

## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **A. Landasan Teori**

##### **1. Lembaga Keuangan Syariah.**

Menurut Undang-Undang No. 7/1992 tentang perbankan di Indonesia menjelaskan bahwa lembaga keuangan merupakan badan atau lembaga yang kegiatannya menarik dana dari masyarakat dan menyalurkannya kepada masyarakat. Lembaga keuangan syariah merupakan salah satu contoh produk perbankan yang dilandasi dengan prinsip-prinsip sesuai dengan syariat atau hukum Islam. Dilihat dari produk-produknya yang berlandaskan hukum-hukum dalam Islam khususnya hukum fiqh muamalah yaitu dari hukum dasar diharamkannya riba dalam melakukan kegiatan ekonomi (Nurma, 2018).

Menurut Ana (2016) pada dasarnya semua usaha, termasuk perbankan Islam bertujuan untuk menghasilkan keuntungan (*profit oriented*), namun untuk menghasilkan keuntungan tersebut terdapat beberapa hal yang harus dihindari oleh perbankan syariah karena bertentangan dengan syariat Islam, seperti: (a) riba, dalam UU Nomor 21 tahun 2008 tentang perbankan syariah disebutkan bahwa riba merupakan penambahan pendapatan secara tidak sah, antara lain dalam transaksi pertukaran barang sejenis namun tidak sama kualitas, kuantitas, dan waktu penyerahan (*fadhl*), atau dalam transaksi pinjam-meminjam yang mempersyaratkan si peminjam mengembalikan dana yang melebihi

pokok pinjaman karena bertambahnya waktu; (b) *gharar*, dalam kata lain bisa disebut dengan *taghrir* yang berarti menukarkan properti seseorang kepada orang lain dengan adanya unsur yang tidak diketahui untuk tujuan yang merugikan; (c) *maysir*, merupakan segala sesuatu yang mengandung unsur judi, taruhan, atau permainan yang beresiko. Dalam peraturan Bank Indonesia No.7/46/PBI/2005 pasal 2 ayat 3 menjelaskan bahwa *maysir* merupakan transaksi yang mengandung perjudiaan, untung-untungan atau spekulatif yang tinggi.

Menurut Ana (2016) peran dan fungsi lembaga keuangan diantaranya: (a) Pengalihan Aset (*Asset Transfer*). Dalam hal ini bank dan lembaga keuangan bukan bank berperan sebagai pengalih aset dari unit surplus (*lender*) kepada unit defisit (*borrowers*);(b) Likuiditas (*liquidity*). Berkaitan dengan kemampuan untuk memenuhi kebutuhan dana (*cash flows*) dengan segera dan dengan biaya yang sesuai; (c) Realokasi Pendapatan (*income reallocation*). Untuk menghadapi masa yang akan datang, banyak individu yang merealokasikan pendapatannya, seperti membeli maupun menyimpan barang (tanah dan rumah). Namun dibandingkan dengan hal tersebut kepemilikan sekuritas sekunder seperti tabungan, deposito, polis asuransi, maupun program pensiun lebih baik digunakan sebagai alternatif pilihan; (d) Transaksi (*transaction*). Dalam hal ini lembaga keuangan berguna sebagai lembaga intermediasi untuk memberikan jasa dalam mempermudah transaksi moneter.

Adapun jenis-jenis lembaga keuangan syariah dapat dikategorikan dalam bank dan non bank, seperti:

a. Bank Syariah

Menurut Suryani (2014) Bank Umum Syariah atau Bank Syariah merupakan bank yang melakukan kegiatan usaha atau beroperasi berdasarkan prinsip syariah dan tidak mengandalkan pada bunga dalam memberikan pembiayaan dan jasa-jasa lainnya dalam lalu lintas pembayaran. Bank syariah merupakan lembaga keuangan perbankan yang kegiatan operasional dan produknya dikembangkan berlandaskan pada Al-Quran dan Hadis Nabi SAW. Bank syariah melaksanakan kegiatan usahanya berdasarkan prinsip syariah, yaitu aturan perjanjian berdasar hukum islam antara bank dan pihak lain untuk penyimpanan dana dan atau pembiayaan kegiatan usaha, atau kegiatan lainnya yang dinyatakan sesuai dengan syariah.

Perbankan syariah merupakan segala sesuatu yang menyangkut tentang bank syariah dan unit usaha syariah, meliputi kelembagaan, kegiatan usaha, serta cara dan proses dalam kegiatan usahanya. Pada umumnya bank syariah hampir sama dengan bank konvensional, seperti dalam hal komisaris dan direksi, namun unsur yang membedakan yaitu dalam hal keharusan adanya dewan pengawas syariah yang bertugas mengawasi kegiatan dan produk-produk dari bank syariah agar sesuai dengan ketentuan syariah (Ana, 2016).

Bank syariah sering disamakan dengan bank tanpa bunga. Bank tanpa bunga merupakan konsep yang lebih sempit dari bank syariah, ketika sejumlah instrumen atau operasinya bebas dari bunga. Bank syariah, selain menghindari bunga, juga secara aktif turut berpartisipasi dalam mencapai sasaran dan tujuan dari ekonomi islam yang berorientasi pada kesejahteraan sosial (Ascarya dan Yumanita, 2005).

Dari pengertian-pengertian tersebut dapat disimpulkan bahwa bank syariah merupakan suatu lembaga keuangan yang beroperasi sesuai dengan syariat islam, yang beroperasi dengan prinsip bagi hasil, dan bukan prinsip bunga. Bank syariah merupakan *profit oriented business* yang tidak hanya diperuntukkan bagi umat islam, tetapi untuk seluruh masyarakat (Suryani, 2014).

Berikut merupakan produk-produk bank syariah menurut Kasmir(2012):

1) *Al – Wadi'ah*(Simpanan)

Merupakan titipan atau simpanan pada bank syariah. Prinsip *al-wadi'ah* berarti titipan murni dari satu pihak ke pihak lain, baik perseorangan maupun badan hukum yang harus dijaga dan dikembalikan kapan saja ketika si penitip menginginkannya. Penerima simpanan disebut dengan *yad al-amanah* yang berarti tangan amanah. Saat ini, agar uang yang ditiptkan tidak menganggur begitu saja, si penyimpan(bank syariah) menggunakannya untuk kegiatan

perekonomian. Tetapi tentu saja proses tersebut harus melalui persetujuan si pemilik modal.

2) Pembiayaan dengan bagi hasil.

Dalam perbankan konvensional penyaluran dana dikenal dengan istilah kredit atau pinjaman, sedangkan dalam syariah dikenal dengan sebutan pembiayaan. Jika dalam bank konvensional keuntungan diperoleh dari bunga yang diberikan, maka dalam bank syariah keuntungan diperoleh dengan bagi hasil.

3) *Bai'al-Murabahah*

Merupakan kegiatan jual-beli pada harga pokok dengan tambahan keuntungan yang telah disepakati. Dalam hal ini, si pembeli terlebih dulu memberitahukan harga pokok yang ia beli ditambah dengan keuntungan yang ia inginkan. Kegiatan ini dilakukan setelah ada kesepakatan antara penjual dengan pembeli, kemudian baru dilakukan pemesanan. Dalam perbankan, kegiatan *Bai'al-murabahah* terdapat pada pembiayaan produk barang-barang investasi yang ada dalam negeri maupun luar negeri seperti *letter of credit* atau biasa disebut dengan L/C.

4) *Bai'as-Salam*

Merupakan penyerahan barang yang dilakukan dikemudian hari, namun pembayaran dilakukan diawal. Hal yang perlu dipertimbangkan yaitu si pembeli harus mengetahui jenis, kualitas, serta jumlah barang, dan pembayaran harus berupa uang tunai.

5) *Bai-al Istishna*

Merupakan bentuk khusus dari *Bai'as-Salam*, maka dari itu hukum dan prinsipnya mengikuti *Bai'as-Salam*. *Bai'al-Istishna* yaitu kontrak penjualan antara pembeli dan pembuat barang (produsen). Kedua pihak harus saling sepakat terlebih dahulu mengenai harga dan sistem pembayarannya. Untuk kesepakatan harga bisa dilakukan melalui tawar-menawar, dan untuk sistem pembayaran bisa dilakukan di muka, diangsur, maupun diakhir.

6) *Al-Ijarah* (Leasing)

Merupakan akad pemindahan atas hak guna barang atau jasa, melalui pembayaran upah sewa, tanpa diikuti dengan pemindahan kepemilikan atas barang tersebut. Dalam praktiknya, kegiatan ini dilakukan oleh perusahaan *leasing*.

7) *Al-Wakalah* (Amanat)

Merupakan penyerahan atau pemberian mandat dari pihak satu ke pihak lain. Mandat ini harus dilakukan sesuai dengan ketentuan yang telah disepakati oleh si pemberi mandat.

8) *Al-Kafalah* (Garansi)

Yaitu jaminan yang diberikan oleh penanggung kepada pihak ketiga untuk memenuhi kewajiban pihak kedua atau yang ditanggung. Bisa diartikan sebagai pengalihan tanggung jawab dari pihak satu ke pihak yang lain. Dalam perbankan biasa dilakukan dalam hal pembiayaan dengan jaminan seseorang.

9) *Al-Hawalah*

Pemindahan beban hutang dari pihak satu ke pihak yang lain. Dalam perbankan dikenal dengan istilah anjak piutang atau *factoring*.

