

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA TEORI

A. Tinjauan Pustaka

Tinjauan pustaka menurut uraian sistematis hasil-hasil penelitian yang didapat oleh peneliti terdahulu dan yang ada hubungannya dengan penelitian yang akan dilakukan. Dari penelusuran yang telah dilakukan oleh peneliti, peneliti menemukan beberapa jurnal, karya tulis ilmiah dan penelitian yang relevan dan sekaligus menjadi rujukan dan pembandingan dalam skripsi yang berkaitan dengan analisis pemahaman terhadap keputusan masyarakat Aceh dalam memilih bank syariah.

1. Hasil penelitian yang ditulis oleh Erniwati (2012) dengan judul *Analisis Pemahaman Nasabah Terhadap Produk Bank Syariah Muamalat Indonesia KCP Gajah Mada Medan*. Hasil yang diperoleh menunjukkan bahwa tingkat pemahaman nasabah terhadap produk-produk yang ditawarkan oleh Bank Muamalat Indonesia beragam. Tingkat pemahaman nasabah yang paling tinggi yaitu pemahaman terhadap produk mudharabah dan kemudian produk wadiah, sedangkan pemahaman tentang produk murabahah, ijarah, dan musyarakah masih rendah. Hal ini karena mayoritas nasabah lebih banyak menggunakan produk mudharabah dan wadiah. Pada umumnya nasabah hanya memahami produk-produk yang mereka gunakan saja. Perbedaan mendasarnya penelitian ini hanya meneliti tentang

pemahaman nasabah terhadap produk bank syariah, persamaan penelitian ini sama sama meneliti pemahaman nasabah tentang bank syariah.

2. hasil penelitian Achmad Almuhamad Gaffar (2014) skripsi, pada penelitian yang berjudul "*Pengaruh Pengetahuan Konsumen Terhadap Keputusan Nasabah dalam Memilih Bank Syariah (studi kasus nasabah pada bank muamalat cabang Makassar)*" hasil penelitian yang dilakukan menunjukkan bahwa dari hasil analisis regresi Nampak bahwa pengetahuan konsumen yang terdiri dari pengetahuan produk (X1), pengetahuan pembelian (X2), pengetahuan pemakaian (X3), mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah dalam memilih bank syariah di Makassar. hasil pengujian pengukuran pengetahuan konsumen menunjukkan bahwa variabel yang paling dominan memengaruhi keputusan konsumen dalam memilih bank syariah di Makassar adalah pengetahuan pembelian (X2).
3. Hasil penelitian yang ditulis oleh Shofa Robbani (2013) dengan judul *Analisis Pemahaman Nasabah BNI Syariah Tentang Ke'syariah'an BNI Syariah (Studi Kasus BNI Syariah Godean, Sleman, Yogyakarta)*. Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa tingkat pemahaman masyarakat terhadap bank syariah relatif masih rendah. Persepsi mereka terhadap bank syariah, riba, bunga dan sistem bagi hasil bermacam-macam, mayoritas mereka masih belum memahami dan mengetahui istilah-istilah tersebut. Disisi lain, hubungan antara nasabah bank syariaiah yang juga memiliki akun di bank konvensional dengan jenis pekerjaan dan tingkat pendidikan sangat berkaitan. Pengaruh hal ini kepada ketertarikan masyarakat untuk

menabung atau mengambil pembiayaan di bank syariah, ternyata sangat lemah. Bank syariah yang diproyeksi untuk menjadi pilihan utama masyarakat muslim masih inferior dibandingkan dominasi bank konvensional. Maka dari itu bank syariah harus mengevaluasi dirinya sendiri untuk meningkatkan jumlah nasabahnya. Perbedaan mendasar dari penelitian ini adalah lembaga tempat penelitian ini dilaksanakan, dan penelitian ini hanya menganalisis pemahaman nasabah BNI Syariah tentang kesyariahan BNI Syariah. Persamaan mendasarnya penulis ingin mengetahui mengetahui pemahaman nasabah terhadap bank syariah. Sedangkan penelitian penulis akan menganalisis tentang pemahaman masyarakat Aceh dalam memilih bank syariah.

