

## BAB II

### TIJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA TEORI

#### A. Tinjauan Pustaka

Penelitian terdahulu dimaksudkan agar dapat menggali informasi mengenai penelitian ini. Peneliti juga dapat membedakan hasil penelitian yang terdahulu dan sedang diteliti. Penelitian-penelitian terdahulu yang berkaitan dengan penelitian ini adalah, sebagai berikut:

*Pertama*, Harviz Akbar dan Haroni Doli H. Ritonga pada tahun 2013 mengadakan penelitian yang berjudul “Persepsi Etnis China Terhadap Perbankan Syariah di Kota Medan”. Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui dampak dari kerja, pelayanan, promosi dan bukti fisik persepsi etnis Tiongkok di bank syariah Medan. Metode penelitian yang digunakan yakni kuantitatif dengan pendekatan deskriptif. Peneliti menggunakan pendekatan diskriptif karena peneliti akan menganalisis dan menginterpretasikan mengenai arti dari data yang di peroleh. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini ada 4 variabel yakni variabel persepsi etni Cina terhadap perbankan, variabel pekerjaan, variabel pelayanan, variabel promosi dan bukti fisik. Hasil dari penelitian ini yaitu terdapat hubungan positif antara variabel kerja, pelayanan, promosi dan bukti fisik perbankan.<sup>9</sup> Penelitian ini dapat disimpulkan bahwa perkembangan bisnis di kota Medan sangat berpengaruh terhadap masyarakat etnis China, untuk itu diperlukan adanya

---

<sup>9</sup> Harviz Akbar dan Haroni Doli H. Ritonga, “Persepsi Etnis China Terhadap Perbankan Syariah di Kota Medan”, *Jurnal Ekonomi dan Keuangan*, Vol. 1, No. 2, Januari 2013. hal. 53

promosi dan bukti fisik dari Bank Syariah sehingga akan menarik minat bagi mereka untuk melakukan transaksi.

*Kedua*, Fajar Hajar dan Hardivirzon pada tahun 2016 mengadakan penelitian yang berjudul “*Individual Experience* dan Persepsi Pedagang : Relasi Pengalaman Individual Dan Persepsi Terhadap Bank Syariah”. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui persepsi pedagang Pasar Atas Curup tentang *individual experience* dan kontribusinya terhadap bagi hasil syariah dan implikasi persepsi pedagang Atas Curup untuk menjatuhkan pilihan kepada lembaga keuangan syariah. Dalam jurnal ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan *Grounded theory*. Pendekatan *Grounded theory* merupakan metode penelitian kualitatif yang sistematis yang terdapat dalam ilmu-ilmu sosial, yang menekankan pada penemuan teori dari data dalam proses berlangsungnya suatu penelitian.<sup>10</sup> Hasil yang diperoleh dalam penelitian ini menunjukkan bahwa persepsi para pedagang Pasar Curup berdasarkan *individual experience* (pengalaman individu) cukup *positif* terhadap sistem bagi hasil yang telah ditetapkan oleh lembaga keuangan syariah. Data yang diperoleh dalam penelitian ini menunjukkan bahwa sistem bagi hasil menjadi alasan utama mayoritas para partisipan dalam menentukan pilihan kepada lembaga keuangan syariah.

*Ketiga*, Suparno pada tahun 2009 mengadakan penelitian yang berjudul “Persepsi Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Syariah Kuala

---

<sup>10</sup> Fajar Hajar dan Hardivirzon , “*Individual Experience* dan Persepsi Pedagang : Relasi Pengalaman Individual Dan Persepsi Terhadap Bank Syariah”. *Jurnal Al-Falah: Journal of Islamic Economics*, Vol. 1, No.1,2016. hal. 89.

Terhadap Perbankan Syariah Sebagai Lembaga Keuangan Syariah”. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui persepsi mahasiswa ekonomi terhadap perbankan syariah sebagai lembaga keuangan syariah. Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu kuantitatif. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu variabel produk, variabel karakteristik dan variabel prinsip. Hasil yang diperoleh dalam penelitian ini menunjukkan bahwa mahasiswa fakultas ekonomi Universitas Syiah Kuala positif dalam mempresepsikan perbankan syariah sebagai lembaga keuangan syariah.<sup>11</sup>

*Keempat*, Ary Permatadeny Nevita dan Zaina Arifin pada tahun 2015 mengadakan penelitian yang berjudul “Perilaku, Karakteristik, Persepsi Masyarakat Terhadap Bank Syariah Di Eks Karisidenan Kediri”. Tujuan dari penelitian ini untuk menguji pengaruh perilaku, karakteristik dan persepsi masyarakat terhadap Bank Syariah. Dalam penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dan menggunakan analisis deskriptif, dengan memiliki 3 variabel yaitu variabel perilaku, variabel karakteristik, dan variabel persepsi. Analisis deskriptif digunakan oleh peneliti untuk menjawab dari rumusan masalah poin pertama mengenai fenomena sosial dan ekonomi yang dapat digunakan sebagai dasar atau landasan berpijak untuk merumuskan suatu kebijakan yang berkaitan dengan upaya pengembangan perbankan syariah, khususnya di daerah penelitian. Hasil yang diperoleh yakni: 1) Perilaku, karakteristik dan persepsi masyarakat secara bersama-sama berpengaruh terhadap

---

<sup>11</sup> Supano, “Persepsi Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Syiah Kuala Terhadap Perbankan Syariah Sebagai Lembaga Keuangan Syariah”, *Jurnal Telaah & Riset Akuntansi*. Vol. 2, No.1, Januari 2009, hal 11.

perkembangan Bank Syariah di Karesidenan Kediri, 2) Perilaku masyarakat berlaku positif/didukung terhadap perkembangan Bank Syariah di Karesidenan Kadiri, 3) Karakteristik masyarakat berpengaruh positif/didukung terhadap perkembangan Bank Syariah, 4) Persepsi masyarakat tidak berpengaruh terhadap perkembangan Bank Syariah di Karesidenan Kediri.<sup>12</sup> Perbedaan penelitian ini yaitu objek penellitian dan tingkat persepsi masyarakat mengenai perkembangan bank syariah, sedangkan peneliti akan menganalisis tingkat pemahaman.

*Kelima*, Sakinah pada tahun 2011 mengadakan penelitian yang berjudul "Pemahaman Masyarakat tentang Produk dan Operasional Perbankan Syariah di Pamekasan". Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui pemahaman masyarakat tentang produk dan operasional perbankan syariah dan untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi mudahnya pemahaman masyarakat tentang produk dan operasional perbankan syariah. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif dengan menggunakan jenis penelitian deskriptif. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu variabel pemahaman, dan variabel produk dan operasional perbankan syariah. Dengan adanya penelitian ini mendapatkan hasil bahwa pemahaman masyarakat tentang produk dan operasional perbankan syariah di Pamekasan sangat rendah dan kontraproduktif dengan keyakinan masyarakat

---

<sup>12</sup> Ary Permatadeny Nevita dan Zainal Arifin, "Perilaku, Karakteristik, Persepsi Masyarakat Terhadap Bank Syariah Di Eks Karisidenan Kediri", *Jurnal Nusantara of Research*, Vol. 02, No. 02, Oktober 2015, ISSN. 2355-7294, hal. 155.

yakni muslim, seharusnya lebih dapat memahami langsung cara-cara bermuamalah secara Islami, salah satunya mengenai perbankan syariah.<sup>13</sup>

*Keenam*, Isfi Sholihah pada tahun 2015 mengadakan penelitian yang berjudul “*Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Persepsi Masyarakat Tentang Perbankan Syariah di Kecamatan Selong Kabupaten Lombok Timur*”. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh pendidikan, usia dan pelayanan terhadap persepsi masyarakat tentang perbankan syariah. Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini yaitu penelitian kuantitatif dengan pendekatan deskriptif. Penelitian ini menggunakan tiga variabel yakni variabel pendidikan, variabel usia, dan variabel pelayanan. Hasil yang diperoleh dalam penelitian ini yaitu berdasarkan uji F, menunjukkan bahwa pendidikan, usia, dan pelayanan secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap persepsi tentang perbankan syariah.<sup>14</sup> Dari ketiga variabel bebas, pelayanan merupakan variabel utama yang memberikan kontribusi paling besar dalam hubungannya dengan hasil persepsi masyarakat tentang perbankan syariah. Selain itu, pengujian secara parsial variabel pendidikan dan usia tidak berpengaruh signifikan terhadap persepsi masyarakat, sedangkan pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap persepsi masyarakat tentang perbankan syariah.

---

<sup>13</sup> Sakinah, ” Pemahaman Masyarakat tentang Produk dan Operasional Perbankan Syariah di Pamekasan”, *Jurnal Nuansa*, Vol.8, No.1, Januari-Juni 2011, hal 63.

<sup>14</sup> Isfi Sholihah, “ Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Persepsi Masyarakat Tentang Perbankan Syariah di Kecamatan Selong Kabupaten Lombok Timur”, *Jurnal Education*, Vol. 10, No. 1, Januari 2015, hal. 82.