10) *Ar-Rahn*

Yaitu kegiatan menahan salah satu harta milik si peminjam sebagai jaminan atas pinjaman yang diterimanya. Contohnya seperti jaminan utang atau gadai.

b. BPRS

Menurut undang-undang (UU) Perbankan No. 7 tahun 1992, BPR adalah lembaga keuangan yang menerima simpanan uang hanya dalam bentuk deposito berjangka, tabungan, dan atau bentuk lainnya yang dipersamakan dalam bentuk itu dan menyalurkan dana sebagai usaha BPR. Pada UU Perbankan No. 10 tahun 1998, disebutkan bahwa BPR adalah lembaga keuangan bank yang melaksanakan kegiatan usahanya secara konvensional atau berdasarkan prinsip syariah.

Pengaturan pelaksanaan BPR yang menggunakan prinsip syariah tertuang pada surat Direksi Bank Indonesia No. 32/36/KEP/DIR/ tentang Bank Perkreditan Rakyat berdasarkan prinsip syariah tanggal 12 Mei 1999. Dalam hal ini pada teknisnya BPR syariah beroperasi layaknya BPR konvensional namun menggunakan prinsip syariah.

c. BMT atau Baitul Mal Wa Tamwil

BMT Baitul Maal wat Tamwil (BMT) atau Balai Usaha Mandiri Terpadu, merupakan lembaga keuangan mikro yang dioperasikan dengan

prinsip bagi hasil, menumbuhkembangkan derajat dan martabat serta membela kepentingan kaum fakir miskin, didirikan atas prakarsa dan modal awal dari tokoh-tokoh masyarakat setempat dengan berlandaskan pada sistem ekonomi yang salam. BMT memiliki dua fungsi utama, yaitu sebagai media penyalur pendayagunaan harta ibadah, serta bergerak di bidang investasi yang bersifat produktif sebagaimana layaknya bank. BMT bersifat informal karena lembaga ini didirikan oleh Kelompok Swadaya Masyarakat (KSM) yang berbeda dengan lembaga perbankan dan lembaga keuangan lainnya (Taufiq, 2017).

d. Asuransi Syariah

Dalam bahasa Belanda kata asuransi disebut *Assurantie* yang berasal dari kata "*assuradeur*" yang berarti penanggung dan "*geassureerde*" yang berarti tertanggung. Kemudian dalam bahasa Prancis disebut sebagai "*Assurance*" yang berarti menanggung sesuatu yang pasti akan terjadi. Sedangkan dalam bahasa Latin disebut dengan "*Assecurare*" yang berarti meyakinkan seseorang. Lalu dalam bahasa Inggris disebut dengan "*Insurance*" yang berarti menanggung sesuatu yang mungkin atau tidak mungkin terjadi, dan kata "*Assurance*" yang berarti menanggung sesuatu yang pasti terjadi (Kasmir, 2012).

Menurut Fatwa Dewan Asuransi Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia (DSN-MUI) Fatwa DSN No. 21/DSN-MUI/X/2001 asuransi syariah merupakan usaha saling melindungi dan tolong menolong diantara sejumlah orang/pihak melalui investasi dalam bentuk aset dan atau *tabarru*



yang memberikan pola pengembalian untuk untuk menghadapi resiko tertentu melalui akad atau perikatan yang sesuai dengan prinsip syariah.

e. Pegadaian Syariah

Keberadaan pegadaian syariah dilandasi oleh kebutuhan masyarakat Indonesia terhadap hadirnya sebuah institusi pegadaian yang menerapkan prinsip-prinsip syariah. Produk yang dikeluarkan oleh pegadaian syariah ini memiliki karakteristik seperti, tidak menuntut bunga dalam berbagai bentuk karena riba, menetapkan uang sebagai alat tukar bukan sebagai komoditas yang diperdagangkan, dan yang pasti keuntungan diperoleh dari biaya jasa simpan barang yaitu memberlakukan biaya pemeliharaan dari barang yang digadaikan seperti yang sudah diatur oleh Dewan Syariah Nasional. Biaya tersebut dihitung dari nilai barang bukan dari jumlah pinjaman. Hal inilah yang menjadi daya tarik dari pegadaian syariah guna menarik minat nasabahnya untuk menggunakan jasa layanan pegadaian syariah (Hadijah, 2015).

f. Reksa Dana Syariah

Menurut Cahyono dalam Agus (2017) reksa dana di Inggris dikenal dengan sebutan *unit trust* yang berarti unit (saham) kepercayaan, sedangkan di Amerika dikenal dengan sebutan *mutual fund* yang berarti dana bersama dan di Jepang dikenal dengan sebutan *investmentfund* yang berarti pengelolaan dana untuk investasi berdasarkan kepercayaan. Reksa dana pada umumnya diartikan sebagai wadah yang digunakan untuk menghimpun dana dari masyarakat pemodal yang kemudian diinvestasikan

kedalam portofolio efek(saham, obligasi, instrumen pasar uang, dll).Selain reksa dana konvensional, ada pula reksa dana syariah. Reksa dana syariah merupakan alternatif karena adanya sikap *ambivalensi* (mendua) pada diri umat islam, yang mana di satu sisi ingin menginvestasikan modal yang dimiliki pada reksa dana, tetapi di sisi yang lain juga memiliki ketakutan melanggar ketentuan-ketentuan yang ada dalam syariat islam (Soemitra dalam Agus, 2017).

g. Obligasi Syariah

Menurut fatwa DSN No. 32/DSN-MUI/XI/2002, obligasi syariah merupakan suatu surat berharga jangka panjang yang berdasarkan pada prinsip syariah yang dikeluarkan oleh emiten kepada pemegang obligasi syariah yang mewajibkan emiten untuk membayar pendapatan kepada pemegang obligasi syariah berupa bagi hasil/margin/*fee* serta membayar kembali dana obligasi pada saat jatuh tempo. Obligasi syariah bukan merupakan utang berbunga tetap seperti pada obligasi konvensional, melainkan lebih seperti dana yang didasarkan pada prinsip bagi hasil. Transaksinya bukan menggunakan akad utang piutang, melainkan penyertaan. Obligasi ini lebih tepat dinamakan *muqaradhah*. Obligasi syariah diterbitkan oleh sebuah perusahaan atau emiten sebagai pengelola atau *mudharib* kemudian dibeli oleh investor atau *shahib maal* (Ana, 2016).

#### h. Koperasi Syariah

Menurut Undang-Undang No.25 tahun 1992 koperasi merupakan suatu badan usaha yang beranggotakan orang-orang atau kumpulan dari beberapa anggota, yang melandaskan kegiatannya berdasarkan pada prinsip koperasi sekaligus sebagai gerakan ekonomi rakyat yang berdasarkan asas kekeluargaan. Koperasi syariah merupakan suatu perkumpulan yang dibentuk oleh para anggota peserta yang bertujuan untuk memenuhi kebutuhan para anggotanya dengan berpedoman pada prinsip-prinsip syariah (Ana, 2016).

Penyaluran dana dalam sistem syariah dikenal dengan pembiayaan, pembiayaan koperasi yang diberikan tidak hanya didasarkan suatu hubungan antara pembiayaan dan debitur tetapi menjalin suatu hubungan kemitraan. Sehingga, koperasi sebagai pemberi pinjaman dapat ikut memantau perkembangan dan manajemen usaha nasabahnya. Hal ini menunjukkan bahwa koperasi tidak hanya mencari keuntungan semata, tetapi juga berusaha membantu permasalahan yang dihadapi oleh peminjam dalam menjalankan usahanya (Jatun, 2015).

#### i. Pasar Modal Syariah

Secara umum pasar modal diartikan sebagai suatu tempat bertemunya para penjual dan pembeli untuk bertransaksi dalam rangka memperoleh suatu modal. Penjual dalam pasar modal merupakan perusahaan yang memerlukan modal yang disebut (*emiten*), sedangkan pembeli (*investor*) merupakan pihak yang ingin membeli modal di

perusahaan yang menurut mereka menguntungkan. Pasar modal juga dikenal dengan sebutan bursa efek, di Indonesia terdapat dua bursa efek yaitu bursa efek Jakarta dan bursa efek Surabaya (Kasmir, 2013). Pasar modal syariah dapat diartikan sebagai kegiatan dalam pasar modal sebagaimana yang diatur dalam UUPM yang tidak bertentangan dengan prinsip syariah.

j. Modal Ventura Syariah

Pengertian perusahaan modal ventura sesuai dengan Keputusan Presiden Nomor 61 Tahun 1988 adalah “*Badan usaha yang melakukan suatu pembiayaan dalam bentuk penyertaan modal ke dalam suatu perusahaan yang menerima bantuan pembiayaan*”. Perbedaan antara bank dan modal ventura terletak pada jenis kegiatannya. Jika bank membiayai suatu kegiatan tetapi tidak masuk ke perusahaan yang dibiayainya, sedangkan modal ventura memberikan pembiayaan dengan cara melakukan penyertaan langsung ke perusahaan yang dibiayainya (Kasmir, 2013).

Penghasilan modal ventura sama seperti penghasilan saham biasa, yaitu dari dividen (kalau dibagikan) dan dari apresiasi nilai saham dipegang (*capital gain*). Modal ventura syariah merupakan penanaman modal yang dilakukan oleh lembaga keuangan syariah untuk jangka waktu tertentu, dan setelah itu lembaga keuangan tersebut melakukan divestasi atau menjual bagian sahamnya kepada pemegang saham perusahaan (Darulmumtaz, 2017).