4. Penelitian Sri Mulyana (2016) *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Terhadap Penggunaan Bank Syariah Di Banda Aceh*. Tujuan penelitian ini adalah untuk melihat produk yang paling diminati nasabah bank syariah di Banda Aceh dan faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah terhadap penggunaan bank syariah di Banda Aceh. Data yang digunakan pada penelitian ini adalah data primer. Metode analisis yang digunakan adalah metode analisis statistik deskriptif untuk melihat gambaran penggunaan produk bank syariah dan metode statistik inferensial untuk melihat pengaruh faktor internal, eksternal, dan situasional terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan bank syariah di Banda Aceh. Hasil analisis deskriptif menunjukkan bahwa produk yang paling diminati nasabah bank syariah di Banda Aceh adalah

produk penghimpun dana jenis rekening tabungan dengan kategori tabungan reguler, disamping itu produk pembiayaan yang paling diminati nasabah bank syariah di Kota Banda Aceh adalah pembiayaan konsumen. Hasil analisis statistik inferensial menunjukkan bahwa faktor internal yang terdiri dari : 1) persepsi; 2) motivasi dan keterlibatan; 3) pengetahuan; 4) sikap; 5) pembelajaran; dan 6) gaya hidup, kemudian faktor eksternal terdiri dari: 1) budaya; 2) keluarga; 3) kelas sosial; dan 4) keanggotaan dalam suatu kelompok, selanjutnya faktor situasional yang terdiri dari: 1) sarana dan prasarana; 2) penggunaan produk; dan 3) kondisi saat pembelian mempengaruhi keputusan nasabah dalam menggunakan bank syariah di Kota Banda Aceh. Perbedaan penelitian ini hanya ingin mengetahui faktor faktor apa saja yang mempengaruhi nasabah memilih bank syariah. Persamaan penelitian ini sama sama ingin melihat apa saja yang membuat nasabah memilih bank syariah.

B. Kerangka Teori

1. Pemahaman dan Preferensi

a. Pemahaman

Paham dapat berarti memiliki pengetahuan yang banyak, mengerti benar akan sesuatu (Kamus besar bahasa Indonesia, 2015). Menurut Winkel dan Mukhtar (Sudaryono, 2012: 44), pemahaman adalah kemampuan seseorang untuk menangkap makna dan arti dari bahan yang dipelajari, yang dinyatakan dengan menguraikan isi

pokok dari suatu bacaan atau mengubah data yang disajikan dalam bentuk tertentu ke bentuk yang lain. Sementara Benjamin S. Bloom (Anas Sudijono, 2009: 50) mengatakan bahwa pemahaman (Comprehension) adalah kemampuan seseorang untuk mengerti atau memahami sesuatu setelah sesuatu itu diketahui dan diingat. Dengan kata lain, memahami adalah mengerti tentang sesuatu dan dapat melihatnya dari berbagai segi.

Jadi, dapat disimpulkan bahwa seseorang dikatakan memahami sesuatu apabila ia dapat memberikan penjelasan atau memberi uraian yang lebih rinci tentang hal yang dia pelajari dengan menggunakan bahasanya sendiri.

Pemahaman seseorang terhadap suatu produk, dalam hal ini perbankan syariah akan terkait dengan preferensi. Hal ini karena sangat penting membentuk persepsi masyarakat berdasarkan informasi seluas-luasnya tentang bank syariah. Menurut teori preferensi, seorang konsumen dalam membuat keputusan terhadap apa yang ingin dibelinya melalui beberapa proses yaitu pengenalan kebutuhan, pencarian informasi, evaluasi alternative, proses pembelian dan perilaku pasca pembelian. Proses awal dalam pengambilan keputusan adalah mencari tahu tentang manfaat dari produk atau jenis pelayanan yang ditawarkan (Sadhana,2012:483).