*Ketujuh*, penelitian oleh Syaparuddin pada tahun 2011 dengan judul “*Studi Preferensi Masyarakat terhadap Lembaga Keuangan Syariah (BPR Syariah) di Kabupaten Meragin*”. Tujuan dari penelitian ini untuk menganalisa preferensi, peluang pengembangan dan kelayakan lembaga keuangan syariah, khususnya pembentukan BPR Syariah di Kabupaten Merangin. Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu kualitatif. Data yang diperoleh peneliti yaitu melalui survei lapangan warga dengan kriteria memiliki penghasilan sendiri, pengusaha kecil dan rumah tangga.<sup>15</sup> Hasil dari penelitian ini adalah preferensi masyarakat terhadap lembaga keuangan syariah (BPR Syariah) sangat tinggi.

*Kedelapan*, penelitian oleh Haryadi pada tahun 2007 dengan judul “*Persepsi Masyarakat Terhadap Perbankan Syariah*”. Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu kuantitatif, dengan menggunakan lima variabel yaitu variabel preferensi, variabel potensi, variabel (pengetahuan, pelayanan, manfaat keuangan dan lokasi), variabel Fatwa MUI, dan variabel trend dan estimasi proyeksi. Dari penelitian ini hasil yang diperoleh menunjukkan bahwa masih ada potensi yang luas untuk pengembangan bank syariah, karena masyarakat yang ikut sadar dengan mengetahui sistem pembagian keuntungan yang sesuai dengan prinsip syariah, dan menghindari bunga yang ada di bank konvensional. Tetapi, tingkat *confidence* masyarakat

---

<sup>15</sup> Saparuddin, “Studi Preferensi Masyarakat terhadap Lembaga Keuangan Syariah (BPR Syariah) di Kabupaten Meragin”, *Jurnal Innovatio*, Vol. 5, No. 2, Juli-Desember 2011, hal. 263.

terhadap bank syariah harus ditingkatkan karena mengingat masyarakat telah bertidak dalam pengambilan dalam suatu putusan.<sup>16</sup>

*Kesembilan*, Penelitian oleh Yulia pada tahun 2015, dengan judul “*Persepsi dan Perilaku Masyarakat Pontianak Timur Terhadap Perbankan Syariah*”. Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu kualitatif dengan menggunakan pendekatan deskriptif. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu tentang bagi hasil, jual beli dan sewa. Hasil yang diperoleh dalam penelitian ini yaitu dari 88,23% informan menyatakan bahwa keberadaan Fatwa MUI yang berkaitan dengan konsep bagi hasil pada perbankan syariah dibagi menjadi tiga kelompok yaitu kelompok masyarakat yang berpersepsi positif, kelompok masyarakat yang berpersepsi negatif, dan kelompok masyarakat yang ragu-ragu. Perilaku masyarakat Pontianak Timur terhadap Perbankan Syariah dikelompokkan menjadi dua kelompok yakni:<sup>17</sup> 1) 20,58% merupakan pengguna jasa perbankan syariah, dengan alasan bahwa kedekatan jarak antara tempat tinggal dan lembaga perbankan, ingin mengetahui perbankan syariah dan sesuai dengan prinsip syariah Islam. 2) 79, 42% merupakan bukan pengguna jasa perbankan syariah, dengan alasan gaji yang diterima melalui bank konvensional, sejak awal sudah menggunakan jasa bank konvensional, proses pencairan lama dan bank syariah dan bank konvensional sama saja.

---

<sup>16</sup> Haryadi, “ Persepsi Masyarakat Terhadap Perbankan Syariah”, *Jurnal Bisnis & Manajemen*, Vol.7, No. 22, tahun 2007, hal. 203.

<sup>17</sup> Yulia, “Persepsi dan Perilaku Masyarakat Pontianak Timur Terhadap Perbankan Syariah”, *Jurnal Al-Maslahah*, Vol. 5, tahun 2015, hal. 18.

*Kesepuluh*, penelitian dilakukan oleh Rina Ani Sapariyah pada tahun 2009, dengan judul “*Persepsi Nasabah dan Karyawan Perbankan Terhadap Perbankan Syariah Sebagai Lembaga Keuangan Syariah dalam Perspektif Islam (Survei di Beberapa Perbankan Syariah di Surakarta)*”. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif. Variabel yang digunakan yaitu variabel karakteristik bisnis, variabel akuntabilitas perbankan syariah dan variabel karakteristik dan tujuan. Hasil penelitian yang diperoleh dalam penelitian ini berdasarkan uji *Indepensent simple t-test* menunjukkan bahwa tidak terdapat perbedaan persepsi yang signifikan antara persepsi nasabah dan karyawan perbankan syariah terhadap karakteristik dan tujuan perbankan syariah sebagai lembaga keuangan syariaiah dalam perspektif Islam.<sup>18</sup>

---

<sup>18</sup> Rina Ani Sapariyah, “Persepsi Nasabah dan Karyawan Perbankan Terhadap Perbankan Syariah Sebagai Lembaga Keuangan Syariah dalam Perspektif Islam (Survei di Beberapa Perbankan di Surakarta)”, *Jurnal Probank*, Vol. 17, No7, tahun 2009.



Tabel 2.1 Tabel Tinjauan Pustaka

No	Penelitian Terdahulu	Metode Penelitian	Hasil Penelitian	Perbedaan
1.	Harviz Akbar dan Haroni Doli H. Ritonga, pada tahun 2013 mengadakan penelitian yang berjudul “Persepsi Etnis China Terhadap Perbankan Syariah di Kota Medan”.	Kuantitatif dengan pendekatan deskriptif	Hasil dari penelitian ini yaitu terdapat hubungan positif antara variabel kerja, pelayanan, promosi dan bukti fisik perbankan. Penelitian ini dapat disimpulkan bahwa perkembangan bisnis di kota Medan sangat berpengaruh terhadap masyarakat etnis China, untuk itu diperlukan adanya promosi dan bukti fisik dari Bank Syariah sehingga akan menarik minat bagi mereka untuk melakukan transaksi.	1) Objek Penelitian menggunakan pedagang pasar Suronegaran di Purworejo. 2) Mengukur tingkat pemahaman saja tidak minat masyarakat
2.	Fajar Hajar dan Hardivirzon mengadakan penelitian pada tahun 2016 yang berjudul “ <i>Individual Experience</i> dan Persepsi Pedagang : Relasi Pengalaman Individual Dan Persepsi Terhadap Bank Syariah”	Kuantitatif dengan menggunakan pendekatan <i>Grounded theory</i>	Hasil yang diperoleh dalam penelitian ini menunjukkan bahwa persepsi para pedagang Pasar Curup berdasarkan <i>individual experience</i> (pengalaman individu) cukup positif terhadap sistem bagi hasil yang telah ditetapkan oleh lembaga keuangan syariah. Data yang diperoleh dalam penelitian ini menunjukkan bahwa sistem bagi hasil menjadi alasan utama mayoritas para partisipan dalam menentukan pilihan kepada lembaga keuangan syariah.	1) Mengukur seputar pemahaman, pengetahuan masyarakat tidak kepada alasan pedagang untuk menentukan pilihan kepada lembaga keuangan syariah.
3.	Suparno, pada tahun 2009 mengadakan penelitian yang berjudul “ Persepsi Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Syiah Kuala Terhadap Perbankan Syariah Sebagai Lembaga Keuangan Syariah”.	Kuantitatif	Hasil yang diperoleh dalam penelitian ini menunjukkan bahwa mahasiswa fakultas ekonomi Universitas Syiah Kuala positif dalam mempresepsikan perbankan syariah sebagai lembaga keuangan syariah.	1) Objek penelitian yakni para pedagang pasar tidak mahasiswa
4.	Ary Permatadeny Nevita dan Zaina Arifin, pada tahun 2015 mengadakan penelitian yang berjudul	Kuantitatif deskriptif	1) Perilaku, karakteristik dan persepsi masyarakat secara bersama-sama berpengaruh terhadap perkembangan Bank Syariah di	1) Mengukur seputar pemahaman tidak

	“Perilaku, Karakteristik, Persepsi Masyarakat Terhadap Bank Syariah Di Eks Karesidenan Kediri”.		Karesidenan Kediri, 2) Perilaku masyarakat berlaku positif/didukung terhadap perkembangan Bank Syariah di Karesidenan Kadiri, 3) Karakteristik masyarakat berpengaruh positif / didukung terhadap perkembangan Bank Syariah, 4) Persepsi masyarakat tidak berpengaruh terhadap perkembangan Bank Syariah di Karesidenan Kediri.	perkembangan bank syariah.
5.	Sakinah, pada tahun 2011 mengadakan penelitian yang berjudul “ <i>Pemahaman Masyarakat tentang Produk dan Operasional Perbankan Syariah di Pamekasan</i> ”.	Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif dengan menggunakan jenis penelitian deskriptif.	Pemahaman masyarakat tentang produk dan operasional perbankan syariah di Pamekasan sangat rendah dan kontraproduktif dengan keyakinan masyarakat yakni muslim, seharusnya lebih dapat memahami langsung cara-cara bermuamalah secara Islami, salah satunya mengenai perbankan syariah.	1) Penelitian ini lebih terfokus kepada produk dan operasional perbankan syariah, sedangkan yang akan peneliti teliti mencakup pemahaman tentang lembaga keuangan secara umum tidak terfokus ke produk dan operasional.
6.	Isfi Sholihah pada tahun 2015 mengadakan penelitian yang berjudul “ <i>Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Persepsi Masyarakat Tentang Perbankan Syariah di Kecamatan Selong Kabupaten Lombok Timur</i> ”.	Kuantitatif deskriptif	Berdasarkan uji F, menunjukkan bahwa pendidikan, usia, dan pelayanan secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap persepsi tentang perbankan syariah. Dari ketiga variabel bebas, pelayanan merupakan variabel utama yang memberikan kontribusi paling besar dalam hubungannya dengan hasil persepsi masyarakat tentang perbankan syariah. Selain itu, pengujian secara parsial, variabel pendidikan dan usia tidak berpengaruh signifikan terhadap persepsi masyarakat, sedangkan pelayanan berpengaruh positif dan	1. Objek penelitian dan variabel penelitian.