#### k. Dana Pensiun Syariah

Menurut UU No. 11 tahun 1992 tentang Dana Pensiun, dijelaskan bahwa dana pensiun adalah badan usaha yang menjalankan program untuk memberikan manfaat pensiun. Sedang dana pensiun syariah adalah dana pensiun yang dikelola berdasarkan prinsip syariah. Dana pensiun syariah digunakan untuk mendapat uang pensiun setelah selesai melakukan tugas/kerjanya merupakan keinginan setiap pekerja. Apalagi setelah sekian tahun menyumbangkan waktu, tenaga dan pikiran mereka ditempatnya bekerja, dan wajar jika perusahaan tempatnya bekerja mengapresiasi hal tersebut dalam bentuk pemberian pensiun. Namun tidak semua perusahaan menyediakan dana pensiun, hanya sebagian kecil yang memberikan dana pensiun bagi pekerja yang sudah bekerja pada perusahaannya (Taufiq, 2017).

#### l. Leasing Syariah

Sewa guna usaha (*leasing*) syariah adalah kegiatan pembiayaan dalam bentuk barang modal baik secara sewa guna usaha dengan hak opsi (*finance lease*) maupun sewa guna usaha tanpa hak opsi (*operating lease*) untuk digunakan oleh penyewa guna usaha (*lessee*) selama jangka waktu tertentu berdasarkan pembayaran secara angsuran sesuai prinsip syariah (Wahyuningsih, 2016).

Usaha leasing syariah dilakukan berdasarkan akad ijarah dan akad *al-ijarah al-muntahiyah bi al-Tamlik* atau *al-ijarah wa al-Iqtina*. Akad ijarah adalah akad penyaluran dana untuk pemindahan hak guna (manfaat)

atas suatu barang dalam waktu tertentu dengan pembayaran sewa (*ujrah*), antara perusahaan pembiayaan sebagai pemberi sewa (*mu'ajjir*) dengan penyewa (*musta,jir*) tanpa diikuti pengalihan kepemilikan barang itu sendiri. Landasan syariah akad ini adalah fatwa DSN-MUI No.09/DSN-MUI/IV/2000 tentang pembiayaan ijarah (Wahyuningsih, 2016).

#### m. Anjak Piutang Syariah

Perusahaan anjak piutang merupakan perusahaan yang usahanya mengambil alih pembayaran kredit suatu perusahaan, terutama dengan cara mengambil kredit bermasalah menggunakan mekanisme syariah. Dalam hal ini anjak piutang syariah dijalankan dengan berdasarkan pada prinsip akad *hiwalah* dalam fiqh muamalat (Taufiq, 2017). Menurut Sholihin (2010) ketentuan akad pada anjak piutang syariah adalah sebagai berikut:

- 1) Akad yang bisa digunakan yaitu *Wakalah bil Ujrah*
- 2) Pihak yang berpiutang mewakilkan kepada pihak lain untuk melakukan pengurusan dokumen penjualan kemudian menagih piutang kepada pihak yang berhutang
- 3) Pihak yang ditunjuk menjadi wakil dari dari yang berpiutang untuk melakukan penagihan kepada pihak yang berhutang
- 4) Pihak yang ditujuk menjadi wakil dapat dapat memberikan dana talangan (*Qardh*) kepada pihak yang berpiutang sebesar nilai piutang
- 5) Atas jasanya untuk melakukan penagihan piutang tersebut, pihak yang ditunjuk menjadi wakil dapat memperoleh *ujrah/fee*

- 6) Besar *ujrah* harus disepakati pada saat akad dan dinyatakan dalam bentuk nominal, bukan dari presentase dari pokok piutang
- 7) Pembayaran *ujrah* dapat diambil dari dana talangan atau sesuai kesepakatan dalam akad
- 8) Antara akad *Wakalah bil Ujrah* dan akad *Qardh* tidak dibolehkan adanya keterkaitan.

n. Lembaga ZISWAF

Hukum zakat dalam islam adalah wajib (*fardhu*) yang harus dilakukan oleh kaum muslim. Dari sebagian harta zakat itu terdapat hak fakir miskin dan merupakan titipan Allah pada diri orang kaya. Pada tahun 1968 pemerintah mengeluarkan peraturan Menteri Agama No. 4 dan 5 tahun 1968, masing-masing tentang pembentukan badan amil zakat dan *Baitul Mal* (Balai Harta Kekayaan) ditingkat pusat, propinsi, maupun kabupaten (Ana, 2016).

Salah satu alasan utama seseorang membayar zakat di lembaga amil zakat adalah karena adanya faktor kepuasan, dalam arti kepuasan atas kinerja lembaga amil zakat. Kinerja lembaga amil zakat dapat diukur dengan mengukur kualitas pelayanan yang diberikan oleh lembaga kepada customer atau biasa disebut dengan service quality (Servqual). Kualitas pelayanan yang ada pada lembaga amil zakat dilihat dari bagaimana lembaga tersebut bisa memenuhi harapan kebutuhan dari para *muzakki* dan *mustahiq* serta memenuhi keinginan yang diharapkan sehingga pelayanan pada lembaga tersebut bisa memenuhi harapan.

*Muzakki* berharap jika datang ke lembaga amil zakat dapat diterima dengan ramah dan mendapatkan penjelasan yang baik dan begitu juga para *mustahiq* dapat menerima kehadiran lembaga amil zakat sehingga dalam penerimaan zakat para *mutahiq* tidak merasa tersinggung (Gunawan, 2018).

## **2. Minat.**

Menurut Poerwadaminta dalam Sari (2015), minat merupakan kesukaan (kecenderungan hati) kepada sesuatu. Minat timbul dari dalam diri individu karena tertarik pada suatu hal dan hal tersebut dirasa berguna atau bermanfaat bagi kebutuhan hidupnya. Minat mengarahkan individu akan suatu obyek atas dasar rasa senang atau tidak senang. Minat mempunyai hubungan yang cukup erat dengan dorongan dari dalam diri seseorang yang kemudian menimbulkan keinginan untuk berpartisipasi dan terlibat dalam sesuatu yang diminatinya tersebut. Seseorang yang berminat pada suatu obyek maka ia akan cenderung merasa senang bila bisa terlibat dalam obyek tersebut sehingga cenderung akan memberikan perhatian yang besar. Perhatian yang diberikan tersebut bisa berwujud rasa ingin tahu yang kemudian dilanjutkan dengan mempelajarinya (Damayanti, 2016).

Menurut Slameto (2010) minat merupakan suatu rasa lebih suka dan rasa ketertarikan terhadap suatu hal atau aktivitas, tanpa ada yang menyuruh atau bisa diartikan rasa itu muncul dengan sendirinya tanpa ada paksaan dari pihak manapun. Dengan kata lain dapat diartikan bahwa



kurangnya minat adalah kurangnya ketertarikan dalam diri seseorang terhadap suatu hal yang muncul atas rasa senang atau tidak senang (Sari, 2015).

Minat merupakan dorongan kuat bagi seseorang dalam melakukan segala sesuatu demi mencapai tujuan dan cita-cita yang menjadi keinginannya, selain itu minat juga dapat timbul karena adanya faktor eksternal dan internal. Semakin besar minat seseorang maka semakin besar pula usaha dalam memenuhinya (Triana, 2016). Menurut Kotler dalam Shobirin (2016) menyebutkan bahwa keputusan merupakan sebuah proses pendekatan penyelesaian masalah yang dimulai dari pengenalan masalah, mencari informasi, beberapa penilaian alternatif, membuat keputusan membeli dan kemudian perilaku setelah membeli, yang nantinya akan memberikan rasa senang atau tidak terhadap barang/jasa tersebut.

Menurut Munawaroh (2015) ada beberapa tahapan yang harus dilakukan individu dalam mengambil keputusan yaitu:

- a. Mengidentifikasi masalah, dalam kehidupan sehari-hari kita dihadapkan banyak permasalahan. Langkah awal yang harus dilakukan yaitu mengidentifikasi permasalahan mana yang akan kita pecahkan agar nantinya bisa menjadi pedoman untuk menyelesaikan masalah.
- b. Merumuskan tujuan, setelah mengidentifikasi masalah, selanjutnya harus diketahui tujuan apa yang akan dicapai yang digunakan

sebagaiarah penyelesaian masalah. Tujuan bisa berupa memaksimalkan keuntungan, meminimumkan biaya, dan sebagainya.

c. Membuat model, pada dasarnya model merupakan penyederhanaan atau abstraksi dari kehidupan nyata. Apabila kita tidak menyederhanakan faktor-faktor yang tidak terbatas tersebut, maka masalah akan sulit untuk dipecahkan. Ada beberapa macam model, yaitu:

- 1) Model matematis : model yang menggunakan rumus matematik.
- 2) Model struktur : contohnya seperti model organisasi perusahaan.
- 3) Model bentuk : contohnya seperti maket, ataupun miniatur pesawat.

d. Mencari variabel, karena faktor penyelesaian masalah yang sangat banyak bahkan sampai tak terbatas perlu ditentukan variabel apa saja yang akan dipertimbangkan untuk mengambil keputusan menggunakan model yang dipilih.

e. Membuat alternatif keputusan, digunakan sebagai pilihan kedua ketika pilihan pertama tidak memberikan hasil yang memuaskan dan diharapkan bisa memberikan hasil yang optimal.

f. Mengambil keputusan, setelah semua tahapan terpenuhi tahap akhir yaitu menganalisis keputusan mana yang akan dilakukan agar tujuan tersebut tercapai.

