebagai konsumen. Pengetahuan Produk yaitu kumpulan dari berbagai jenis informasi tentang produk, pengetahuan ini mencakup kategori tentang produk, merek, atribut atau fitur produk, dan harga produk serta kepercayaan mengenai produk. Jika Pemasar/penjual dapat memberikan pemahaman tentang pengetahuan produk yang baik dan benar kepada konsumen/pelanggan maka hal tersebut akan mudah untuk melakukan konfirmasi dan memastikan pembelian produk.

Pengetahuan produk juga mencakup dari berbagai informasi-informasi yang diproses oleh konsumen/pelanggan untuk mendapatkan suatu produk. Pengetahuan produk mempertimbangkan di mana membeli produk, dan kapan membeli produk. Ketika konsumen/pelanggan

memutuskan untuk membeli suatu produk, maka konsumen/pelanggan akan menentukan di mana konsumen/pelanggan membeli produk tersebut dan kapan membelinya. Keputusan konsumen mengenai tempat pembelian produk ditentukan oleh pengetahuan yang didapat. Oleh karena itu Pengetahuan yang semakin tinggi akan memberikan keputusan terhadap pembelian produk dan menghindari risiko kekecewaan pada konsumen/pelanggan tersebut.

Menurut (Peter dan Olson dalam Kurriwati, 2015) Pengetahuan produk di bagi menjadi 3 jenis, yaitu: Pengetahuan mengenai karakteristik/atribut produk, Pengetahuan mengenai manfaat produk, Pengetahuan mengenai kepuasan yang diberikan produk bagi konsumen/pelanggan.

1) Pengetahuan mengenai karakteristik/atribut produk

konsumen/pelanggan akan melihat produk berdasarkan karakteristik/atribut produk tersebut. Bagi konsumen/pelanggan jika memutuskan menabung pada bank syariah, maka produk yang dipilih harus memiliki kejelasan akad dan produk yang diambil sesuai dengan minat konsumen.

2) Pengetahuan mengenai manfaat produk.

Konsumen/pelanggan menjadi nasabah bank syariah karena mempunyai manfaat produk bagi konsumen tersebut. Manfaat yang dirasakan konsumen/pelanggan setelah menjadi nasabah bank terdapat

kepuasan dalam menabung di bank syariah. Konsumen/pelanggan sering memikirkan apa saja manfaat yang konsumen/pelanggan rasakan, jika membeli suatu produk namun bukan mengenai atributnya.

Manfaat yang dirasakan konsumen/pelanggan setelah membeli produk dibagi menjadi 2 jenis yaitu :

1) Manfaat Fungsional

Manfaat yang dirasakan konsumen secara fisiologis. Contohnya dengan menjadi nasabah bank syariah memudahkan dalam bertransaksi atau berinvestasi. Karena bank syariah tidak menggunakan bunga atau riba namun dengan bagi hasil.

2) Manfaat Psikososial

Aspek psikologis seperti perasaan, emosi, dan mood serta aspek sosial (persepsi konsumen/pelanggan mengenai pandangan orang lain terhadap dirinya) yang dirasakan konsumen setelah membeli produk.

3) Pengetahuan mengenai kepuasan yang diberikan produk bagi konsumen/pelanggan.

Konsumen akan merasakan kepuasan produk yang telah di berikan jika produk tersebut digunakan dengan benar, maka akan memberikan kepuasan yang tinggi. Biasanya kesalahan yang dilakukan oleh konsumen/pelanggan dalam menggunakan produk adalah ketidaktahuan fungsi produk tersebut. Hal ini menyebabkan konsumen kecewa dan

menyalahkan produk itu sendiri, Sedangkan kesalahan terjadi dikarenakan dari konsumen/pelanggan itu sendiri. Produsen/Pemasar tidak ingin konsumen menghadapi hal karena itu produsen/pemasar sangat berkepentingan untuk memberikan konsumen bagaimana cara menggunakan produknya dengan benar dan tepat.

4. Pengertian Bank Syariah

Menurut Hadits, Istilah Syariah berasal dari bahasa Arab yang berarti “Jalan menuju sumber kehidupan”, yang secara hukum Islam diartikan sebagai hukum atau peraturan yang ditentukan Allah SWT untuk hamba-Nya sebagaimana yang terkandung didalam Al-Qur’an Surat An-Nahl ayat 36 yang artinya *“Dan sungguh telah kami utus Rosul untuk setiap umat, agar menyembah (ibadah) kepada Alloh dan menjauhi thoghut, maka di antara mereka (umat) ada yang diberi hidayah oleh Alloh, dan sebagian dari mereka diberi kepastian sesat.”*

Dalam ayat ini, Allah SWT menjelaskan bahwa para Rasul itu diutus sesuai dengan Sunatullah, yang berlaku pada umat sebelumnya. Mereka itu adalah pembimbing manusia ke jalan yang lurus. Bimbingan Rasul-rasul itu diterima oleh orang-orang yang dikehendaki oleh Allah SWT dan menyampaikan mereka kepada kesejahteraan dunia dan kebahagiaan akhirat.