			signifikan terhadap persepsi masyarakat tentang perbankan syariah.	
7.	Syaparuddin pada tahun 2011 dengan judul " <i>Studi Preferensi Masyarakat terhadap Lembaga Keuangan Syariah (BPR Syariah) di Kabupaten Merangin</i> ".	Kualitatif	Hasil dari penelitian ini adalah preferensi masyarakat terhadap lembaga keuangan syariah (BPR Syariah) sangat tinggi.	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Objek penelitian</li> <li>2. Studi kasus lembaga keuangan syariah yang diteliti dalam penelitian ini yaitu BPRS.</li> </ol>
8.	Haryadi pada tahun 2007 dengan judul " <i>Persepsi Masyarakat Terhadap Perbankan Syariah</i> ".	Kuantitatif	Hasil yang diperoleh menunjukkan bahwa masih ada potensi yang luas untuk pengembangan bank syariah, karena masyarakat yang ikut sadar dengan mengetahui sistem pembagian keuntungan yang sesuai dengan prinsip syariah, dan menghindari bunga yang ada di bank konvensional. Tetapi, tingkat <i>confidence</i> masyarakat terhadap bank syariah harus ditingkatkan karena mengingat masyarakat telah bertidak dalam pengambilan dalam suatu putusan.	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Objek Penelitian</li> <li>2. Penelitian ini meneliti lebih ke potensi pengembangan bank syariah.</li> </ol>
9.	Yulia pada tahun 2015, dengan judul " <i>Persepsi dan Perilaku Masyarakat Pontianak Timur Terhadap Perbankan Syariah</i> ".	Kualitatif deskriptif	Dari 88,23% informan menyatakan bahwa keberadaan Fatwa MUI yang berkaitan dengan konsep bagi hasil pada perbankan syariah dibagi menjadi tiga kelompok yaitu kelompok masyarakat yang berpersepsi positif, kelompok masyarakat yang berpersepsi negatif, dan kelompok masyarakat yang ragu-ragu. Perilaku masyarakat Pontianak Timur terhadap Perbankan Syariah dikelompokkan menjadi dua kelompok yakni: 1) 20,58% merupakan pengguna jasa perbankan syariah, dengan alasan bahwa kedekatan jarak antara tempat tinggal dan lembaga perbankan, ingin mengetahui perbankan syariah dan sesuai dengan prinsip syariah Islam, 2) 79,42% merupakan bukan	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Objek Penelitian</li> <li>2. Penelitian ini lebih meneliti tentang bagi hasil sedangkan yang akan peneliti teliti lebih ke pemahaman secara umum saja.</li> </ol>

			pengguna jasa perbankan syariah, dengan alasan gaji yang diterima melalui bank konvensional, sejak awal sudah menggunakan jasa bank konvensional, proses pencairan lama dan bank syariah dan bank konvensional sama saja.	
10.	<i>“Persepsi Nasabah dan Karyawan Perbankan Terhadap Perbankan Syariah Sebagai Lembaga Keuangan Syariah dalam Perspektif Islam (Survai di Beberapa Perbankan Syariah di Surakarta)”</i> .	Kuantitatif	Berdasarkan uji <i>Independesent simple t-test</i> menunjukkan bahwa tidak terdapat perbedaan persepsi yang signifikan antara persepsi nasabah dan karyawan perbankan syariah terhadap karakteristik dan tujuan perbankan syariah sebagai lembaga keuangan syariah dalam perspektif Islam.	1. Objek penelitian dan penelitian ini lebih meneliti tentang perbankan syariah

## B. Kerangka Teoritik

### 1. Lembaga Keuangan Syariah

#### a. Pengertian Lembaga Keuangan Syariah

Lembaga Keuangan Syariah merupakan suatu lembaga keuangan yang menggunakan prinsip-prinsip syariah dalam operasionalnya serta harus terhindar dari unsur *riba*, *gharar*, *maisir*, dan akad yang *bathil*. Tujuan didirikannya lembaga keuangan syariah yakni mempromosikan dan mengembangkan prinsip-prinsip Islam, syariah, dan tradisinya ke dalam transaksi keuangan dan perbankan serta bisnis yang terkait. Adapun yang dimaksud dengan prinsip syariah yakni prinsip hukum Islam dalam kegiatan perbankan dan keuangan berdasarkan fatwa yang dikeluarkan oleh lembaga yang

memiliki kewenangan dalam penetapan fatwa dibidang syariah.<sup>19</sup> Prinsip-prinsip syariah yang digunakan oleh lembaga keuangan syariah dilandasi oleh nilai-nilai keadilan, kemanfaatan, keseimbangan dan keuniversalan (*rahmatan lil'alam*). Selain nilai-nilai keadilan, lembaga keuangan syariah memiliki prinsip utama yang dianut untuk menjalankan usahanya, yakni

- 1) Bebas “*maghrib*”, meliputi *maysir* (spekulasi), *gharar*, haram, *riba*, dan *batil*,
- 2) Menjalankan bisnis dan aktivitas perdagangan yang berbasis perolehan keuntungan yang sah menurut syariah,
- 3) Menyalurkan zakat, infaq, dan sedekah.

Lembaga keuangan syariah sekarang ini telah menjadi instrumen yang sangat penting bagi sistem perekonomian di dunia. Pada era modern ini, perekonomian di suatu negara memiliki ciri khas yakni menggunakan sistem bunga yang mengandung *riba*. Bunga telah mejadi daya tarik tersendiri bagi masyarakat khususnya dalam bidang bisnis. Dalam ajaran Islam, *riba* dalam bunga hukumnya haram, sebagaimana telah di jelaskan dalam Al-Qur'an dan hadis.<sup>20</sup> *Riba* tentunya memiliki berbagai dampak baik terhadap ekonomi maupun sosial masyarakat. Dampak *riba* dari bidang ekonomi, yakni terjadinya inflasi dan ketergantungan ekonomi. Sedangkan dampak bagi sosial

---

<sup>19</sup> Andi Soemitra, *Bank & Lembaga Keuangan Syariah*, Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2009, hal 36.

<sup>20</sup> Ismail, *Perbankan Syariah*, Jakarta: Kencana, 2011, hal. 11.

masyarakat berupa adanya ketidakadilan dan ketidakpastian. Dengan adanya ketidakadilan dan ketidakpastian membuat masyarakat terbebani bahkan dapat merugikan masyarakat. Adanya dampak-dampak tersebut, Islam mendorong pertumbuhan ekonomi yang disebabkan oleh pertumbuhan usaha riil. Dengan adanya pertumbuhan usaha riil, nantinya akan memberikan dampak yang positif dalam pembagian hasil yang diterima oleh beberapa pihak yang melakukan usaha. Pembagian dalam bagi hasil usaha dapat diterapkan dengan model bagi hasil. Bagi hasil yang diterima karena hasil usaha, akan memberikan keuntungan bagi pemilik modal yang menempatkan dananya dalam kerja sama usaha.

Selain itu, bunga bank memberikan keuntungan kepada investor (pemilik dana). Akan tetapi, keuntungan yang diperoleh investor atas bunga tentunya berbeda dengan keuntungan yang diperoleh dari sistem bagi hasil. Keuntungan yang diperoleh karena sistem bunga memiliki sifat yang tetap tanpa memperhatikan hasil usaha pihak yang telah dibiayai, sebaliknya keuntungan yang diperoleh dari sistem bagi hasil akan berubah mengikuti hasil usaha dari pihak yang mendapatkan dana.<sup>21</sup> Dengan menggunakan sistem bagi hasil, kedua belah pihak antara investor dengan pihak penerima dana akan

---

<sup>21</sup> Ibid., hal. 23.

menikmati keuntungan dengan memberikan pembagian yang adil.

Untuk lebih jelasnya, berikut ini perbedaan bunga dan bagi hasil.<sup>22</sup>

**Tabel 2.2**  
**Perbedaan Sistem Bunga Dan Bagi Hasil**

<b>BUNGA</b>	<b>BAGI HASIL</b>
Besarnya bunga yang telah ditetapkan saat perjanjian dan mengikat kedua belah pihak yang telah melakukan perjanjian dengan asumsi bahwa pihak penerima pinjaman akan selalu mendapatkan keuntungan.	Bagi hasil ditetapkan dengan rasio nisbah yang disepakati antara pihak yang melakukan akad dengan pedoman adanya kemungkinan keuntungan atau kerugian.
Besarnya bunga yang diterima berdasarkan perhitungan persentase bunga dikalikan dengan jumlah dana yang dipinjamkan.	Besarnya bagi hasil dihitung berdasarkan nisbah yang ditentukan dikalikan dengan jumlah pendapatan dan keuntungan yang diperoleh.
Jumlah bunga yang diterima tetap, meskipun usaha peminjam mengikat atau menurun.	Besarnya pendapatan dan keuntungan mempengaruhi jumlah bagi hasil yang akan didapatkan. Bagi hasil bersifat fluktuatif.
Sisitem bunga tidak adil, karena tidak terkait dengan usaha peminjaman.	Sistem bagi hasil bersifat adil, karena perhitungannya berdasarkan hasil usaha yang dijalankan.
Sistem bunga diragukan oleh semua agama.	Sistem bagi hasil tidak diragukan oleh semua agama.