Menurut Kotler dalam Agilwaseso (2014) menyebutkan bahwa keputusan pembelian sebagai suatu proses pengambilan keputusan dalam

membeli suatu produk yang dimulai dari pengenalan masalah, pencarian informasi, penilaian alternatif, membuat keputusan pembelian dan akhirnya didapatkan perilaku setelah membeli yaitu puas atau tidak puas atas suatu produk yang dibelinya. Menurut Kotler (2009), faktor-faktor yang mempengaruhi minat diantaranya:

#### 1) Faktor Pribadi

Sekumpulan karakteristik perilaku yang dimiliki oleh individu dan bersifat permanen disebut kepribadian. Keputusan seorang pembeli juga dipengaruhi oleh ciri-ciri kepribadiannya, termasuk usia dan daur hidupnya, pekerjaan, kondisi ekonomi, gaya hidup, kepribadian dan konsep diri.

#### 2) Faktor Sosial

Faktor-faktor sosial itu seperti kelompok referensi, keluarga, status dan peran sosial. Perilaku seseorang amat dipengaruhi oleh berbagai kelompok. Dalam kelompok primer terdapat interaksi yang saling berkesinambungan. Seperti keluarga, tetangga, dan rekan kerja. Kelompok primer ini cenderung bersifat informal. Orang lain menjadi anggota kelompok sekunder, yang cenderung lebih resmi dan kurang terjadi interaksi yang berkesinambungan. Contoh kelompok ini yaitu seperti kelompok organisasi keagamaan dan serikat buruh.

#### 3) Faktor Psikologi

Pilihan membeli seseorang juga dipengaruhi oleh beberapa faktor psikologi yaitu motivasi, persepsi, belajar, kepercayaan dan

sikap.Motivasi yaitu keadaan dalam diri pribadi seseorang yang mendorong keinginan melaksanakan kegiatan-kegiatan tertentu guna mencapai suatu tujuan.

### **3. Religiusitas**

Menurut Magill dalam Mauliddini (2017), religiusitas merupakan sikap seseorang terhadap agama secara umum atau bisa disebut dengan cara seseorang dalam menjalani kehidupan beragamanya. Religiusitas akan muncul dari pilihan-pilihan sikap dan perilaku dalam kehidupan sosial yang berasal dari keyakinan agama yang diyakini setiap individu. Seorang muslim yang berpegang teguh terhadap agamanya akan cenderung menerapkan ajaran yang dianjurkan dalam agamanya secara totalitas dalam kehidupan sehari-hari, termasuk di dalam aktivitas ekonomi di mana seorang muslim yang memiliki tingkat religiusitas tinggi akan memilih bank syariah yang kegiatannya sesuai dengan prinsip-prinsip syariah Islam sebagai medianya untuk bertransaksi.

Semakin tinggi tingkat religiusitas seorang muslim maka ia akan cenderung untuk memilih menggunakan jasa pada bank syariah, karena aturan-aturan dan larangan yang ada menurut hukum islam. Sebab dalam islam, hukum riba adalah haram (Junaidi, 2015). Begitu pula sebaliknya, ketika tingkat religiusitas seseorang rendah maka ia akan cenderung acuh tak acuh dalam memilih menggunakan jasa lembaga keuangan, seperti tetap menggunakan produk lembaga keuangan konvensional, karena ia tidak terlalu paham akan hukum riba dalam islam.

Lembaga Keuangan Syariah merupakan salah satu contoh produk perbankan yang kental dengan simbol agama. Dilihat dari produk-produknya yang berlandaskan hukum-hukum dalam islam khususnya hukum fiqh muamalah yakni dari hukum dasar diharamkannya riba dalam melakukan kegiatan ekonomi, dari landasan tersebut kita dapat menduga bawasannya sebagian besar masyarakat muslim yang tingkat religiusitasnya tinggi tentunya akan memilih untuk menggunakan jasa dan produk yang memenuhi dan sesuai dengan aspek hukum syariah dalam islam, hal ini sebagai bentuk konsekuensi penerapan ilmu hukum syariah yang telah dipelajari (Nurma, 2018).

Menurut Junaidi (2015) religius adalah keadaan dimana dalam diri seseorang dalam merasakan dan mengakui adanya kekuatan tertinggi yang menaungi kehidupan manusia dengan cara melaksanakan semua perintah Tuhan dan meninggalkan seluruh larangannya, sehingga hal ini akan membawa ketenangan dan ketentraman diri. Seperti contoh dalam kegiatan ekonomi dengan indikator :

- a. Keberpihakan kepada umat,
- b. Sesuai syariat islam,
- c. Mekanisme perbankan dijalankan sesuai dengan syariah,
- d. Bank syariah tidak menggunakan prinsip bunga.

Ada lima macam dimensi religiusitas menurut Ancok dalam Fauzi (2017) yaitu :

- a. Dimensi keyakinan berisi pengharapan dimana orang religius berpegang teguh pada pandangan teologis tertentu dan mengakui kebenaran doktrin tersebut. Setiap agama mempertahankan seperangkat kepercayaan dimana para penganut diharapkan akan taat. Walaupun demikian, isi dan ruang lingkup keyakinan itu bervariasi tidak hanya diantara agama, tetapi sering kali juga diantara tradisi-tradisi dalam agama yang sama.
- b. Dimensi praktik agama mencakup perilaku pemujaan, ketaatan, dan hal-hal yang dilakukan orang untuk menunjukkan komitmen terhadap agama yang dianutnya.
- c. Dimensi pengalaman. Dimensi ini berisikan dan memperhatikan fakta bahwa semua agama mengandung pengharapan tertentu, meski tidak tepat jika dikatakan bahwa seseorang yang beragama dengan baik pada suatu waktu akan mencapai pengetahuan subyektif dan langsung mengenai kenyataan terakhir (kenyataan terakhir bahwa seseorang yang beragama dengan baik akan mencapai suatu kontak dengan kekuatan supernatural). Seperti telah dikemukakan, dimensi ini berkaitan dengan pengalaman, perasaan, persepsi, dan sensasi yang dialami seseorang atau didefinisikan oleh suatu kelompok keagamaan yang melihat komunikasi, walaupun kecil, dalam suatu esensi ketuhanan, yaitu dengan Tuhan.

- d. Dimensi pengetahuan agama. Dimensi ini mengacu kepada harapan bahwa orang yang beragama paling tidak memiliki sejumlah pengetahuan mengenai dasar keyakinan, kitab suci dan tradisi. Dimensi pengetahuan dan keyakinan jelas berkaitan satu sama lain, karena pengetahuan mengenai suatu keyakinan adalah syarat bagi penerimanya. Walaupun demikian, keyakinan tidak perlu diikuti oleh syarat pengetahuan, juga semua pengetahuan agama tidak selalu bersandar pada keyakinan. Lebih jauh, seseorang dapat berkeyakinan kuat tanpa benar-benar memahami agamanya, atau kepercayaan bisa kuat atas dasar pengetahuan yang amat sedikit.
- e. Dimensi pengamalan atau konsekuensi. Konsekuensi komitmen agama berlainan dari keempat dimensi yang sudah dibicarakan di atas. Dimensi ini mengacu pada identifikasi akibat keyakinan keagamaan, praktik, pengalaman, dan pengetahuan seseorang dari hari ke hari. Istilah “kerja” dalam pengertian teologis digunakan di sini. Walaupun agama banyak menggariskan bagaimana pemeluknya seharusnya berpikirdan bertindak dalam kehidupan sehari-hari, tidak sepenuhnya jelas sebatas manakonsekuensi agama merupakan bagian dari komitmen keagamaan atau semata-mata berasal dari agama.

Menurut Lestari (2013) Religiusitas merupakan internalisasi nilai-nilai agama dalam diri seseorang. Internalisasi di sini berkaitan dengan kepercayaan terhadap ajaran-ajaran agama baik di dalam hati maupun ucapan. Religiusitas pada penelitian ini dapat diukur berdasarkan

implementasi asas transaksi syariah. Berikut merupakan penjelasan mengenai asas-asas transaksi syariah:

1) Prinsip persaudaraan (*ukhuwah*)

Merupakan nilai universal yang digunakan untuk menata interaksi sosial dan harmonisasi para pihak untuk kepentingan secara umum dengan rasa saling tolong-menolong. *Ukhuwah* dalam transaksi syariah berdasarkan prinsip saling mengenal (*ta'aruf*), saling memahami (*tafahum*), saling menolong (*ta'awun*), saling menjamin (*takaful*), saling bersinergi dan beraliansi (*tahaluf*).

2) Prinsip keadilan (*'adalah*)

Esensinya yaitu menempatkan sesuatu sesuai pada tempatnya dan memberikan sesuatu hanya pada yang berhak serta memperlakukan sesuatu sesuai dengan posisinya. Implementasi keadilan dalam kegiatan usaha berupa aturan prinsip muamalah yang melarang adanya unsur *riba*, *gharar* dan *maysyir*.

3) Prinsip kemaslahatan (*mashlahah*)

Esensinya merupakan segala bentuk kebaikan dan manfaat yang berdimensi duniawi dan ukhrawi, material dan spiritual, serta individual dan kolektif.

4) Prinsip keseimbangan (*tawazun*)

Esensinya meliputi keseimbangan aspek material dan spiritual, aspek privat dan publik, sektor keuangan dan sektor riil, bisnis dan sosial, serta keseimbangan aspek pemanfaatan dan pelestarian.



#### 5) Prinsip universalisme (*syumuliah*)

Esensinya dapat dilakukan oleh, dengan, dan untuk semua pihak yang berkepentingan (*stakeholder*) tanpa membedakan suku, agama, ras dan golongan, sesuai dengan semangat kerahmatan semesta (*rahmatan lil alamin*).