Bank syariah adalah bank yang menjalankan kegiatan usahanya berdasar prinsip syariah dan menurut jenisnya terdiri atas bank umum syariah dan bank pembiayaan rakyat syariah (UU No.10 Tahun 1998). Menurut Schaik (2001) bank syariah adalah bentuk dari bank modern yang berdasar pada hukum Islam, dikembangkan pada abad pertengahan Islam, menggunakan konsep bagi risiko sebagai metode utama dan meniadakan sistem keuangan berdasarkan kepastian dan keuntungan yang telah ditentukan sebelumnya. Sedangkan menurut Sudarsono (2004) bank syariah adalah lembaga keuangan yang memberikan kredit dan jasa-jasa lainnya dalam lalu lintas pembayaran serta peredaran uang yang beroperasi dengan prinsip-prinsip syariah.

Bank Syariah menurut Muhammad (2002) Bank Islam adalah lembaga keuangan yang operasionalnya dikembangkan berlandaskan pada Al-Qu'ran salah satunya terdapat pada QS. Ali Imron ayat 130 yang artinya “ *Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu memakan Riba dengan berlipat ganda dan bertakwalah kamu kepada Allah supaya kamu mendapat keberuntungan*” Berdasarkan pendapat para ahli dapat disimpulkan bahwa bank syariah adalah bank yang pelaksanaan kegiatannya dengan aturan perjanjian berdasarkan hukum Islam antara bank dan pihak lain untuk penyimpanan dana dan atau pembayaran kegiatan usaha, atau kegiatan lainnya yang dinyatakan sesuai dengan syariah islam.

Tabel 2.1.
Perbedaan Bank Syariah dan Bank Konvensional

Jenis perbedaan	Bank Syariah	Bank Konvensional
Sistem operasional	Sistem Bagi hasil (Nisbah)	Sistem Bunga
Landasan hukum	Al-Qur'an & Sunnah yang difatwakan oleh Majelis Ulama Indonesia (MUI)	Hukum positif yang berlaku di Indonesia
Perlakuan terhadap Dana Masyarakat	Dana masyarakat merupakan titipan/investasi yang baru mendapatkan hasil bila diputar/diusahakan terlebih dahulu	Dana masyarakat merupakan simpanan yang harus dibayar bunganya saat jatuh tempo
Sektor penyaluran dana	Harus yang halal	Tidak memerhatikan halal/haram
Organisasi	Harus ada DPS (Dewan Pengawas Syariah)	Tidak ada DPS
Perlakuan Akuntansi	Accrual dan cash basis (untuk bagi hasil)	Accrual basis

Sumber : syariahmandiri.co.id

5. Produk-Produk Bank Syariah

Menurut (Nofinawati, 2014) secara umum produk yang ditawarkan perbankan syariah dapat dibagi menjadi tiga bagian yaitu :

a. Produk Penyaluran Dana

Dalam menyalurkan dana kepada nasabah, secara garis besar produk pembiayaan syariah terbagi kedalam tiga kategori yang dibedakan berdasarkan tujuan penggunaan yaitu :

1. Transaksi pembiayaan yang ditujukan untuk memiliki barang yang dilakukan dengan prinsip jual beli.
2. Transaksi pembiayaan yang ditujukan untuk mendapatkan jasa dilakukan dengan prinsip sewa.
3. Transaksi pembiayaan untuk usaha kerja sama yang dituju guna mendapatkan sekaligus barang dan jasa, dengan prinsip bagi hasil

Pada kategori pertama dan kedua, tingkat keuntungan bank ditentukan didepan dan menjadi bagian harga atas barang atau jasa yang dijual. Produk yang termasuk dalam kelompok ini adalah produk yang menggunakan prinsip jual beli seperti murabahah, salam dan istishna serta produk yang menggunakan prinsip sewa atau ijarah. Sedangkan kategori ketiga, tingkat keuntungan bank ditentukan dari besarnya usaha sesuai dengan prinsip bagi hasil. Pada produk bagi hasil keuntungan ditentukan oleh nisbah bagi hasil yang disepakati dimuka. Produk perbankan yang termasuk kedalam kelompok ini adalah musyarakah dan mudhrabah.