## **b. Struktur Lembaga Keuangan Syariah di Indonesia**

### **1) Lembaga Keuangan Bank**

Secara operasional lembaga keuangan bank dibina dan diawasi oleh Bank Indonesia sebagai bank sentral di Indonesia.

Sedangkan untuk pengawasan dan pembinaan dari segi pemenuhan

---

<sup>22</sup> Ibid., hal. 24.

prinsip-prinsip syariah dilakukan oleh Dewan Syariah Nasional MUI. Lembaga keuangan bank terdiri atas:

**a) Bank Umum Syariah**

Bank umum syariah yakni bank yang memiliki tugas melayani seluruh jasa-jasa perbankan serta melayani seluruh masyarakat, baik masyarakat perorangan ataupun lembaga-lembaga yang lainnya. Selain itu bank umum dapat disebut juga dengan bank komersil. Bank umum dikelompokkan menjadi dua bagian yakni bank umum devisa dan bank umum non devisa. Bank umum devisa ini memiliki produk yang lebih luas, diantaranya dapat melaksanakan jasa yang berhubungan dengan seluruh mata uang asing atau jasa bank ke luar negeri. Sedangkan bank non devisa memiliki ruang lingkup terbatas dalam menjalankan operasionalnya seperti di dalam negeri saja. Bank umum memiliki fungsi sebagai pencipta uang giral dan uang kuasi, dengan fungsi mempertemukan antara penanam modal dengan penabung, dan menyelenggarakan lalu lintas pembayaran yang efisien. Semenjak dikeluarkannya UU No. 7 Tahun 1992, kemudian diubah menjadi UU No. 10 Tahun 1998 yakni bank umum terdiri dari bank konvensional dan bank syariah. Dengan adanya perbankan syariah, kemudian DPR mengadakan sidang paripurna pada tanggal 17 Juni 2008, maka disahkan UU No. 21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah



yang akan menjadi payung hukum perbankan nasional dimana Bank Syariah terdiri dari Bank Umum Syariah dan Usaha Unit Syariah.

**b) Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS)**

Menurut UU No. 7 Tahun 1992, BPRS adalah bank yang melaksanakan kegiatan usaha yang berdasarkan dengan prinsip syariah, sehingga dalam pelaksanaan kegiatannya tidak memberikan jasa dalam lalu lintas pembayaran.<sup>23</sup> BPRS memiliki fungsi sebagai pelaksana sebagian dari bank umum, akan tetapi secara regional Bank Pembiayaan Rakyat Syariah berlandaskan pada prinsip-prinsip syariah. Dalam sistem konvensional lebih dikenal dengan Bank Pengkreditan Rakyat. Bank Pembiayaan Rakyat Syariah merupakan bank khusus yang melayani masyarakat kecil di pedesaan dan kecamatan. Jenis produk yang ditawarkan oleh Bank Pembiayaan Rakyat Syariah lebih sempit dibandingkan dengan bank umum, bahkan terdapat beberapa jenis jasa yang tidak boleh dijalankan oleh Bank Pembiayaan Rakyat Syariah, diantaranya pembukaan rekening giro dan ikut kliring.

Adapun tujuan yang dikehadaki dengan berdirinya BPRS, antara lain:

---

<sup>23</sup> Ismail, *Perbankan Syariah*, Jakarta: Kencana, 2011, hal. 38.

- (a) Meningkatkan kesejahteraan ekonomi umat Islam, terutama masyarakat golongan lemah yang pada umumnya berada di daerah pedesaan.
- (b) Menambah lapangan pekerjaan terutama di tingkat Kecamatan, sehingga dapat mengurangi arus urbanisasi.
- (c) Membina semangat uhkuwah Islamiyah melalui kegiatan ekonomi dalam rangka meningkatkan pendapatan per kapita menuju kualitas hidup yang memadai.

Mendirikan BPRS memiliki banyak keuntungan seperti kedekatan geografis dan psikologis dengan para nasabah.<sup>24</sup> Selain itu, BPRS memiliki operasional yang spesifik yaitu dengan fokus pelayanan kepada Usaha Kecil Menengah (UKM). BPRS juga bisa menempatkan dana di perbankan lain, deposito berjangka, atau sertifikat deposito. Hanya saja, BPRS tidak boleh menerima simpanan dalam bentuk giro, usaha valuta asing penyertaan modal, ataupun perusahaan asuransi.

## **2) Lembaga Keuangan Non bank**

Lembaga keuangan nonbank merupakan lembaga keuangan yang memiliki lebih banyak jenis dari lembaga keuangan bank. Pada setiap lembaga keuangan non bank memiliki ciri-ciri usahanya sendiri. Secara operasional lembaga keuangan non bank diawasi oleh Bapepam LK. Sedangkan pengawasan serta

---

<sup>24</sup> Dede Nurdiansyah, Persepsi Nasabah Terhadap Produk Pembiayaan Murabahah BPRS AL-Salam, *Jurnal Al-Iqtisad*, Vol. 1, No. 1, Januari 2009, hal. 4.

pembinaan dari segi pemenuhan prinsip-prinsip syariah dilakukan oleh Dewan Syariah Nasional lembaga keuangan non bank.

**a) BMT (*Baitul Mal Wat Tamwil*)**

*Baitul Maal Wat Tamwil* (BMT) berasal dari dua istilah, yakni *baitu maal* yang lebih mengarah ke pada usaha-usaha penyaluran dan pengumpulan dana yang bersifat non profit, seperti *zakat*, *infaq* dan *shodaqoh*. Sedangkan istilah yang kedua yakni *baitut tamwil* yang merupakan usaha penyaluran dan pengumpulan dana bersifat komersial.<sup>25</sup> Secara konseptual, BMT memiliki dua fungsi yaitu *Baitut Tamwil* (*Bait* = Rumah, *al Tamwil* = pengembangan harta) yang berarti kegiatan yang dilakukan untuk mengembangkan usaha-usaha produktif dan investasi dalam meningkatkan kualitas pengusaha mikro, terutama dengan mendorong kegiatan menabung dan menunjang pembiayaan dalam kegiatan ekonominya.<sup>26</sup> BMT sebagai lembaga keuangan bertugas untuk mengumpulkan dan menghimpun dana dari masyarakat kemudian dana tersebut disalurkan kepada masyarakat yang diberikan pinjaman oleh BMT. Sedangkan sebagai lembaga ekonomi, BMT berhak

---

<sup>25</sup> Andi Soemitra, *Bank & Lembaga Keuangan Syariah*, Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2009, hal 107.

<sup>26</sup> Yulia Hamdaini Putri dan Ahad Syathiti, Pengaruh Persepsi dan Minat Terhadap Keberadaan Baitul Maal Wattamwil (BMT) di Kota Palembang, *Jurnal Manajemen & Bisnis Sriwijaya*, Vol. 14, No.3. September 2016, hal 396.

melakukan kegiatan ekonomi, seperti mengelola kegiatan perdagangan dan perindustrian.

Setelah Bank Muamalat Indonesia (BMI) berdiri muncullah peluang untuk mendirikan bagi bank-bank yang menggunakan prinsip syariah. Peluang tersebut muncul karena operasionalisasi Bank Umum Syariah kurang menjangkau usaha masyarakat kecil dan menengah, khususnya di pedesaan, maka muncul usaha untuk mendirikan bank dan lembaga keuangan mikro seperti BPR syariah dan BMT dengan tujuan untuk mengatasi hambatan-hambatan operasionalisasi di suatu daerah.<sup>27</sup>

Di samping itu, sebagian masyarakat yang belum mengetahui keberadaan BMT atau lembaga keuangan syariah lainnya harus menghadapi rentenir atau lintah darat. Maraknya rentenir di tengah-tengah masyarakat mengakibatkan masyarakat terjerumus pada masalah perekonomian yang tidak menentu. Dengan adanya rentenir, sangat berpengaruh terhadap perekonomian masyarakat pada umumnya karena tidak adanya unsur-unsur yang cukup akomodatif dalam menyelesaikan permasalahan yang dihadapi oleh masyarakat. Oleh sebab itu BMT diharapkan dapat berperan lebih aktif dalam memperbaiki kondisi tersebut. Dengan adanya keadaan

---

<sup>27</sup> Ibid., hal. 108.

tersebut keberadaan BMT setidaknya memiliki beberapa peran antara lain:

- a) Menjauhkan masyarakat dari praktek perekonomian non syariah,
- b) Melakukan pembinaan dan pendaan usaha kecil,
- c) Melepaskan ketergantungan pada rentenir, dan
- d) Menjaga keadilan ekonomi masyarakat dengan distribusi yang merata.