Dalam kehidupan, seseorang tidak akan lepas dari kehidupan beragama. Dari proses tersebut lahirlah teori sifat dasar yang menganggap bahwa keberagamaan seseorang muncul karena naluri dan insting keberagamaan yang telah ada sejak lahir. Teori sifat dasar bisa bersifat biologis dan psikologis. Teori biologis dari perilaku keberagaman mempunyai landasan empiris yang kuat yang disebut dengan *God Spot* (Titik Tuhan) pada otak manusia. Pada berbagai penelitian menunjukkan bahwa titik tuhan tersebut mengalami aktivasi yang lebih banyak ketika seseorang melakukan aktivitas religiusitas. Pada tingkat psikologis, teori sifat dasar berhubungan dengan teori ketidaksadaran yang dikemukakan oleh Carl Gustav Jung. Keberagaman merupakan bagian dari ketidaksadaran kolektif yang dimiliki setiap individu dari dulu hingga sekarang (Subandi, 2013).

#### **4. Pengetahuan.**

Menurut Notoatmodjo dalam Fauzi (2017) pengetahuan merupakan hasil tahu manusia, hal ini terjadi setelah seseorang melakukan penginderaan terhadap suatu objek tertentu. Penginderaan tersebut terjadi melalui pancaindera manusia, yaitu indera penglihatan, pendengaran

penciuman, rasa dan raba. Sebagian besar pengetahuan yang didapat seseorang diperoleh melalui mata dan telinga, selain pengetahuan yang didapat langsung dengan melihat maupun mendengar, seseorang juga bisa mendapat pengetahuan dari pengalaman yang dilakukan oleh orang lain, seperti mendengar cerita dari sumbernya langsung.

Menurut Sumarwan dalam Fauzi (2017) pengetahuan konsumen akan mempengaruhi keputusan pembelian. Ketika konsumen memiliki pengetahuan yang lebih banyak, maka ia cenderung akan lebih baik dalam mengambil sebuah keputusan, ia akan lebih efisien dan lebih tepat dalam mengolah informasi dan mampu *recall* informasi yang lebih baik. Seperti contohnya, ketika ia akan mengambil sebuah pembiayaan di suatu bank, ia akan mempertimbangkan faktor-faktor yang mempengaruhi pembiayaan tersebut. Misalnya mempertimbangkan keuntungan yang akan ia dapat, seberapa jauh jarak lokasi bank tersebut dengan tempat tinggalnya, dan pelayanan seperti apa yang akan ia dapat nantinya.

#### **a. Pengetahuan Konsumen**

Pengetahuan konsumen merupakan keseluruhan informasi yang dimiliki konsumen/masyarakat mengenai berbagai macam produk dan jasa, serta pengetahuan lainnya yang terkait dengan produk maupun jasa tersebut dan informasi yang berhubungan dengan fungsinya sebagai konsumen.

Menurut Sihombing (1999) membagi pengetahuan menjadi 3 jenis pengetahuan produk yaitu :

- 1) Pengetahuan tentang karakteristik atau atribut produk/jasa.
- 2) Pengetahuan tentang manfaat produk/jasa.
- 3) Pengetahuan tentang kepuasan yang diberikan oleh produk/jasa bagi konsumen.

Lembaga keuangan syariah mendorong untuk lebih berorientasi kepada konsumen atau nasabah. Untuk mendukung upaya tersebut diperlukan pengetahuan mengenai konsumen terutama perilakunya. Setidaknya ada dua alasan mengapa perilaku konsumen perlu dipahami. Pertama, dengan memahami konsumen akan menuntun pemasar kepada kebijakan pemasaran yang tepat dan efisien. Kedua, diharapkan dengan berorientasi kepada konsumen, pemasar dapat melakukan strategi yang baik dalam mensiasati kelebihan penawaran dari pada permintaan di dunia bisnis.

#### **b. Teori Perilaku Konsumen.**

Perilaku konsumen adalah proses dan aktivitas ketika seseorang berhubungan dengan pencarian, pemilihan, pembelian, penggunaan, serta pengevaluasian terhadap suatu produk ataupun jasa guna memenuhi kebutuhan mereka. Tetapi ada pula yang mengartikan perilaku konsumen sebagai hal-hal yang dipertimbangkan untuk menjadi indikator pengambilan keputusan. Sebagai contoh, ketika seseorang akan menjual maupun membeli barang dengan harga yang rendah maka proses pengambilan keputusan dengan singkat atau tidak memerlukan waktu

lama, sedangkan untuk barang yang memiliki nilai jual maupun nilai beli tinggi proses pengambilan keputusan tidak bisa dilakukan dengan sembarang, atau harus dilakukan dengan matang agar tidak menimbulkan hal yang tidak diinginkan dikemudian hari (Basuki dan Prawoto, 2014).

Teori lain mengenai perilaku konsumen didasarkan pada teori ekonomi, yang menyebutkan bahwa individu bertindak secara rasional untuk memaksimalkan keuntungan mereka dengan membeli barang atau jasa. Namun terdapat penelitian yang mendapati hasil bahwa para konsumen mungkin sekali membeli secara impulsif dan dipengaruhi oleh keluarga dan teman-teman, oleh berbagai pengaruh iklan dan model peran, tetapi juga oleh suasana hati, keadaan, dan emosi (Schiffman dan Kanuk dalam Junaidi, 2015).

Menurut Salim (2002) menyebutkan bahwa perilaku konsumen merupakan studi mengenai kegiatan pembelian dan proses pertukaran yang melibatkan perolehan, konsumsi, dan pembuangan barang/jasa, pengalaman serta ide-ide. Dalam mengkonsumsi suatu produk, konsumen cenderung memilih produk yang memberikan nilai atau manfaat yang lebih dibandingkan dengan produk lainnya. Dalam hal ini dapat berupa barang murah dengan kualitas baik, maupun barang murah dengan jumlah banyak.

Menurut Kotler dan Amstrong dalam Junaidi (2015), pembelian konsumen dalam arti luas yaitu ketika barang dan jasa secara kuat dipengaruhi oleh karakter budaya, sosial, dan psikologis. Pada umumnya,

orang pemasaran tidak dapat mengendalikan faktor-faktor semacam itu, tetapi mereka harus memperhitungkannya.

Menurut Amirulah dalam Badri dan Buchori (2017) ada dua alasan mengapa perilaku konsumen perlu dipelajari, yaitu:

a. Perilaku konsumen penting dalam kehidupan sehari

Setiap konsumen memiliki perilaku yang berbeda-beda dan selalu berinteraksi dengan lingkungannya, maka secara otomatis perilaku itu akan berubah-ubah bahkan dalam hitungan hari. Perilaku konsumen di sini penting untuk memahami mengapa dan apa saja yang mempengaruhi perubahan perilaku konsumen.

b. Perilaku konsumen penting untuk pengambilan keputusan

Setiap keputusan yang diambil oleh konsumen pasti didasarkan pada alasan-alasan tertentu, baik secara langsung ataupun tidak langsung. Proses pengambilan keputusan konsumen sangat terkait dengan faktor internal dan faktor eksternal. Dengan memahami perilaku konsumen, pemasar akan mudah untuk menggambarkan bagaimana proses keputusan itu dibuat.

## **5. Pelayanan.**

Menurut Hardiansyah dalam Sari (2015) mengartikan pelayanan sebagai aktivitas yang diberikan untuk membantu, menyiapkan, dan mengurus baik itu berupa barang atau jasa dari satu pihak ke pihak lain. Fasilitas pelayanan pada bank syariah dapat berupa fasilitas fisik maupun non fisik. Fasilitas pelayanan yang nyaman serta memadai akan dapat

menarik perhatian masyarakat dan membuat masyarakat nyaman dengan bank syariah.

Menurut Dwi (2018) pelayanan merupakan suatu hal penting yang harus diperhatikan oleh lembaga keuangan syariah. Pelayanan yang diberikan menentukan eksistensi dari suatu lembaga keuangan syariah, serta penilaian dari nasabah bahkan akan mempengaruhi pemilihan nasabah dalam melakukan transaksi lebih lanjut pada lembaga keuangan syariah. Lembaga keuangan syariah harus mampu menerapkan pelayanan dengan sebaik mungkin agar kepercayaan nasabah semakin meningkat. Kualitas pelayanan merupakan penilaian pertama yang dapat dilihat maupun dirasakan oleh nasabah dalam melakukan transaksi dimanapun.

Menurut Azmi dan Muttaqin (2017) Kualitas pelayanan yang dirasakan nasabah merupakan penilaian global, berhubungan dengan suatu transaksi spesifik, lebih abstrak dan eksklusif karena didasarkan pada persepsi-persepsi kualitas yang berhubungan dengan kepuasan serta komparasi harapan-harapan dengan persepsi-persepsi kinerja produk jasa bank, fleksibilitas respons terhadap perubahan permintaan pasar. Kualitas pelayanan merupakan ciri dan sifat dari pelayanan yang berpengaruh kepada kemampuan karyawan untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan oleh pelanggan atau yang tersirat dalam diri pelanggan.