a) Prinsip jual beli (Ba'i)

Prinsip jual beli diadakan sehubungan diadanya perpindahan kepemilikan barang atau benda. Tingkat keuntungan bank ditentukan didepan dan menjadi bagian harga atas barang yang dijual. Transaksi jual beli dibedakan berdasarkan bentuk pembayarannya dan waktu penyerahan barang seperti:

1) Pembiayaan Murabahah

Murabahah adalah transaksi jual beli, dimana bank mendapat sejumlah keuntungan. Dalam hal ini, bank menjadi penjual dan nasabah menjadi pembeli. Kedua pihak harus menyepakati harga jual dan jangka waktu pembayaran. Harga jual dicantumkan dalam akad jual beli dan jika telah disepakati tidak dapat berubah selama berlakunya akad. Sumber Hukum Akad Murabahah dijelaskan dalam Al-Hadits dari Abu Sa'id Al-Khudri bahwa Rasulullah SAW bersabda "*Sesungguhnya jual beli itu harus dilakukan suka sama suka.*" (HR.Al-Baihaqi, Ibnu Majah, dan Shahih menurut Ibnu Hibban)

2) Salam

Salam adalah transaksi jual beli dimana barang yang diperjualbelikan belum ada ketika transaksi dilakukan, sehingga pembeli melakukan pembayaran di muka sedangkan penyerahan barang baru dilakukan di kemudian hari. Sumber Hukum Akad Salam dijelaskan dalam Al-Qu'ran 2:282 yaitu "*Hai orang-orang yang beriman, apabila kamu bermuamalah tidak secara tunai untuk waktu yang ditentukan, hendaknya kamu menuliskannya dengan benar*".

3) Istishna

Istishna adalah akad jual beli dalam bentuk pemesanan pembuatan barang tertentu dengan kriteria dan persyaratan tertentu yang disepakati antara pemesan dan penjual. Sumber hukum akad istishna' dari Abu Sa'id

al-Khudri berkata: *“Tidak boleh membahayakan diri sendiri maupun orang lain.” (HR.Ibnu Majah)*

b) Prinsip Sewa (Ijarah)

Ijarah adalah akad pemindahan hak guna (manfaat) atas suatu barang atau jasa dalam waktu tertentu dengan pembayaran upah sewa, tanpa diikuti dengan pemindahan kepemilikan atas barang itu sendiri. Sumber hukum ijarah dijelaskan dalam Al-Qur’an 43:32 yaitu *“Apakah mereka yang membagi-bagi rahmat Tuhan-mu? Kami telah menentukan antara mereka penghidupan mereka dalam kehidupan dunia, dan kami telah meninggikan sebagian mereka atas sebagian yang lain beberapa derajat, agar sebagian mereka dapat mempergunakan yang lain. Dan rahmat Tuhan-mu lebih baik dari apa yang mereka kumpulkan.”*

c) Prinsip Bagi Hasil (Syirkah)

Produk pembiayaan syariah yang didasarkan dengan prinsip bagi hasil adalah :

1) Musyarakah

Musyarakah adalah bentuk akad kerjasama antara dua pihak atau lebih untuk suatu usaha tertentu, di mana masing-masing memberikan kontribusi dana dengan ketentuan bahwa keuntungan dibagi berdasarkan kesepakatan sedangkan kerugian berdasarkan porsi kontribusi dana. Sumber hukum akad musyarakah dijelaskan yaitu *“Pertolongan Allah tercurah atas dua pihak yang berserikat, sepanjang keduanya tidak saling berkhianat.” (HR. Muslim)*

2). Mudarabah

Mudarabah adalah bentuk akad kerjasama usaha antara dua pihak dimana pihak pertama menyediakan seluruh dana, sedangkan pihak kedua bertindak selaku pengelola, dan keuntungan dibagi diantara mereka sesuai kesepakatan sedangkan kerugian ditanggung oleh pemilik dana. Sumber hukum akad mudarabah dijelaskan dalam Al-Quran yaitu *“Maka, jika kamu memercayai sebagian yang lain, hendaklah yang dipercayai itu menunaikan amanatnya dan hendaklah ia bertakwa kepada Allah Tuhannya.” (QS 2:283)*

b. Produk Penghimpunan Dana

Produk penghimpunan dana dibank syariah dapat berupa giro, tabungan, dan deposito. Prinsip operasional syariah yang diterapkan dalam penghimpunan dana masyarakat adalah wadi’ah dan mudharabah.