Dalam operasionalnya BMT, menggunakan beberapa prinsip yakni prinsip bagi hasil, sitem jual beli, sistem nonprofit, akad bersyarikat dan produk pembiayaan. Untuk meningkatkan peran BMT di kalangan perekonomian masyarakat, maka BMT terbuka untuk menciptakan produk baru. Tetapi produk tersebut harus memenuhi syarat yakni sesuai dengan syariat dan telah disetujui oleh Dewan Syariah, dapat ditangani oleh sistem operasi BMT bersangkutan, dan membawa kemaslahatan bagi masyarakat.

## **2. Pasar**

Pasar merupakan tempat dimana pembeli dan penjual saling bertemu dan berfungsi, barang atau jasa tersedia untuk dijual, dan terjadi pemindahan hak milik.<sup>28</sup> Selain itu pasar juga dapat diartikan sebagai jumlah seluruh permintaan barang atau jasa oleh pembeli-pembeli (sering

---

<sup>28</sup> Basu Swastha, *Azaz-azaz Marketing*, Yogyakarta: Liberty, 1984, hal.50.

dikaitkan dengan istilah *demand*/permintaan). Menurut Willian J. Santoso pasar diartikan sebagai orang-orang yang memiliki keinginan untuk puas, untuk berbelanja dan kemauan untuk membelanjakannya.<sup>29</sup> Terdapat tiga faktor yang perlu di perhatikan dalam permintaan pasar untuk beberapa barang dan jasa, yakni:

- a. Orang dengan segala keinginannya
- b. Daya beli
- c. Tingkah laku dalam pembelian

Pada saat orang memproduksi sebuah barang (barang-barang ekonomi), mengembangkan jasa baru, dan memiliki pendapat baru untuk mengatasi permasalahan sosial, kemudian mereka mulai mencari orang yang bersedia untuk menggunakan kreasi mereka. Sebaliknya, jika seseorang memiliki keinginan untuk memusakan diri sendiri, maka ia akan berusaha mencari orang lain yang bersedia memuaskannya. Jadi, ia memiliki potensi untuk menggunakan hasil dari usaha orang lain.

Pasar merupakan tempat dimana penjual dan pembeli melakukan interaksi. Dengan adanya interaksi tersebut, maka pasar dibedakan menjadi dua yakni pasar komoditas dan pasar faktor. Pasar komoditas yaitu interaksi antara penjual dan pembeli dari suatu komoditas dalam menentukan jumlah dan harga barang atau jasa yang diperjual belikan. Pasar faktor yaitu interaksi antara para pengusaha (pembeli faktor-faktor produksi) dengan para pemilik faktor produksi untuk menentukan harga

---

<sup>29</sup> Ibid., hal.51.

(pendapatan) dan jumlah faktor-faktor produksi yang akan digunakan dalam menghasilkan barang-barang dan jasa yang diminta oleh masyarakat, sedangkan industri merupakan kumpulan dari perusahaan-perusahaan yang menghasilkan komoditas yang sama atau sangat bersamaan yang terdapat pada suatu pasar.<sup>30</sup> Pasar terbentuk berdasarkan beberapa syarat yakni:

- a. Terdapat penjual dan pembeli
- b. Adanya barang atau jasa yang diperjualbelikan
- c. Terjadinya kesepakatan antara penjual dan pembeli atau tawar menawar antara pembeli dan penjual.

Selain itu, berdasarkan jenis transaksinya di bagi menjadi dua yakni pasar tradisional dan pasar modern. *Pertama*, Pasar tradisional yakni tempat terjadinya kegiatan jual dan beli yang dibangun dan dikelola oleh Pemerintah, Pemerintah Daerah, Swasta, Badan Usaha Milik Negara dan Badan Usaha Milik Daerah termasuk kerjasama dengan swasta dengan memiliki tempat usaha berupa toko, kios, los dan tenda yang dimiliki/dikelola oleh pedagang kecil, menengah, swadaya masyarakat atau koperasi dengan usaha skala kecil, modal kecil dan dengan proses jual beli barang dagangan melalui tawar menawar.<sup>31</sup> Pasar tradisional memiliki

---

<sup>30</sup> Sugiarto, dkk, 2000, *Ekonomi Mikro "Suatu Pendekatan Praktis Edisi Kedua,"* dalam Hendra Widi Utomo, 2011, *Analisis Dampak Revitalisasi dan Arelokasi Pedagang Kaki Lima Di Kawasan Banjarsari ke Pasar Klitikan Notoharjo Surakarta*, Universitas Sebelas Maret Surakarta, hal. 29.

<sup>31</sup><http://www.kemendag.go.id/id/news/2008/01/02/peraturan-presiden-republik-indonesia-nomor-112-tahun-2007> di akses tanggal 8 November 2017.

empat fungsi ekonomi diantaranya sebagai tempat untuk bertransaksi dari berbagai lapisan masyarakat guna memperoleh barang-barang untuk kebutuhan sehari-hari dengan harga cukup terjangkau, tempat untuk melakukan interaksi sosial dan diskusi formal tentang permasalahan yang dihadapi, merupakan salah satu sumber Pendapatan Asli Daerah (PAD) melalui retribusi yang ditarik dari para pedagang, dan akumulasi aktivitas jual beli di pasar tradisional menjadi faktor penting bagi pertumbuhan ekonomi skala lokal, regional ataupun nasional.<sup>32</sup> *Kedua*, Pasar Modern yaitu pasar yang bersifat modern dimana barang-barang yang di perjual belikan memiliki harga pas serta mempunyai layanan tersendiri.<sup>33</sup> Tempat berlagsungnya pasar modern ini adalah di mall, swalayan, plaza dan tempat-tempat modern lainnya.

### **3. Pemahaman**

Pemahaman dapat didefinisikan sebagai proses berfikir dan belajar. Mengapa dikatakan demikian, sebab untuk menuju ke arah pemahaman perlu diikuti dengan belajar serta berfikir. Sedangkan menurut Anas Sudijo, pemahaman adalah kemampuan seseorang untuk mengerti atau memahami sesuatu setelah sesuatu itu diketahui dan diingat. Dengan kata lain, memahami yakni mengetahui tentang sesuatu dan dapat melihatnya

---

<sup>32</sup> Putu Agus Ardiana, "Persepsi Pedagang Pasar Agung Denpasar tentang Program Pemberdayaan Manajemen Pasar Percontohan", *Buletin Studi Ekonomi*, Volume 17, No. 2, Agustus 2012, hal. 202.

<sup>33</sup> Dewi Fatmasari, "Analisis Eksistensi Pasar Tradisional Ditengah Hegemoni Pasar Modern (Studi Kasus Pada Pasar Karangmulya Kabupaten Kuningan)" *Al Amwal*, Vol 5, No. 2 tahun 2013, hal 3.



dari berbagai segi. Pemahaman merupakan jenjang kemampuan berfikir yang setingkat lebih tinggi dari ingatan dan hafalan. Orang yang memahami akan mampu untuk mempertahankan, membedakan, menerangkan, menafsirkan, menentukan, memperluas, menyimpulkan, menganalisis, serta memberikan contoh terhadap apa yang telah ia pahami. Jadi, dapat disimpulkan bahwa seseorang dikatakan memahami sesuatu apabila ia dapat memberikan uraian atau penjelasan secara terperinci mengenai suatu hal yang ia pelajari dengan menggunakan bahasanya sendiri.

a. Variasi Pemahaman

Proses pemahaman konsumen dapat dibedakan dalam empat hal yang penting, yakni:<sup>34</sup>

- 1) Pemahaman dapat terjadi secara otomatis atau terkontrol (Pemrosesan otomatis).

Proses pemahaman secara sederhana cenderung lebih otomatis. Pengenalan secara langsung suatu produk yang telah akrab sebagai suatu proses pemahaman sederhana dalam hal eksposur<sup>35</sup> pada rangsangan yang telah akrab secara otomatis akan menimbulkan arti yang relevan dari ingatan, mungkin saja namanya atau pengetahuan lain. Oleh karena itu, orang tersebut “mengenal”

---

<sup>34</sup>J. Paul Petter, Jerry C. Olson, *Consumer Behavior Perilaku Konsumen Dan Strategi Pemasaran*, Jakarta: Erlangga, 1999, hal. 114-115.

<sup>35</sup>Eksposur adalah objek yang rentan terhadap resiko dan berdampak pada kinerja perusahaan apabila resiko yang diprediksi benar-benar terjadi.

rangsangan yang datang. Sebaliknya, bila rangsangan kurang dikenali biasanya membutuhkan pikiran yang lebih jernih dan adanya kontrol. Sebab, konsumen tidak memiliki struktur pengetahuan yang telah berkembang dengan baik untuk suatu objek atau kejadian yang kurang akrab, mereka pun harus lebih jernih dalam membentuk arti informasi tersebut. Eksposur pada rangsangan yang terjadi benar-benar tidak dikenali cenderung memacu struktur pengetahuan yang paling maksimal, hanya relevan sebagian saja. Dalam hal tersebut, pemahaman cenderung menjadi sangat dikontrol dan disadari serta dibutuhkan kapasitas kognitif yang besar interpretasi cenderung sulit dan tidak pasti.

- 2) Dapat menghasilkan arti yang lebih nyata atau abstrak (Tingkat/Level).