Dalam islam dijelaskan bagaimana kualitas pelayanan menurut Al-Qur'an, sebagaimana firman Allah SWT:

فَبِمَا رَحْمَةٍ مِّنَ اللَّهِ لِنْتَ لَهُمْ وَلَوْ كُنْتَ فَظًا غَلِيظَ الْقَلْبِ لَانفَضُّوا مِنْ حَوْلِكَ فَاعْفُ عَنْهُمْ وَاسْتَغْفِرْ لَهُمْ وَشَاوِرْهُمْ فِي الْأَمْرِ فَإِذَا عَزَمْتَ فَتَوَكَّلْ عَلَى اللَّهِ إِنَّ اللَّهَ يُحِبُّ الْمُتَوَكِّلِينَ ﴿١٥٩﴾

*“Maka disebabkan rahmat dari Allah-lah kamu berlaku lemah-lembut terhadap mereka. Sekiranya kamu bersikap keras lagi berhati kasar, tentulah mereka menjauhkan diri dari sekelilingmu. Karena itu maafkanlah mereka, mohonkanlah ampun bagi mereka, dan bermusyawarahlah dengan mereka dalam urusan itu. Kemudian apabila kamu telah membulatkan tekad, maka bertawakallah kepada Allah. Sesungguhnya Allah menyukai orang-orang yang bertawakal kepada-Nya.” (QS. Ali-Imran: 159).*

Baik buruknya pelayanan yang diberikan akan menentukan keberhasilan lembaga atau perusahaan penyedia jasa. Dengan memberikan pelayanan yang berkualitas akan menimbulkan rasa nyaman dan menumbuhkan loyalitas konsumen tersebut yang dampaknya nanti akan kembali lagi pada perusahaan atau lembaga penyedia jasa.

Kualitas pelayanan dalam lembaga keuangan syariah harus menjadi pembeda dengan pelayanan yang ada di lembaga keuangan konvensional. Jangan sampai perbedaan hanya terletak pada penerapan sistem bunga ataupun bagi hasilnya saja, pelayanan dalam islam tidak hanya sebatas melayani, melainkan mengerti, memahami juga merasakan. Hal ini sesuai dengan pendapat yang dinyatakan oleh Sviokla dalam Hadijah (2015), bahwa faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen dalam

menggunakan jasa mempunyai 5 dimensi yaitu *assurance* (jaminan), *responsiveness* (daya tanggap), *tangible* (bukti fisik), *empathy* (empati), dan *reliability* (keandalan). Berbeda dengan lembaga keuangan syariah yang menggunakan 6 dimensi kualitas pelayanan yaitu *compliance* (kepatuhan), *assurance* (jaminan), *responsiveness* (daya tanggap), *tangible* (bukti fisik), *empathy* (empati), dan *reliability* (keandalan). Dengan adanya *compliance* (kepatuhan) yang merupakan satu pembeda, bisa dikatakan bahwa dimensi kualitas pelayanan tersebut lebih sesuai dengan konsep islam secara umum yang diterapkan pada lembaga keuangan syariah. Sehingga tidak ada alasan bagi lembaga keuangan syariah untuk tidak menerapkan ke 6 dimensi pelayanan tersebut kepada nasabahnya.

## **6. Hubungan Variabel Dependen dan Independen**

### **a. Hubungan religiusitas dengan minat menggunakan jasa lembaga keuangan syariah**

Dalam praktiknya, tingkat religiusitas seseorang dapat diukur dari beberapa hal, seperti ketekunannya dalam beribadah, seberapa besar pemahamannya tentang agama yang ia anut, dan larangan-larangan yang harus ia patuhi. Hal tersebut juga berlaku pada perilaku manusia ketika ia menggunakan jasa suatu lembaga keuangan. Seperti penelitian yang dilakukan oleh Junaidi (2015), yang menyebutkan bahwasemakin tinggi tingkat religiusitas seorang muslim maka ia akan cenderung untuk memilih menggunakan jasa pada bank syariah, karena aturan-aturan dan larangan yang ada sesuai dengan hukum islam. Sebab



dalam islam hukum riba adalah haram. Begitu pula sebaliknya, ketika tingkat religiusitas seseorang rendah maka ia akan cenderung acuh tak acuh dalam memilih menggunakan jasa lembaga keuangan, seperti tetap menggunakan produk lembaga keuangan konvensional, karena ia tidak terlalu paham akan hukum bunga dalam islam. Oleh karenanya semakin meningkatkan kurangnya minat masyarakat terhadap penggunaan lembaga keuangan syariah (Sari, 2015).

**b. Hubungan pelayanan dengan kurangnya minat menggunakan lembaga keuangan syariah**

Lembaga keuangan syariah harus mampu menerapkan pelayanan dengan sebaik mungkin agar kepercayaan nasabah semakin meningkat. Kualitas pelayanan merupakan penilaian pertama yang dapat dilihat maupun dirasakan oleh nasabah dalam melakukan transaksi dimanapun. Kualitas pelayanan ini harus menjadi pembeda dengan pelayanan yang ada di lembaga keuangan konvensional. Jangan sampai perbedaan hanya terletak pada penerapan sistem bunga ataupun bagi hasilnya saja. Seperti penelitian yang dilakukan oleh Sari (2015) yang menyebutkan bahwa pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kurangnya minat masyarakat muslim di Kabupaten Bantul untuk menabung di bank syariah. Hasil penelitian tersebut menyatakan bahwa fasilitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kurangnya minat. Pelayanan bank kepada nasabah merupakan upaya bank untuk memberikan pelayanan terbaik, sehingga masyarakat tertarik untuk

melakukan kegiatan transaksi di bank syariah, dan pada akhirnya akan tercipta rasa puas yang dirasakan, sehingga nasabah tersebut akan loyal terhadap bank.

Pelayanan dari bank dalam bentuk fisik yang diharapkan oleh mayoritas nasabah seperti mesin ATM yang tersedia di setiap tempat, lokasi dan akses gedung bank syariah yang mudah dijangkau dan teknologi terkini yang memudahkan nasabah dalam mengakses bentuk-bentuk layanan dari bank syariah. Sedangkan pelayanan bank dalam bentuk sumber daya manusia yaitu seperti kecepatan pelayanan yang diberikan oleh pegawai bank dalam menangani nasabah, kecepatan interaksi dan profesionalisme yang dimiliki setiap pegawai bank syariah demi memenuhi kepuasan nasabah yang melakukan transaksi di tempat tersebut. Apabila pelayanan pada bank syariah tidak memadai maka pada akhirnya akan meningkatkan kurangnya minat masyarakat muslim di Kabupaten Bantul, Yogyakarta untuk menabung di bank syariah (Sari, 2015).

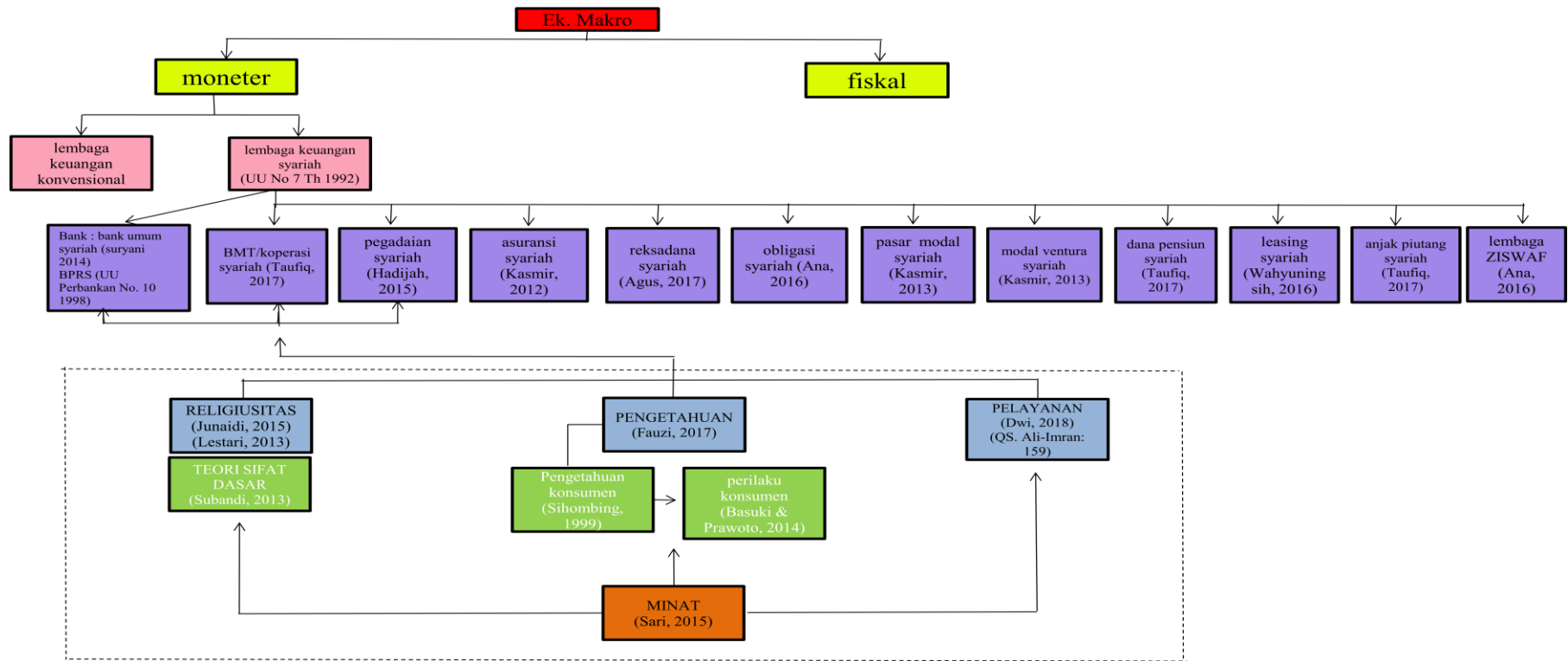
**c. Hubungan pengetahuan dengan kurangnya minat menggunakan lembaga keuangan syariah**

Pengetahuan merupakan suatu perubahan dalam perilaku seseorang yang berasal dari pengalaman. Seseorang yang memiliki informasi berupa pengetahuan mengenai lembaga keuangan syariah berarti juga telah mengetahui lembaga keuangan syariah secara langsung maupun tidak langsung (Kotler dalam Bellani, 2017). Tidak bisa hanya

mematok seberapa luas pengetahuan seseorang maka ia akan memilih lembaga keuangan syariah sebagai tempatnya melakukan transaksi maupun berinvestasi. Beberapa penelitian seperti yang dilakukan oleh Fauzi (2017) menyebutkan bahwa pengetahuan berpengaruh signifikan terhadap minat masyarakat pesantren menggunakan produk perbankan syariah. Yang artinya masyarakat pondok pesantren sebagian besar sudah mengetahui dan paham akan penggunaan produk syariah, yang dapat menghindarkan mereka dari adanya praktek riba dalam dunia perbankan saat ini.