pengetahuan terhadap bank syariah dimulai dengan pengetahuan konsumen. pengetahuan konsumen adalah semua informasi yang

dimiliki oleh konsumen mengenai berbagai macam produk dan jasa serta pengetahuan lainnya yang berkaitan dengan sebuah produk atau jasa. pengetahuan konsumen akan mempengaruhi keputusan pembelian (Dwiastuti, dkk,2012:50). Pengetahuan tersebut meliputi pengetahuan mengenai atribut produk, pengetahuan mengenai manfaat produk dan pengetahuan mengenai kepuasan yang didapat dari suatu produk jasa perbankan (Peter and Olson, 2013:70).

b. Pengertian Preferensi

Preferensi menurut kamus bahasa Indonesia adalah hak untuk didahulukan dan diutamakan, prioritas (kata benda). Preferensi juga berarti pilihan, kecenderungan atau kesukaan. (Kamus bahasa Indonesia, 2014). Preferensi adalah kemampuan konsumen dalam memilih yaitu dengan cara mengurutkan tinggi rendahnya daya guna yang diperoleh dari mengkonsumsi sekelompok barang (Arianty dan Rohmana, 2013:5). Sedangkan preferensi konsumen didefinisikan sebagai pilihan suka atau tidak suka oleh seseorang terhadap produk (barang atau jasa) yang dikonsumsi. Pilihan konsumen menunjukkan kesukaan konsumen dari berbagai pilihan produk yang ada (Kotler, dalam Hariani 2005:18). Teori preferensi terungkap menunjukan bagaimana sikap seseorang dalam menentukan pilihan-pilihan apabila harga dan pendapatan yang bervariasi dapat dipakai untuk menentukan preferensi konsumen. Seorang individu di dalam

melakukan pilihan (preferensi) yang pertama kali dipertimbangkan adalah anggaran yang dimilikinya. (Arianty dan Rohmana, 2013:5).

2. Keputusan dalam menggunakan produk dan jasa

a. Perilaku konsumen

Perilaku konsumen adalah tindakan yang dilakukan individu, kelompok atau organisasi untuk memilih, membeli, menggunakan dan bagaimana barang, jasa, ide atau pengalaman untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan mereka (Kotler , 2009: 166).

b. Faktor – Faktor yang Mempengaruhi Konsumen

Menurut Maski (2010) terdapat dua faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen, yaitu: faktor internal dan faktor eksternal. Kedua faktor ini masing-masing dapat dibagi lagi menjadi beberapa bagian:

1) Faktor internal terdiri dari:

a) Pengalaman belajar dan memori

Konsumen akan bertindak apabila dia mempunyai pengetahuan, karena pengetahuan dapat menjelaskan perubahan perilaku individu yang berasal dari pengalaman.

b) Kepribadian dan konsep diri

Kepribadian bisa dilihat dari kepercayaan diri, dominasi, otonomi, perbedaan kondisi sosial, pembelaan diri, dan kemampuan beradaptasi. Kepribadian ini dapat menjadi

variabel yang berguna untuk menganalisis perilaku konsumen.

c) Motivasi dan keterlibatan

Motif (dorongan) adalah suatu kebutuhan yang cukup untuk mendorong seseorang bertindak untuk memuaskan kebutuhannya (Kotler, 2000: 238).

d) Sikap

Sikap adalah evaluasi dalam waktu lama tentang apa-apa yang disukai dan tidak disukai seseorang. Perasaan emosional dan kecenderungan tindakan oleh beberapa obyek atau ide.

e) Persepsi

Menurut Kotler (2000) persepsi adalah proses bagaimana orang menyeleksi, mengatur, menginterpretasikan informasi yang diterimanya untuk menciptakan gambaran keseluruhan yang berarti. Persepsi tidak hanya tergantung oleh fisik, akan tetapi juga dari hubungan dengan lingkungan sekitar dan keadaan individu tersebut.