Tingkat pemahaman akan timbul ketika konsumen mengartikan khusus suatu produk dan informasi pemasaran dalam lingkungannya. Terdapat beragam pemahaman yakni dari pemahaman dangkal hingga dalam. Pemahaman dangkal berarti pemahaman ini pada tingkat yang nyata dan berbentuk. Sedangkan pemahaman yang dalam berarti pemahaman ini lebih abstrak, sehingga mewakili konsep yang kurang nyata, lebih subjektif dan lebih simbolis. Dari sudut pandang arti-akhir proses pemahaman yang lebih dalam memiliki arti yang terkait dengan produk yang

lebih relevan secara pribadi, sedangkan proses pemahaman yang dangkal cenderung memiliki arti mengenai ciri yang nyata.

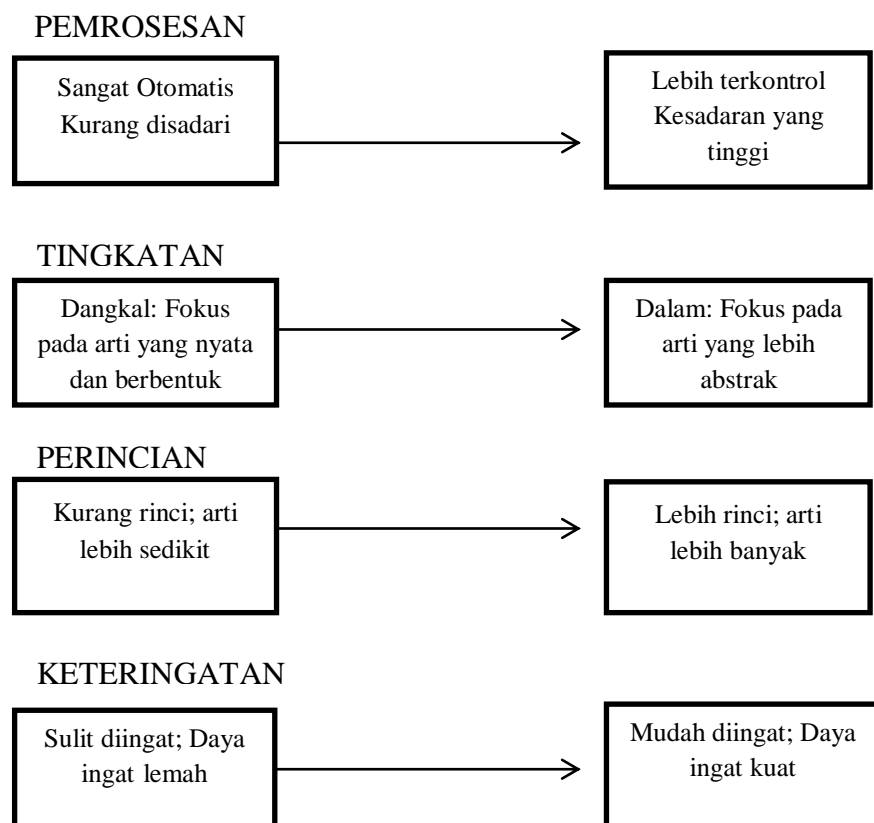
3) Dapat menghasilkan sedikit atau banyak arti (Perincian).

Selama proses pemahaman, tingkat perincian menentukan jumlah pengetahuan atau arti yang dihasilkan, disamping tingkat kerumitan hubungan antar arti tersebut. Pemahaman dengan perincian di bagi atas dua kategori, yakni *pertama*, pemahaman dengan sedikit rincian (sederhana) yang memiliki arti pemahaman yang relatif sedikit dan membutuhkan sedikit upaya kognitif, kontrol, dan kapasitas kognitif. *Kedua*, Pemahaman terinci merupakan pemahaman yang membutuhkan kapasitas kognitif lebih besar, upaya, dan kontrol dalam proses berfikir. Pemahaman ini akan menghasilkan jumlah arti yang lebih banyak dan cenderung dikelompokkan sebagai struktur pengetahuan yang lebih rumit (skema atau tulisan).

4) Dapat menciptakan ingatan yang lebih lemah atau lebih kuat (Keteringatan/ *Memoribility*).

Tingkat dan perincian dalam suatu pemahaman akan mempengaruhi kemampuan seorang konsumen dalam mengingat arti yang dibuat ketika terjadinya pemahaman. Proses pemahaman yang lebih dalam meningkatkan lebih banyak proses, makin banyak arti berelevansi pribadi yang cenderung diingat dengan lebih baik (tingkat ingatan dan pengenalan yang lebih tinggi)

daripada arti yang lebih nyata yang dihasilkan proses pemahaman yang dangkal. Ingatan diperkuat dengan adanya proses suatu arti dapat menyebar pada arti yang berhubungan dan membawanya pada suatu kesadaran. Berikut ini adalah gambar skema variasi pemahaman<sup>36</sup>:



**Gambar 2.1 Skema Variansi Pemahaman**

b. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Pemahaman

1) Pengetahuan dalam Ingatan

Kemampuan untuk memahami informasi pemasaran sebagian besar dipengaruhi oleh pengetahuan yang ada dalam

<sup>36</sup> J. Paul Petter, Jerry C. Olson, *Consumer Behavior Perilaku Konsumen Dan Strategi Pemasaran*, Jakarta: Erlangga, 1999, hal.115.

ingatan konsumen. Untuk menentukan tingkatan pemahaman yang akan terjadi serta arti yang dipahami akan muncul, maka diperlukan pengetahuan, arti, dan kepercayaan yang digunakan pada suatu institusi pemahaman. Apabila dikaitkan dengan tingkat pemahaman mengenai lembaga keuangan syariah, misalnya seberapa besar tingkat pengetahuan masyarakat dan ingatan masyarakat yang diketahui tentang lembaga keuangan syariah. Jika pengetahuan dan ingatan masyarakat cukup baik tentang lembaga keuangan syariah, maka masyarakat mengerti apa lembaga keuangan syariah itu.

## 2) Keterlibatan

Keterlibatan konsumen pada saat eksposur terjadi, karena memiliki pengaruh besar terhadap motivasi untuk memahami informasi pemasaran. Keterlibatan dialami ketika susunan pengetahuan yang relevan pada pribadi konsumen, antusias dan memotivasi konsumen untuk membuat informasi dalam kesadaran yang lebih tinggi, lebih intensif dan terkontrol. Konsumen yang merasakan keterlibatan yang tinggi cenderung memiliki antusias yang lebih dan memiliki proses atas suatu informasi pemasaran, serta menciptakan struktur pengetahuan yang lebih rinci. Sebaliknya, bila konsumen memiliki keterlibatan yang rendah ketika diekspos pada suatu informasi pemasaran, maka cenderung melihat informasi tersebut tidak menarik dan relevan.

### 3) Lingkungan Eksposur

Terjadinya eksposur dalam suatu aspek lingkungan tertentu dapat mempengaruhi kesempatan memahami informasi pemasaran seorang konsumen.

Pemahaman yang akan peneliti teliti disini mencakup tiga variabel tentang pemahaman terhadap pedagang pasar di kota Purworejo, yakni:

#### a. Pengetahuan

Pengetahuan merupakan semua informasi yang didapat dari ingatan.<sup>37</sup> Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, pengetahuan yakni segala sesuatu yang di ketahui berkenaan dengan hal. Pengetahuan dapat diketahui oleh seseorang melalui pengenalan sumber informasi, ide yang diperoleh sebelumnya baik secara formal maupun informal.

#### 1) Jenis-jenis pengetahuan

Berdasarkan para ahli pengetahuan dibagi ke dalam beberapa jenis, antara lain<sup>38</sup>:

##### a) Pengetahuan deklaratif (*Declarative Knowledge*)

Pengetahuan deklaratif merupakan fakta subjektif yang diketahui oleh seseorang. Subjektif disini diartikan sebagai pengetahuan seseorang yang mungkin atau tidak mungkin

---

<sup>37</sup> Jamaes F Engel; Roger D. Blackwell; Paul W. Miniard, 1994, *Perilaku Konsumen.edisi Keenam jilid 1*, Jakarta: Binarupa Aksara. hal.316.

<sup>38</sup> Achmad Alhamuhram Gaffar, 2014. *Pengaruh Pengetahuan Terhadap Nasabah Dalam Memilih Bank Syariah (Studi kasus Nasabah Bank Muamalat Cabang Makasar)*. Skripsi Ekonomi dan Bisnis Universitas Hasanuddin Makasar. hal 19.

harus selalu sesuai dengan realitas yang sebenarnya terjadi.

Pengetahuan deklaratif dibagi menjadi dua kategori, yakni:

(1) Pengetahuan *Episodic (Episodic Knowledge)*

Pengetahuan *episodic* merupakan pengetahuan yang dibatasi dengan lintasan waktu. Pengetahuan ini digunakan untuk menjawab pertanyaan seputar waktu penggunaan suatu produk.

(2) Pengetahuan *Semantic (Semantic Knowledge)*

Pengetahuan semantik berisikan pengetahuan yang digeneralisasikan yang dapat memberikan arti bagi dunia seseorang.

b) Pengetahuan prosedur (*Procedural Knowledge*)

Pengetahuan prosedur yakni pengetahuan mengenai bagaimana fakta-fakta tersebut digunakan. Menurut Mowen dan Minor, pengetahuan konsumen dibagi menjadi tiga kategori, yakni<sup>39</sup>:

(1) Pengetahuan Objektif (*Objektive Knowledge*)

Pengetahuan objektif yaitu informasi yang benar terkait kelas produk yang disimpan di dalam memori jangka panjang konsumen.