## B. Kerangka Teori

Kerangka teori atau *Theoretical framework* dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:



**GAMBAR 2.1**  
Kerangka Teori

### C. Penelitian Terdahulu

1. Penelitian yang dilakukan Pertiwi dan Doli (2012) mengenai keputusan menggunakan Bank Muamalat di Kota Kisaran. Yang dilakukan dengan metode deskriptif dimana data yang diperoleh dianalisis sehingga diperoleh berbagai gambaran yang menunjukkan minat menabung di Bank Muamalat. Disamping itu dilakukan pula dengan bentuk analisis lain seperti grafik tabulasi silang (*cross tab*), tabel, frekuensi dan gambar (grafik). Hasil dari penelitian tersebut menyebutkan bahwa ketiga faktor yang diteliti mengenai pengaruh terhadap pengambilan keputusan menabung pada Bank Muamalat di Kota Kisaran yaitu faktor keyakinan dan sesuai syariah yang lebih dominan sebagai faktor pendorong masyarakat Kisaran menabung di Bank Muamalat dibandingkan dengan pelayanan dan lokasi bank. Berbeda dengan penelitian Pertiwi dan Dodi, penelitian ini menggunakan metode regresi linier berganda dengan variabel yaitu minat, pelayanan, pengetahuan, dan religiusitas.
2. Sari (2015) telah melakukan penelitian mengenai kurangnya minat masyarakat menabung pada Bank Syariah yang dilakukan di Bantul, Yogyakarta. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan uji validitas dan reliabilitas sebagai alat untuk menguji pertanyaan-pertanyaan dalam kuisisioner dan menggunakan regresi linier berganda sebagai alat untuk menganalisis data. Berdasarkan hasil uji T (uji parsial) dapat disimpulkan variabel fasilitas pelayanan, pengetahuan dan promosi secara individu berpengaruh signifikan dan positif terhadap kurangnya minat masyarakat

muslim di Kabupaten Bantul, Yogyakarta. Sedangkan variabel lokasi secara individu berpengaruh signifikan dan negatif terhadap kurangnya minat masyarakat muslim di Kabupaten Bantul menabung pada bank syariah. Berdasarkan hasil uji F (uji serempak) didapat hasil bahwa dari empat variabel independen (lokasi, fasilitas pelayanan, pengetahuan dan promosi) secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap kurangnya minat masyarakat muslim di Kabupaten Bantul, Yogyakarta untuk menabung di bank syariah.

3. Yulianti (2015) melakukan penelitian dengan menggunakan metode analisis kuantitatif. Peneliti menyebutkan bahwa setiap peningkatan skor variabel motif religius dan kualitas layanan sebesar 1 persen akan dapat meningkatkan skor keputusan memilih produk perbankan syariah sebesar 72,7 persen dan 11,8 persen. Hal ini menjadikan faktor motif religius dan kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap keputusan menggunakan produk bank syariah. Hal ini berarti semakin baik motif religius dan kualitas layanan maka semakin tinggi pula keputusan memilih produk perbankan syariah tersebut. Namun sebaliknya ketika motif religius dan kualitas layanan memiliki hasil yang rendah, maka keputusan memilih produk perbankan syariah juga akan rendah. Hal ini menunjukkan bahwa nasabah bank syariah di kota Banda Aceh dalam memutuskan untuk memilih bank syariah adalah berdasarkan motif religius sebagai bahan pertimbangan yang paling diutamakan, dibandingkan dengan pertimbangan kualitas layanan.

4. Penelitian yang dilakukan oleh Dauly (2014) dengan judul Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Bagi Hasil Terhadap Keputusan Menabung Nasabah Pada Bank Mandiri Syariah di Kota Medan. Dalam penelitian ini metode yang digunakan yaitu deskriptif eksplanatori karena tidak hanyamengambarkan fakta-fakta empiris yang ditemui di lapangan, tetapi juga bermaksudmenganalisis dan menjelaskan pengaruh antara variabel satu dengan lainnya.Hasil dari penelitian tersebut menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap keputusan menabung nasabah di Bank Syariah Mandiri di kota Medan. Jika kualitas pelayanan semakin baik dan ditingkatkan maka jumlah nasabah yang menabung akan meningkat, namun sebaliknya apabila kualitas pelayanan berkurang maka nasabah yang menabung akan berkurang pula. Untuk variabel bagi hasil berpengaruh positif terhadap keputusan nasabah di Bank Syariah Mandiri di kota Medan. Jika bagi hasil yang diterima nasabah meningkat maka akan semakin bertambah jumlah nasabah yang menabung, namun sebaliknya jika bagi hasil yang diterima berkurang maka akan menyebabkan berkurangnya jumlah nasabah yang menabung.
5. Damayanti (2016) melakukan penelitian dengan judul Pengaruh Pandangan Islam, Keamanan, dan Pelayanan Terhadap Minat Nasabah Untuk Menabung di Bank Syariah Mandiri Cabang X. Dengan variabel independennya yaitu pandangan islam, pelayanan, dan keamanan. Dari penelitian tersebut diperoleh hasil bahwa ketiga variabel tersebut memiliki pengaruh positif terhadap minat nasabah dalam menabung. Dalam hal ini

variabel pandangan islam tidak terjadi hubungan yang signifikan. Hal ini menunjukkan variabel keamanan dan pelayanan lebih berpengaruh terhadap minat nasabah dalam memutuskan menabung di Bank Syariah Mandiri. Dalam variabel pelayanan, citra Bank Syariah Mandiri menjadi indikator yang mendominasi minat nasabah untuk menabung. Sedangkan dalam pandangan islam, indikator yang paling berkontribusi adalah investasi tanpa bunga. Sedangkan dalam variabel keamanan, penjagaan selama 24 jam yang dilakukan oleh security adalah yang paling mempengaruhi minat nasabah dalam menabung selain adanya jaminan dari Lembaga Penjamin Simpanan (LPS).

6. Penelitian yang dilakukan oleh Fauzi (2017) dengan judul Variabel yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Pesantren Menggunakan Produk Perbankan Syariah di Daerah Istimewa Yogyakarta. Metode analisis data yang digunakan untuk pengujian hipotesis dalam penelitian ini yaitu *Structural Equation Modeling* (SEM). Yang diperoleh hasil bahwa variabel pengetahuan berpengaruh signifikan terhadap minat masyarakat pesantren menggunakan produk perbankan syariah. Variabel sikap tidak berpengaruh signifikan terhadap minat. Variabel norma subjektif berpengaruh signifikan terhadap minat. Variabel kendali perilaku berpengaruh signifikan terhadap minat masyarakat pesantren. Sedangkan untuk variabel komitmen beragama berpengaruh signifikan terhadap minat masyarakat menggunakan produk perbankan syariah.



7. Nurma dan Khoirul (2018) melakukan penelitian dengan judul Pengaruh Tingkat Religiusitas Santri Pondok Pesantren Darussalam Kediri Terhadap Minat Menabung di Perbankan Syariah. Dengan variabel tingkat religiusitas, minat menabung, dan santri pondok. Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa tingkat religiusitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung santri dengan nilai pengaruh sebesar 24,5% dan terbukti  $t$  hitung (4,343) lebih besar dari ( $>$ )  $t$  tabel (2,002), sehingga dapat disimpulkan bahwa semakin tinggi tingkat religiusitas individu maka semakin tinggi pula minat menabung di perbankan syariah.
8. Penelitian yang dilakukan oleh Malik(2017) dengan judul Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Berinvestasi di Pasar Modal Syariah Melalui Bursa Galesi Investasi UISI. Dengan variabel investasi, resiko, pendapatan, motivasi, pengetahuan, persepsi, dan belajar. Penelitian tersebut menggunakan metode analisis regresi linier berganda. Penelitian tersebut menunjukkan hasil bahwa variabel risiko berbanding positif terhadap variabel minat berinvestasi saham syariah yang artinya semakin tinggi risiko semakin meningkat peminat investasi.

Untuk variabel pendapatan dan motivasi juga berbanding positif terhadap pertimbangan investasi saham syariah. Untuk variabel pendapatan, responden akan meningkatkan pembelian saham seiring dengan meningkatnya pendapatan mereka, produktivitas perusahaan meningkat, dan harga saham sesuai dengan pendapatan responden.

Sedangkan variabel motivasi, indikator yang digunakan yaitu dengan harapan untuk mendapatkan keuntungan berinvestasi di saham syariah, keberkahan, terjaminnya pendapatan yang baik, halal, pengembangan keuangan syariah, dan menjadi pemilik perusahaan yang diinvestasikan. Sedangkan untuk variabel pengetahuan, persepsi, dan belajar berbanding negatif yang berarti investor akan meningkatkan pertimbangan pembelian saham syariah jika indikator dari ketiga variabel tersebut menurun.