2) Faktor eksternal terdiri dari:

a) Faktor budaya

Faktor budaya mempunyai pengaruh yang paling meluas dan mendalam terhadap perilaku konsumen. Didalamnya terdapat kultur, sub-kultur dan kelas sosial pembeli.

b) Faktor sosial

Faktor sosial dipengaruhi oleh kelompok acuan, keluarga, peran dan status sosial.

c) Faktor ekonomi

Faktor ekonomi sangat mempengaruhi pengambilan keputusan, karena dapat dilihat dari pendapatan, tabungan, kekayaan dan hutang.

c. Perilaku Konsumen dalam Islam

Perilaku konsumen dalam Islam menurut Maski (2010) adalah:

Islam mengajarkan bahwa perilaku konsumen menekankan kepada sikap untuk mengutamakan kepentingan orang lain. Semangat ini sejalan dengan prinsip keadilan, kebersihan, kesederhanaan, murah hati dan moralitas. Islam tidak menganjurkan umatnya untuk mencintai materi tetapi menganjurkan untuk mengurangi kebutuhan materi untuk memenuhi kebutuhan spiritualnya. Sehingga dalam Islam, pemenuhan kebutuhan batiniah merupakan cita-cita tertinggi manusia dalam hidupnya dengan tidak meninggalkan pemenuhan kebutuhan jasmaninya.

Ciri perilaku konsumen dalam Islam adalah :

- 1) Tujuan tidak memuaskan kepuasan lahir saja, tanpa meninggalkan ketutuhan-kebutuhan fisik atau biologisnya. Karena ini merupakan kewajiban setiap individu.
- 2) Benda dan jasa tersebut harus halal, baik halal berupa zatnya maupun halal cara memperolehnya.

d. Teori pengambilan keputusan

Keputusan adalah pemilihan diantara alternatif-alternatif yang mengandung tiga penelitian (Maski,2010), yaitu:

- 3) Ada pilihan atas dasar logika atas pertimbangan
- 4) Ada beberapa alternatif yang harus dipilih salah satu yang terbaik
- 5) Ada tujuan yang ingin dicapai dan semakin mendekati pada tujuan tersebut.

jadi keputusan adalah suatu pengakhiran daripada proses pemikiran tentang suatu masalah atau problem untuk menjawab pertanyaan apa yang harus diperbuat guna mengatasi masalah tersebut, dengan menjatuhkan pilihan pada suatu alternatif.

Pengambilan keputusan adalah suatu kelanjutan dari cara pemecahan masalah yang memiliki fungsi antara lain sebagai berikut:

- a) Pangkal permulaan dari semua aktivitas manusia yang sadar dan terarah, baik secara individual maupun secara kelompok, baik secara institusional maupun secara organisasional.
- b) Sesuatu yang bersifat *futuristic*, artinya bersangkutan paut dengan hari depan, masa yang akan datang, dimana efeknya atau pengaruhnya berlangsung cukup lama.

e. Keputusan memilih bank

Bank merupakan perusahaan yang bergerak dibidang jasa. Jadi, persaingan bank sangat ketat, sehingga perusahaan yang bergerak dibidang jasa ini harus memahami nasabah ataupun calon nasabahnya dengan baik. Oleh karena itu pihak manajemen bank

harus mengetahui tentang proses penilaian informasi terhadap pemilihan suatu bank dari calon nasabahnya. Untuk itu, keputusan pemilihan bank didasarkan pada:

- 6) Karakteristik bank
- 7) Pemberian bobot pada tingkat kesehatan suatu bank
- 8) Kepercayaan akan merk bank
- 9) Fungsi utilitas
- 10) Prosedur evaluasi

Ada lima determinan kualitas jasa yang dapat dijadikan pijakan dalam memilih penyedia jasa, meliputi:

- a) Keandalan, yaitu kemampuan untuk melaksanakan jasa yang dijanjikan dengan terpercaya dan akurat
- b) Daya tanggap, yaitu kemauan untuk membantu pelanggan dan memberikan jasa yang cepat
- c) Kepastian, yaitu pengetahuan dan kesopanan karyawan dan kemampuan mereka untuk menimbulkan kepercayaan dan keyakinan
- d) Empati, yaitu kesediaan untuk peduli dan memberikan perhatian pribadi bagi pelanggan
- e) Berwujud, yaitu penampilan fasilitas fisik, peralatan personal dan materi komunikasi.