---

<sup>39</sup> Mowen, John C; Micghael Minor. 2008. *Costumer Behavior*6ed. New Jersey: Prentice-Hal, Inc. hal 106

(2) Pengetahuan Subjektif (*Subjektive knowledge*)

Pengetahuan subjektif yaitu persepsi konsumen terkait apa dan berapa banyak yang dia telah ketahui mengenai kelas produk.

(3) Informasi mengenai pengetahuan lainnya

Konsumen mungkin juga memperoleh informasi terkait pengetahuan berbagai hal lainnya.

Selain itu, pengetahuan konsumen dibagi atas tiga jenis pengetahuan, antara lain:<sup>40</sup>

a) Pengetahuan Produk

Pengetahuan produk adalah gabungan dari banyak jenis informasi yang berbeda. Pengetahuan produk meliputi kesadaran akan kategori dan merek produk dalam kategori produk, terminologi produk, atribut atau ciri produk serta kepercayaan tentang kategori produk secara umum dan mengenai merek spesifik.

b) Pengetahuan Pembelian

Pengetahuan pembelian mencakup berbagai macam potongan informasi yang dimiliki oleh konsumen dan berhubungan erat dengan perolehan produk. Ukuran dasar dari pengetahuan pembelian melibatkan informasi bertepatan

---

<sup>40</sup> James F Engel; Roger D. Blackwell; Paul W. Miniard. 1994. *Perilaku Konsumen. edisi Keenam jilid 1*. Jakarta: Binarupa Aksara. hal. 317.



dengan keputusan mengenai dimana produk tersebut harus dibelikan dan kapan pembelian harus terjadi.

c) Pengetahuan Pemakaian

Pengetahuan pemakaian mencakup informasi yang tersedia di dalam ingatan tentang bagaimana suatu produk dapat digunakan dan apa yang diperlukan untuk menggunakan produk tersebut. Pengetahuan pemakaian konsumen sangatlah penting, dikarenakan beberapa alasan, yang utama yakni lebih kecil kemungkinan membeli suatu produk bila mereka tidak memiliki informasi yang cukup tentang bagaimana menggunakan produk tersebut.

Upaya pemasaran yang dirancang untuk mendidik konsumen tentang bagaimana menggunakan produk pun dibutuhkan. Penghalang serupa bagi pembelian terjadi bila konsumen memiliki informasi yang tidak lengkap mengenai cara-cara yang berbeda atau situasi dimana suatu produk dapat digunakan. Meskipun pengetahuan pemakaian yang tidak memadai tidak mencegah terjadinya pembelian produk. Hal tersebut tetap saja memiliki efek yang merugikan bagi kepuasan konsumen. Produk yang digunakan secara salah mungkin tidak bekerja dengan benar sehingga menyebabkan pelanggan merasa tidak puas.

## b. Informasi

Informasi yaitu data yang dikelompokkan atau diolah untuk digunakan dalam proses pengambilan suatu keputusan. Menurut Shannon dan Weaver seorang insinyur listrik, yang telah melakukan pendekatan secara sistematis untuk mendefinisikan informasi yakni “jumlah ketidakpastian yang dikurangi ketika sebuah pesan diterima”. Artinya, dengan adanya informasi, tingkat ketidakpastian menjadi meningkat.<sup>41</sup> Informasi adalah sebuah istilah yang tidak tepat dalam pemakaiannya secara umum. Informasi yang diperoleh biasanya berupa data mentah, data tersusun, kapasitas sebuah komunikasi, dan lain sebagainya. Informasi dapat dikatakan sebagai pengetahuan yang diperoleh dari belajar pengalaman atau intruksi. Akan tetapi, istilah ini masih memiliki banyak definisi sesuai dengan lingkungannya. Dari berbagai pengetahuan mengenai suatu peristiwa tertentu yang telah dikumpulkan ataupun dari sebuah berita dapat juga dikatakan sebagai informasi.

Fungsi utama informasi yaitu untuk menambah pengetahuan atau mengurangi ketidakpastian pemakai informasi.<sup>42</sup> Dalam pengambilan suatu keputusan yang kompleks, informasi hanya dapat

---

<sup>41</sup> Abdul Kadir, 2003, *Pengenalan Sistem Informasi*, Yogyakarta: ANDI Yogyakarta, hal. 31.

<sup>42</sup> Tata Sutabri, 2005, *Sistem Informasi Manajemen*, Yogyakarta: ANDI Yogyakarta, hal. 24.

menambah kemungkinan kepastian atau mengurangi berbagai macam pilihan. Selain fungsi, informasi juga memiliki ciri-ciri, diantaranya:<sup>43</sup>

1) Benar atau salah

Dalam hal ini, informasi berhubungan dengan kebenaran terhadap kenyataan. Jika penerima informasi salah mempercayainya, maka efek yang akan timbul seperti, kalau informasi tersebut benar.

2) Baru

Informasi benar-benar baru bagi si penerima.

3) Tambahan

Informasi bisa digunakan untuk memperbarui atau memberikan perubahan terhadap informasi yang telah ada.

4) Korelatif

Informasi bisa digunakan untuk melakukan koreksi terhadap informasi sebelumnya yang salah atau kurang benar.

5) Penegas

Informasi dapat mempertegas suatu informasi yang telah ada sehingga keyakinan terhadap informasi tersebut semakin meningkat.

---

<sup>43</sup>Abdul Kadir, 2003, *Pengenalan Sistem Informasi*, Yogyakarta: ANDI Yogyakarta, hal. 34.

Menurut Engkos, ada empat jenis informasi antara lain:<sup>44</sup>

1) Informasi berdasarkan fungsi

Informasi berdasarkan fungsi merupakan informasi berdasarkan pembelajaran dan kegunaan informasi. Informasi jenis ini yakni informasi yang menambah pengetahuan dan informasi yang mengajari pembaca (informasi edukatif). Informasi yang menambah pengetahuan, misalnya peristiwa-peristiwa bencana alam, pembangunan daerah, kegiatan sosial, informasi suatu lembaga dan lain sebagainya. Contoh dari informasi edukatif, misalnya brosur yang kreatif yang menarik minat orang untuk membacanya, sehingga masyarakat mengetahui informasi apa yang ada di dalamnya.

2) Informasi berdasarkan format penyajian

Informasi berdasarkan format penyajian yakni informasi berdasarkan pada bentuk penyajian informasi. Informasi jenis ini biasanya berupa foto, lukisan, karikatur, lukisan abstrak dan tulisan teks. Dalam lembaga keuangan syariah dibuat suatu tulisan khusus mengenai lembaga keuangan syariah di media elektronik agar semua orang dapat melihat informasi tersebut.

3) Informasi berdasarkan lokasi peristiwa

Informasi berdasarkan lokasi peristiwa yakni informasi berdasarkan lokasi peristiwa yang berlangsung, baik berupa

---

<sup>44</sup> Engkos Koasih, *Cerdas Berbahasa Indonesia*, Jakarta: Erlangga, 2006, hal.130-131.

informasi dari dalam negeri maupun informasi yang berasal dari luar negeri. Contohnya yakni informasi mengenai aset lembaga keuangan syariah yang mengalami fluktuatif pada setiap harinya.

4) Informasi berdasarkan bidang kehidupan

Infomasi berdasarkan bidang kehidupan yakni informasi berdasarkan bidang-bidang dalam kehidupan yang ada, misalnya pendidikan, olahraga, sastra, musik, iptek dan budaya.

Apabila dikaitkan dengan lembaga keuangan syariah terdapat beberapa aspek yang menjadi pertimbangan, yakni:

- a) Apakah infomasi mengenai lembaga keuangan syariah di publikasikan secara aktif, bukannya pasif.
- b) Apakah informasi mengenai lembaga keuangan syariah telah diinformasikan secara luas, tidak hanya di daerah perkotaan tetapi juga di daerah terpencil seperti pedesaaan.
- c) Apakah penyampaian informasi mengenai lembaga keuangan syariah sudah merata dan dapat diterima oleh masyarakat dengan baik.
- d) Apakah masyarakat telah memperoleh informasi tentang bahaya riba yang terdapat dalam QS Al-Baqarah 278-279, QS ar-Rum:39, QS an-Nisa: 160-161, QS Ali Imran:130.

### c. Ketertarikan

Berdasarkan KBBI (Kamus Besar Bahasa Indonesia) ketertarikan dapat diartikan sebagai hal, keadaan, atau peristiwa tertarik. Ketertarikan merupakan proses yang dialami oleh setiap individu akan tetapi sulit untuk dijelaskan. Menurut beberapa ahli yakni: Donald E. Allen, Rebecca F. Guy dan Charles K. Gedney dalam bukunya yang berjudul *Social Psychology as Social Process* mencoba mengembangkan beberapa teori yang menjelaskan suatu proses terjadinya ketertarikan.<sup>45</sup> Terdapat tiga teori orientasi utama yang saling berbeda dan masing-masing teori tersebut memandang tingkah laku dengan cara yang berbeda, diantaranya:<sup>46</sup>

#### 1) Teori *Cognitive*

Teori ini menekankan pada proses berfikir sebagai dasar menentukan semua tingkah laku. Manusia dipandang sebagai salah satu makhluk yang memiliki akal pikiran yang mencoba untuk memecahkan suatu masalah yang kompleks disekitar kita dengan cara yang rasional. Tingkah laku sosial dipandang sebagai suatu hasil atau akibat dari proses akal.