1. Wadi’ah

Wadiah merupakan simpanan barang atau dana kepada pihak lain yang bukan pemiliknya untuk tujuan keamanan. Wadiah adalah akad penitipan dari pihak yang mempunyai uang/barang kepada pihak yang menerima titipan. Sumber hukum wadi’ah dijelaskan dalam Al-Qur’an yaitu *“Maka, jika sebagian kamu memercayai sebagian yang lain, hendaklah yang dipercayai itu menunaikan amanatnya (utangnya) dan hendaklah ia bertakwa kepada Allah Tuhannya.” (QS 2:283)*

2. Mudharabah

- a) Mudarabah Mutlaqah adalah Mudarabah yang tidak disertai dengan pembatasan penggunaan dana dari Sahibul Mal.
- b) Mudarabah Muqayadah on Balance Sheet adalah Akad Mudarabah yang disertai dengan pembatasan penggunaan dana dari Sahibul Mal untuk investsi-investasi tertentu.
- c) Mudarabah of Balance Sheet, dalam Mudarabah of Balance Sheet, Bank bertindak sebagai arranger, yang mempertemukan nasabah pemilih modal dan nasabah yang akan menjadi mudharib.

3. Wakalah

Wakalah dalam praktek perbankan syariah dilakukan apabila nasabah memberikan kuasa kepada bank untuk mewakili dirinya melakukan pekerjaan jasa tertentu, seperti transfer uang. Sumber hukum wakalah dijelaskan yaitu *“Dan penuhilah janji; sesungguhnya janji itu pasti diminta pertanggungjawabannya.” (QS 17:34)*

c. Jasa Perbankan

Bank syariah dapat melakukan berbagai pelayanan jasa perbankan kepada nasabah dengan mendapat imbalan berupa sewa atau keuntungan. Jasa perbankan tersebut antara lain berupa :

1. Sharf (jual beli valuta asing)

Pada prinsipnya jual beli valuta asing sejalan dengan prinsip Sharf, sepanjang dilakukan pada waktu yang sama (*spot*). Bank mengambil

keuntungan dari jual beli valuta asing ini. Sumber hukum akad sharf yaitu “*Rasulullah SAW melarang menjual perak dengan emas secara piutang (tidak tunai).*” (HR.Muslim)

2. Ijarah (Sewa)

Jenis kegiatan Ijarah antara lain penyewaan kotak simpanan (*safe deposit box*) dan jasa tata-laksana administrasi dokumen (*custodian*). Bank mendapat imbalan sewa dari jasa tersebut.

6. Pengertian Minat Menjadi Nasabah

Menurut Slameto (2010) minat adalah suatu rasa lebih suka dan rasa keterikatan pada suatu hal atau aktivitas, tanpa ada yang menyuruh. Minat sebenarnya adalah suatu penerimaan pada suatu hubungan antara diri sendiri dengan sesuatu di luar. Semakin kuat atau dekat hubungan tersebut, maka semakin besar minat tersebut. Menurut Daryanto (2009) “minat adalah kecenderungan yang tetap untuk memperhatikan dan mengenang beberapa kegiatan”. Aktivitas yang diminati oleh seseorang akan diperhatikan terus menerus dan disertai dengan rasa senang. Sedangkan menurut Suryo Subroto (2002) menyatakan bahwa “minat adalah kecenderungan dalam diri individu untuk tertarik pada sesuatu obyek atau menyenangkan sesuatu obyek”. Ketika seseorang mempunyai minat terhadap suatu objek, maka akan tertarik dengan objek tersebut. Perkembangan informasi juga akan selalu diikuti dan akan tertarik untuk mencari tahu dan mempelajari obyek tersebut serta akan mengikuti kegiatan yang berhubungan pada obyek tersebut.

Kesimpulan dari beberapa pendapat menyatakan bahwa minat adalah kecenderungan dari dalam diri seseorang untuk tertarik pada suatu obyek, semakin kuat atau dekat hubungan tersebut maka semakin besar minatnya. Maka minat tersebut biasanya ditunjukkan dengan menyukai sesuatu hal dan dapat dinyatakan juga dalam bentuk partisipasi dalam kegiatan yang diminatinya.