Berdasarkan uraian diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa informasi suatu bank sangat diperlukan oleh calon nasabah, baik

berasal dari bank itu sendiri maupun dari pengalaman orang lain sebelum memutuskan untuk menabung pada suatu bank.

3. Bank Syariah

a. Pengertian Bank Syariah

Bank syariah adalah bank yang beroperasi berdasarkan prinsip syariah, sehingga dalam pengoperasiannya bank syariah tidak melakukan kegiatan yang bertentangan atau yang dilarang oleh Islam. Adapun bank syariah menurut undang-undang Republik Indonesia Nomor 21 Tahun 2008 Tentang Perbankan Syariah adalah bank yang menjalankan kegiatan usahanyaberdasarkan Prinsip Syariah dan menurut jenisnya terdiri dari Bank Umum Syariah dan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (Sholahuddin,2014:84).

Salah satu prinsip syariah yang harus dipatuhi oleh bank syariah adalah menghindari adanya unsur riba. Riba sangat dilarang dalam bank syariah, larangan melakukan riba juga sudah dijelaskan secara jelas dalam Al-Qur'an. Adapun ayat yang melarang adanya unsur riba adalah Q.S. Ar Rum ayat 39 :

وَمَا آتَيْتُمْ مِنْ رَبًّا لِيَرْبُوَ فِي أَمْوَالِ النَّاسِ فَلَا يَرْبُوَ عِنْدَ اللَّهِ ^ط

وَمَا زَكَاةً تُرِيدُونَ وَجْهَ اللَّهِ فَأُولَئِكَ هُمُ الْمُضْعِفُونَ (٣٩)

Artinya :

“Dan sesuatu riba (tambahan) yang kamu berikan agar dia bertambah pada harta manusia, maka riba itu tidak menambah pada sisi Allah. Dan apa yang kamu berikan berupa zakat yang kamu maksudkan untuk mencapai keridhaan Allah, maka (yang berbuat demikian) itulah orang-orang yang melipat gandakan (pahalanya)” (Q.S. Ar Rum 39).

Adapun ayat lain yang melarang adanya melakukan unsur riba adanya Q.S. Al Baqarah ayat 279, yaitu :

فَإِنْ لَّمْ تَفْعَلُوا فَأْذَنُوا بِحَرْبٍ مِّنَ اللَّهِ وَرَسُولِهِ ^ص وَإِنْ تُبْتُمْ
فَلَكُمْ رُءُوسَ أَمْوَالِكُمْ لَا تَظْلِمُونَ وَلَا تُظْلَمُونَ (٢٧٩)

Artinya:

“Maka jika kamu tidak mengerjakan (meninggalkan sisa riba), maka ketahuilah bahwa Allah dan Rasul-Nya akan menerangimu. Dan jika kamu bertaubat (dari pengambilan riba), maka bagimu pokok hartamu; kamu tidak menganiaya dan tidak (pula) dianiaya”(Q.S. Al Baqarah 2: 279).

Soemitra (2010:67) Bank syariah bukan sekedar bank bebas bunga, tetapi juga memiliki orientasi pencapaian kesejahteraan. Secara fundamental terdapat beberapa karakteristik bank syariah:

- 1) Penghapusan riba
- 2) Pelayanan kepada kepentingan publik dan merealisasikan sasaran sosio-ekonomi Islam.

- 3) Bank syariah bersifat universal yang merupakan gabungan dari bank komersial dan bank investasi.
- 4) Bank syariah akan melakukan evaluasi yang lebih berhati-hati terhadap permohonan pembiayaan yang berorientasi kepada penyertaan modal, karena bank komersial syariah menerapkan *profit and loss sharing* dalam konsinyasi, ventura, bisnis, atau industri.
- 5) Bagi hasil cenderung mempererat hubungan antara bank syariah dan pengusaha.
- 6) Kerangka yang dibangun dalam membantu bank mengatasi kesulitan likuiditasnya dengan memanfaatkan instrumen pasar uang antarbank syariah dan instrumen bank sentral berbasis syariah.