#### 2) Teori *Reinforcement* (Penguatan)

Penguatan atau respons yakni teori yang berakar pada teori belajar yang menginterpretasikan ketertarikan sebagai

---

<sup>45</sup> Abu Ahmadi, *Psikologi Sosial (Edisi Revisi)*, Jakarta: Rineka Cipta, 1991, hal.29.

<sup>46</sup> *Ibid.*, hal.151-232.

suatu respons yang dipelajari. Teori ini berusaha menemukan bagaimana ketertarikan datang untuk pertama kalinya.

### 3) Teori *Interactionist*

Teori *interactionist*, ide tentang teori ini bukan dikembangkan dan penelitian ketertarikan laboratorium dimana subjek merespon orang yang belum mereka kenal, tetapi dalam situasi alamiah dimana suatu keputusan selalu dihubungkan kepada situasi sosial di mana seseorang tersebut menemukan dirinya. Teori ini lebih menitikberatkan pada ketertarikan antar pribadi sebagai suatu konsep. Hal tersebut oleh para ahli psikologi sosial lebih diteliti dengan penelitian laboratorium daripada dengan *method* naturalistik.

Ketertarikan memiliki tiga aspek penting untuk mempengaruhi suatu individu antara lain:<sup>47</sup>

- 1) Aspek kognitif yaitu seorang individu yang memiliki kemampuan kognitif yang digunakan untuk memberikan penilaian kepada objek yang telah dilihat.
- 2) Aspek afektif yaitu individu yang memiliki kemampuan afektif, membuat individu tersebut merasa tertarik dan sengang dengan objek yang dilihatnya.
- 3) Aspek psikomotor yaitu individu yang memberikan tindakan dalam memberikan respon terhadap objek yang telah dilihat.

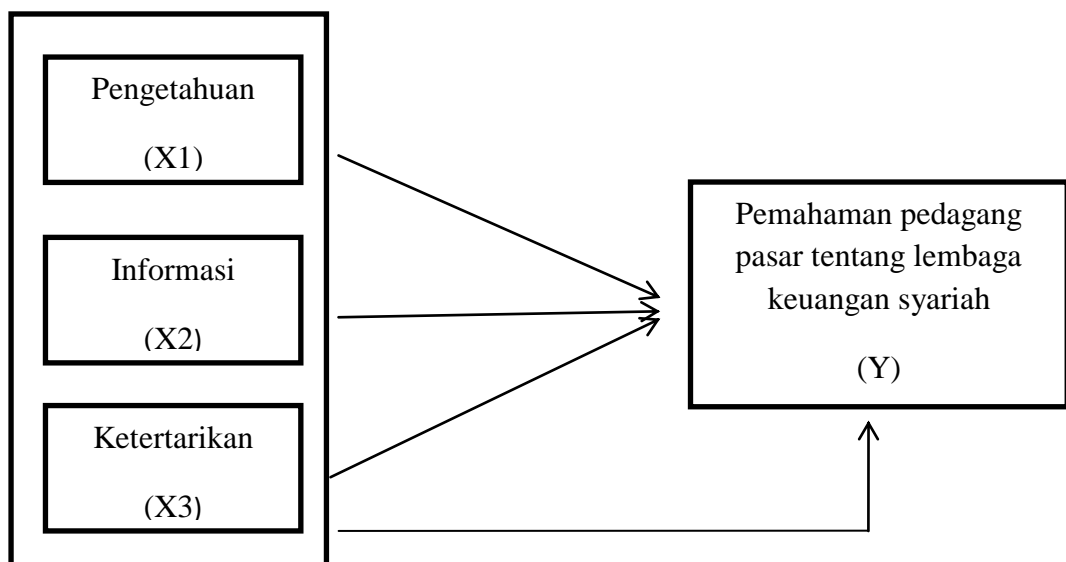
---

<sup>47</sup> Galih Adi Nugraha, "Ketertarikan Sosial Orang Asing Tentang Minat tinggal Di Kota Solo". *Indigenous: Jurnal Ilmiah Berkala Psikologi*, Vol. 11, No.2, November 2009, hal. 15.

Jika dikaitkan dengan lembaga keuangan syariah, dapat diambil contoh yakni, seseorang dapat dikatakan tertarik dengan lembaga keuangan syariah apabila ia tersebut sudah mengetahui informasi atau turut serta langsung dalam lembaga keuangan syariah. Ketika ia sudah paham dan tau apa saja yang ada lembaga keuangan syariah, fungsi lembaga keuangan syariah, dan lain sebagainya, kemudian ia akan mengambil keputusan apakah minat untuk menggunakan jasa atau produk dari lembaga keuangan itu sendiri.

Dengan adanya variabel pengetahuan, informasi, dan ketertarikan, maka peneliti dapat mengukur tingkat pemahaman pedagang pasar di kota Purworejo mengenai lembaga keuangan syariah.

### C. Kerangka Berfikir



**Gambar 2.2 Kerangka Berfikir**



Berdasarkan kerangka berfikir di atas dapat dijelaskan bahwa pedagang pasar di kota Purworejo memahami lembaga keuangan syariah berdasarkan tiga variabel dalam pemahaman yakni pemahaman terhadap pengetahuan, pemahaman terhadap informasi dan pemahaman berdasarkan karakteristik. Dalam penelitian yang akan peneliti lakukan, peneliti ingin mengetahui dari tiga variabel yakni pengetahuan, informasi, dan ketertarikan, variabel mana yang paling berpengaruh terhadap pemahaman pedagang pasar tentang lembaga keuangan syariah.

#### **D. HIPOTESIS PENELITIAN**

Hipotesis adalah jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, dimana rumusan masalah penelitian telah dinyatakan dalam bentuk pernyataan atau kalimat.<sup>48</sup> Jawaban tersebut dikatakan sementara karena jawaban yang diberikan didasarkan pada teori yang relevan, belum didasarkan dengan fakta-fakta empiris yang di peroleh melalui pengumpulan data. Berdasarkan kerangka pemikiran diatas maka dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

##### **1. Pengetahuan**

Salah satu faktor yang mempengaruhi pemahaman yakni adanya pengetahuan yang ada di dalam ingatan masyarakat. Adanya pengetahuan akan menentukan tingkatan pemahaman (tergantung seberapa besar pengetahuan yang dimiliki). Sehingga apabila masyarakat memiliki

---

<sup>48</sup> Sugiyono, 2017, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R & B*, Bandung: Alfabeth. hal. 63

pengetahuan dan ingatan yang cukup baik tentang lembaga keuangan syariah, maka mereka akan memiliki rasa keingintahuan lebih dalam dan kemudian mereka akan memahami segala sesuatu yang berkaitan dengan lembaga keuangan syariah. Oleh karena itu, semakin banyak pengetahuan yang mereka miliki tentang lembaga keuangan syariah, maka pemahaman mereka akan bertambah tentang LKS. Dengan demikian dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

**H1: Pengetahuan berpengaruh positif signifikan terhadap pemahaman pedagang di pasar Suronegaran desa Purworejo tentang lembaga keuangan syariah.**

## 2. Informasi

Informasi dapat dikatakan sebagai pengetahuan yang diperoleh dari pengenalan atau intruksi. Fungsi utama informasi yakni untuk menambah pengetahuan atau mengurangi ketidakpastian pemakai informasi. Sehingga apabila masyarakat memiliki informasi yang baik, maka akan meningkatkan pemahaman tentang lembaga keuangan syariah. Oleh karena itu, semakin banyak informasi yang masyarakat khususnya pedagang pasar peroleh mengenai lembaga keuangan syariah, maka pemahaman mereka akan bertambah tentang LKS. Berdasarkan uraian tersebut, maka dirumuskan hipotesis:

**H2 : Informasi berpengaruh positif signifikan terhadap pemahaman pedagang di pasar Suronegaran desa Purworejo tentang lembaga keuangan syariah.**

### 3. Ketertarikan

Ketertarikan merupakan tingkah laku sosial yang dipandang sebagai suatu hasil atau akibat dari proses akal, dengan kata lain ketertarikan sebagai suatu respons yang dipelajari. Apabila masyarakat memiliki banyak pengetahuan dan informasi tentang lembaga keuangan syariah, maka akan muncul suatu ketertarikan dari dalam dirinya dan kemudian timbul rasa keingintahuan dan membuat mereka akan mempelajari lebih dalam, yang selanjutnya akan meningkatkan pemahaman mereka mengenai lembaga keuangan syariah, sehingga semakin tinggi ketertarikan masyarakat khususnya pedagang pasar terhadap lembaga keuangan syariah, maka pemahaman mereka terhadap LKS juga tinggi. Berdasarkan uraian dapat dirumuskan hipotesis:

**H3 : ketertarikan berpengaruh positif signifikan terhadap pemahaman pedagang di pasar Suronegaran desa Purworejo tentang lembaga keuangan syariah.**

### 4. Pengetahuan, Informasi dan Ketertarikan

Adanya hubungan ketiga variabel di atas akan mempengaruhi pemahaman masyarakat tentang lembaga keuangan syariah. Dengan demikian dirumuskan hipotesis, sebagai berikut:

**H4 : pengetahuan, informasi, dan ketertarikan berpengaruh bersama-sama terhadap pemahaman pedagang di pasar Suronegaran desa Purworejo.**