9. Wahyuni (2017) melakukan penelitian dengan judul Pengaruh Persepsi Kualitas Pelayanan dan Bagi Hasil Terhadap Minat Masyarakat Menjadi Nasabah Bank Syari'ah dengan menggunakan metode analisis data, dapat disimpulkan bahwa persepsi dapat mempengaruhi minat seseorang. Persepsi mencerminkan pemahaman dan tanggapan terhadap informasi yang diterima baik secara langsung atau tidak. Kualitas pelayanan mencerminkan suatu kinerja dari jasa yang diberikan dan produk yang ditawarkan mencerminkan hasil kinerja yang diberikan kepada nasabah. Semakin baik kualitas pelayanan bank syari'ah dan produk yang diberikan dapat menimbulkan persepsi yang baik yang pada akhirnya menimbulkan minat pada diri seseorang menjadi nasabah bank syariah.
10. Muntasir (2016) melakukan penelitian dengan judul Analisis Pengaruh Lokasi dan Pelayanan Pegadaian Syariah Terhadap Minat Nasabah pada PT. Pegadaian Syariah cabang Cikarang. Peneliti menggunakan metode regresi linier berganda untuk mengetahui arah hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen. Hasil dari penelitian tersebut

menunjukkan bahwa terjadi hubungan positif antara lokasi dengan minat, Lokasi yang strategis dan mudah dijangkau sangat mempengaruhi minat nasabah dalam menggunakan jasa pegadaian syariah. Pelayanan pegadaian syariah juga sangat mempengaruhi minat nasabah seperti pelayanan yang cepat serta ramah. Selain lokasi dan pelayanan pegadaian syariah, kecepatan dalam transaksi serta prosedur yang mudah dan bebas dari bunga juga mempengaruhi minat nasabah dalam menggunakan jasa pegadaian syariah.

11. Penelitian yang dilakukan oleh Rusqiaty(2017) dengan judul Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Peminat Saham Untuk Memilih Saham Syariah di Kota Banjarmasin. Dari penelitian tersebut diperoleh hasil bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi peminat saham untuk memilih saham syariah di Kota Banjarmasin yaitu agama, pendidikan, pengetahuan dan pengelolaan secara syariah menjadi peranan penting dalam distribusi pendapatan saham dan berpengaruh nyata pada tingkah laku konsumsi. Saham syariah juga berpengaruh terhadap pilihan konsumen dalam hal mengalokasikan pendapatannya untuk tabungan/investasi dan konsumsi. Peran lembaga keuangan syariah, *takaful*syariah yang profesional sangat diperlukan untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi peminat saham untuk memilih saham syariah di Kota Banjarmasin. Pengelolaannya juga harus mempertimbangkan beberapa prinsip manajemen keuangan syariah.

12. Penelitian yang dilakukan oleh Bley & Kuehn (2004) yang menyelidiki mengenai hubungan antara pengetahuan mahasiswa terhadap konsep keuangan konvensional dan Islam. Dengan variabel pengetahuan, agama, dan preferensi. Penelitian ini menggunakan kuesioner sebagai alat untuk mencari data, yang disebar pada mahasiswa bisnis dan sarjana dari United Emirat Arab. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pengetahuan berpengaruh signifikan terhadap konsep keuangan Islam. Karena semakin banyak/luas pengetahuan tentang konsep keuangan Islam maka akan meningkatkan minat menggunakan lembaga keuangan Islam. Untuk variabel agama juga berpengaruh signifikan, dan menjadi faktor terkuat diantara yang lain, karena pandangan Islam yang sudah mempunyai hukum-hukum tentang lembaga keuangan konvensional dan lembaga keuangan Islam. Untuk variabel preferensi, juga menunjukkan hasil yang signifikan karena pengetahuan yang menambah pandangan mereka terhadap lembaga keuangan Islam.

13. Penelitian yang dilakukan oleh Ahmad & Haron (2002) yang dilakukan di Malaysia dengan variabel fasilitas perbankan dan pengetahuan responden tentang sistem perbankan Islam. Menunjukkan hasil yang signifikan untuk variabel pelayanan. Untuk variabel pengetahuan lebih dari 65 persen responden menunjukkan bahwa mereka memiliki pengetahuan terbatas dalam sistem perbankan Islam, hal ini terbukti dari fakta Bank Islam Malaysia Bhd yang telah berdiri sejak tahun 1984 dan skema perbankan bebas bunga yang diluncurkan sejak tahun 1993, mayoritas responden baru

mulai menggunakan perbankan dengan sistem ini beberapa tahun yang lalu. Kurangnya upaya pemasaran menjadi faktor penentu kurangnya minat masyarakat terhadap perbankan syariah.

14. Penelitian yang dilakukan oleh Thambiah (2010) dengan judul persepsi masyarakat terhadap Bank Ritel Syariah, yang dilakukan di Malaysia. Dalam penelitian ini kuesioner digunakan sebagai alat untuk mengumpulkan data, dengan jumlah 537 responden. Penelitian ini menunjukkan hasil bahwa kesadaran masyarakat perkotaan dan pedesaan menunjukkan hasil yang signifikan, hal ini dipengaruhi oleh beberapa faktor seperti periode pengembalian, periode pembayaran pinjaman, biaya layanan, dan fasilitas yang diberikan oleh penyedia jasa. Ketika faktor-faktor tersebut ditingkatkan diharapkan minat masyarakat terhadap lembaga syariah ikut meningkat.

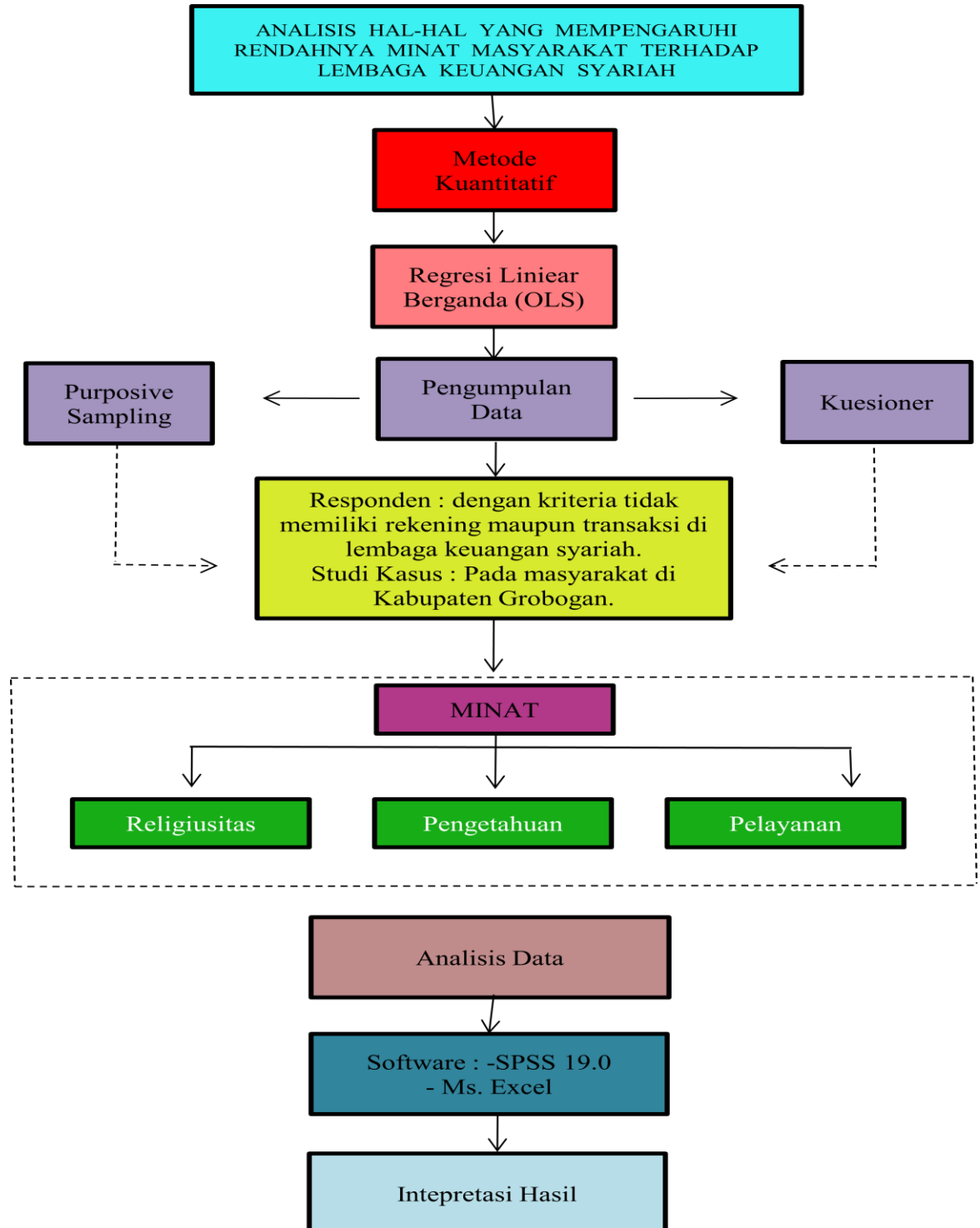
#### **D. Hipotesis**

Hipotesis dalam penelitian ini adalah:

1. Diduga religiusitas berpengaruh positif terhadap rendahnya minat masyarakat menggunakan lembaga keuangan syariah.
2. Diduga pengetahuan berpengaruh positif terhadap rendahnya minat masyarakat menggunakan lembaga keuangan syariah.
3. Diduga pelayanan berpengaruh positif terhadap rendahnya minat masyarakat menggunakan lembaga keuangan syariah.

## E. Kerangka Penelitian

Kerangka penelitian dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:



**GAMBAR 2.2**  
Bagan Penelitian