Oleh karena itu, maka secara struktural dan sistem pengawasannya berbeda dari bank konvensional. Pengawasan perbankan Islam mencakup dua hal, yaitu pertama pengawasan dari aspek keuangan kepatuhan pada perbankan secara umum, dan prinsip kehati-hatian bank. Kedua, pengawasan prinsip syariah dalam kegiatan operasional bank. Secara struktural kepengurusan bank syariah terdiri dari Dewan Komisaris dan Direksi dan wajib memiliki Dewan Pengawas Syariah yang berfungsi mengawasi kegiatan bank syariah.

b. Operasional Bank Syariah

Batasan-batasan bank syariah yang harus menjalankan kegiatannya berdasar pada syariat Islam, menyebabkan bank syariah harus menerapkan prinsip-prinsip yang sejalan dan tidak bertentangan dengan syariat Islam. Adapun prinsip-prinsip bank syariah adalah sebagai berikut:

1) Prinsip titipan atau simpanan (*al-wadiah*)

Al-Wadiah dapat diartikan sebagai titipan murni dari satu pihak ke pihak lain, baik individu maupun badan hukum, yang harus dijaga dan dikembalikan kapan saja si penitip menghendaki.

Secara umum terdapat dua jenis al-wadiah, yaitu:

a) *Wadiah yadh al-amanah (trustee depository)* adalah akad penitipan barang atau uang di mana pihak penerima titipan tidak diperkenankan menggunakan barang atau uang yang dititipkan dan tidak bertanggungjawab atas kerusakan atau kehilangan barang titipan yang bukan diakibatkan perbuatan atau kelalaian penerima titipan. Adapun aplikasi dalam perbankan syariah berupa produk *safe deposit box*.

b) *Wadiah yadh adh-dhamanah (guarantee depository)* adalah akad penitipan barang dan uang di mana pihak penerima titipan dengan atau tanpa izin pemilik barang dan uang dapat memanfaatkan barang dan uang titipan dan harus bertanggungjawab terhadap kehilangan atau kerusakan barang

dan uang titipan. Semua manfaat dan keuntungan yang diperoleh dalam penggunaan barang dan uang titipan menjadi hak penerima titipan. Prinsip ini diaplikasikan dalam produk giro dan tabungan (Sholahuddin,2014:95).

c. Prinsip Bagi Hasil

System ini adalah suatu system yang meliputi tatacara pembagian hasil usaha antara penyedia dana dengan pengelola dana. Sebagai bentuk produk yang berdasarkan prinsip ini adalah:

a) *Al-mudharabah*

Al-mudharabah adalah akad kerjasama usaha antara dua pihak dimana pihak pertama (*shahibulmaal*) menyediakan seluruh (100%), sedangkan pihak lainnya menjadi pengelola (*mudharib*). Akad *mudharabah* secara umum terbagi menjadi dua jenis:

(1) *Mudharabah mutlaqah*

Adalah bentuk kerjasama antara *shahibulmaal* dan *mudharib* yang cakupannya sangat luas dan tidak dibatasi oleh spesifikasi jenis usaha, waktu, dan daerah bisnis (Sholahuddin,2014:96).

(2) Mudharabah muqayyadah

Adalah bentuk kerjasama antara *shahibul maal* dan *mudharib* memberikan batasan kepada *shahibul maal* mengenai tempat, cara, dan objek investasi (Sholahuddin,2014:96).

b) Al-musyarakah

Al-musyarakah adalah akad kerjasama antara dua pihak atau lebih untuk suatu usaha tertentu di mana masing-masing pihak memberikan kontribusi dana dengan kesepakatan bahwa keuntungan dan risiko akan ditanggung bersama sesuai dengan kesepakatan (Sholahuddin,2014:96). Dua jenis *al-musyarakah*:

- (1) Musyarakah pemilikan, tercipta karena warisan, warisan atau kondisilainnya yang mengakibatkan pemilikan satu asset oleh dua orang atau lebih.
- (2) Musyarakah akad, tercipta dengan cara kesepakatan di mana dua orang atau lebih setuju bahwa tiap orang dari mereka memberikan modal musyarakah.

2) Prinsip jual beli (*al-tijarah*)

Prinsip ini merupakan suatu system yang menerapkan tata cara jual beli, di mana bank akan membeli terlebih dahulu barang yang dibutuhkan atau mengangkat nasabah sebagai agen bank

melakukan pembelian barang atas nama bank, kemudian bank menjual barang tersebut kepada nasabah dengan harga sejumlah harga beli ditambah keuntungan (*margin*). Implikasinya antara lain berupa:

a) Al-murabahah

Murabahah adalah akad jual beli barang dengan menyatakan harga perolehan dan keuntungan (*margin*) yang disepakati oleh penjual dan pembeli (Sholahuddin,2014:97).

b) Salam

Adalah akad jual beli barang pesanan dengan penangguhan pengiriman oleh penjual dan pelunasannya dilakukan segera oleh pembeli sebelum barang pesanan tersebut diterima sesuai syarat-syarat tertentu. Bank dapat bertindak sebagai pembeli atau penjual dalam suatu transaksi *salam*. Jika bank bertindak sebagai penjual kemudian memesan kepada pihak lain untuk menyediakan barang pesanan dengan cara salam maka hal ini disebut *salam parallel*(Sholahuddin,2014:97).

c) Istishna'

Istishna' adalah akad jual beli antara pembeli dan produsen yang jual bertindak sebagai penjual. Cara pembayarannya dapat berupa pembayaran dimuka, cicilan, atau ditangguhkan sampai jangka waktu tertentu. Barang

pesanan harus diketahui karakteristiknya secara umum yang meliputi: jenis, spesifikasi teknis, kualitas, dan kuantitasnya. Bank dapat bertindak sebagai pembeli atau penjual. Jika bank bertindak sebagai penjual kemudian memesan kepada pihak lain untuk menyediakan barang pesanan dengan cara istishna maka hal ini disebut *istishna paralel* (Sholahuddin,2014:97).

3) Prinsip sewa (*al-ijarah*)

Al-ijarah adalah akad pemindahan hak guna atas barang atau jasa, melalui pembayaran upah sewa, tanpa diikuti dengan pemindahan hak kepemilikan atas barang itu sendiri. *Al-ijarah* terbagi dua jenis:

1. *ijarah*, sewa murni.
2. *ijarah al muahiyah bi tamlik* merupakan penggabungan sewa dan beli, dimana si penyewa mempunyai hak untuk memiliki barang pada akhir masa sewa (Sholahuddin,2014: 98).

4) Prinsip jasa (*fee-based service*)

Prinsip ini meliputi seluruh layanan non-pembiayaan yang diberikan bank. Bentuk produk yang berdasarkan prinsip ini antara lain:

a) *Al-wakalah*

Nasabah memberi kuasa kepada bank untuk mewakili dirinya melakukan pekerjaan jasa tertentu, seperti transfer.

b) *Al – Kafalah*

Jaminan yang diberikan oleh penanggung kepada pihak ketiga untuk memenuhi kewajiban pihak kedua atau yang ditanggung.

c) *Al – Hawalah*

Adalah pengalihan utang dari orang yang berutang kepada orang lain yang wajib menanggungnya. Kontrak *hawalah* dalam perbankan biasanya diterapkan pada *factoring* (anjak piutang), *post-dated check*, dimana bank bertindak sebagai juru tagih tanpa membayarkan dulu piutang tersebut.

d) *Ar- Rahn*

Adalah menahan salah satu harta milik si peminjam sebagai jaminan atas pinjaman yang di terimanya. Barang yang ditahan tersebut memiliki nilai ekonomis. Dengan demikian, pihak yang menahan memperoleh jaminan untuk dapat mengambil kembali seluruh atau sebagian piutangnya. Secara sederhana dapat dijelaskan bahwa *rahn* adalah semacam jaminan utang atau gadai (Sholahuddin, 2014:99).

e) *Al- Qardh*

Al-qardh adalah pemberian harta kepada orang lain yang dapat ditagih atau diminta kembali atau dengan kata lain meminjamkan tanpa mengharapkn imbalan. Produk ini

digunakan untuk membantu usaha kecil dan keperluan social. Dana ini diperoleh dari dana zakat,, infak, dan sedekah (Sholahuddin,2014:99).

d. Perbedaan bank syariah dengan bank konvensional

Bank syariah merupakan perbankan yang mengedepankan prinsip syariah tanpa adanya unsur *maghrib* (*maisir, gharar, haram, dan riba*). Beberapa perbedaan antara bank syariah dengan bank konvensional diantaranya adalah sebagai berikut:

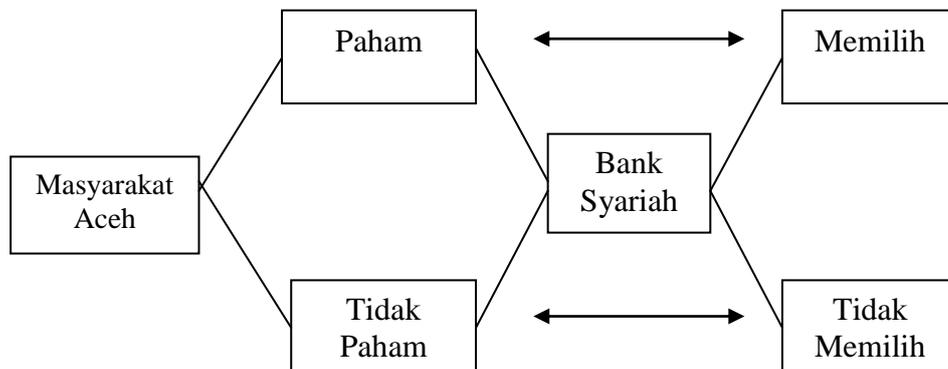
Tabel 2.1
Perbandingan Bank Syariah dengan Bank Konvensional.

Bank Syariah	Bank Konvensional
1. Melakukan investasi-investasi yang halal saja.	1. Investasi yang halal dan haram.
2. Berdasarkan prinsip bagi hasil, jual beli, atau sewa.	2. Memakai perangkat bunga.
3. Berorientasi pada keuntungan (<i>profit oriented</i>) dan kemakmuran dan kebahagiaan dunia akhirat.	3. <i>Profit oriented</i>
4. Hubungan dengan nasabah dalam bentuk hubungan kemitraan.	4. Hubungan dengan nasabah dalam bentuk hubungan kreditur-debitur.
5. Penghimpunan dan penyaluran dana harus sesuai dengan fatwa Dewan Pengawas Syariah.	5. Tidak terdapat dewan sejenis.

Sumber: Sholahudin,2014:88

C. Kerangka Berfikir

Gambar 2.1
Kerangka Berfikir



Berdasarkan kerangka berfikir diatas dapat dijelaskan bahwa masyarakat Aceh memiliki persepsi terhadap bank syariah ada yang paham dan tidak paham. Masyarakat Aceh yang paham terhadap bank syariah setuju untuk memilih karena pengetahuan mereka terhadap bank syariah. Sedangkan yang tidak paham cenderung untuk tidak memilih.

D. Hipotesis penelitian

Hipotesis merupakan pernyataan tentatif yang merupakan dugaan/terkaan tentang apa saja yang diteliti dalam usaha untuk memahaminya (Nasution, 1996:39). Berdasarkan kerangka pemikiran diatas maka hipotesis penelitian ini adalah :

H1 : pemahaman masyarakat Aceh berpengaruh terhadap keputusan dalam memilih bank syariah

H0 : pemahaman masyarakat aceh tidak berpengaruh terhadap keputusan dalam memilih bank syariah