B. Penelitian Terdahulu dan Penurunan Hipotesis

a. Pengaruh Tingkat Religiusitas Siswa terhadap Minat Menjadi Nasabah di Bank Syariah

Religiusitas merupakan suatu kondisi atau tingkatan seseorang dalam memahami, memaknai, dan mengikuti suatu ajaran agama tertentu dalam kehidupan ini. Dimana seseorang yang mempunyai tingkat religiusitas baik dapat mudah untuk menyesuaikan diri dengan lingkungannya, karena cenderung untuk menunjukkan perilaku dan sifat yang dapat diterima oleh semua kalangan masyarakat. Seseorang yang sudah mampu dan menjalankan kewajiban-kewajiban dalam agamanya secara baik, cenderung untuk mengikuti segala peraturan yang ditetapkan dalam agama tersebut, baik itu perintah (kewajiban) atau larangan. Semua itu berdampak pada proses dimana seseorang untuk mengambil keputusan atas tindakan atau memilih suatu produk dan jasa.

Suatu produk atau jasa yang dikonsumsi dan dipakai secara ritualistik dan simbolik cenderung mengikuti perintah dalam agamanya sebagai ketaatan dalam beragama, dan juga berhubungan dengan aktivitas

keagamaan dalam agama tersebut. Adanya tingkat religiusitas dapat membentengi seseorang dari hal-hal yang dilarang oleh agamanya baik dalam hal duniawi maupun akhirat. Tak terkecuali dalam hal urusan kehidupan bermuamalat, khususnya dalam hal menyimpan uang dan berinvestasi dapat lebih memilih yang sesuai dengan anjuran agama yang dianutnya.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Anilda (2014), menunjukkan bahwa faktor religiusitas berpengaruh positif signifikan terhadap minat mahasiswa akuntansi menjadi nasabah dana pihak ketiga di bank syariah. Disamping itu, Penelitian yang dilakukan oleh Abdallah (2013), tentang faktor keyakinan (agama) mempengaruhi minat siswa MAN dalam memutuskan menabung pada bank syariah di Kota Medan. Hasil penelitian tersebut didukung oleh penelitian Pertiwi dan Ritonga (2012), yang menunjukkan bahwa religiusitas berpengaruh positif signifikan terhadap minat menabung di bank syariah. Berdasarkan uraian hasil penelitian diatas maka dapat diajukan hipotesis sebagai berikut :

H₁: Religiusitas berpengaruh positif signifikan terhadap minat menjadi nasabah bank syariah

b. **Pengaruh Tingkat Pengetahuan Siswa terhadap Minat Menabung di Bank Syariah**

Pengetahuan yang dimiliki seseorang akan mempengaruhi pola pikir dan wawasan yang lebih luas dan juga mempengaruhi tingkat informasi

yang didapat. Tingkat Informasi yang didapat akan berhubungan dengan mengambil suatu keputusan untuk menjadi nasabah di bank syariah. Pengetahuan yang didapat oleh siswa yaitu dengan adanya Kegiatan Belajar Mengajar (KBM) dikelas dengan mata pelajaran ekonomi islam. Hal ini menjadikan suatu pengetahuan yang dapat mempengaruhi siswa untuk menabung di Bank Syariah.

Penelitian yang dilakukan oleh Hermawan (2008) yang menyatakan bahwa adanya sistem pembelajaran ekonomi syariah memberikan pemahaman intelektual dan membentuk pola pikir yang matang dalam meningkatkan wawasan yang lebih luas tentang Bank Syariah. Hal ini juga didukung oleh Guru Pengajar yang mempunyai pengetahuan yang luas mengenai Ekonomi Islam, khususnya mengenai perbankan syariah sehingga siswa dapat mengembangkan pemahaman Bank Syariah.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Penelitian oleh Ghozali Maski (2010), menunjukkan bahwa keputusan nasabah dalam memilih atau tidak memilih bank syariah dalam menabung dipengaruhi oleh variabel karakteristik bank syariah, variabel pelayanan dan kepercayaan pada bank, variabel pengetahuan dan variabel obyek fisik bank. Namun Penelitian lain yang dilakukan oleh Wiwiek (2010) menunjukkan bahwa faktor pengetahuan konsumen terhadap bank syariah masih terbatas, sebagian besar hanya mengetahui tentang riba dan syariah. Berdasarkan uraian diatas dapat diambil hipotesis sebagai berikut :

H₂: Pengetahuan berpengaruh positif signifikan terhadap minat menjadi nasabah bank syariah

C. Model Penelitian

Penelitian ini menguji pengaruh tingkat religiusitas dan tingkat pengetahuan bank syariah pada siswa terhadap minat menjadi nasabah bank syariah. Maka kerangka pemikiran dalam penelitian ini, sebagai berikut:

