BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Landasan Teori

1. Bank

a. Pengertian Bank

Kasmir (2010) mengatakan bahwa bank adalah lembaga keuangan yang kegiatan utamanya adalah menghimpun dana dari masyarakat dan menyalurkannya kembali ke masyarakat serta memberikan jasa bank lainnya. Dengan demikian, bank disebut juga sebagai perantara keuangan atau *financial intermediary*. Menurut UU RI No. 21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah yang dimaksud dengan bank adalah badan usaha yang kegiatannya menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya kembali kepada masyarakat dalam bentuk kredit atau bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat.

Berdasarkan definisi bank tersebut dapat dijelaskan bahwa bank merupakan suatu badan usaha yang memiliki fungsi menghimpun dana dari masyarakat, bank bukan hanya badan usaha yang mencari keuntungan saja tetapi juga mementingkan masyarakat dalam meningkatkan taraf hidup rakyat. Selain menghimpun dana, bank juga menjalankan fungsinya yang terkait dengan penyediaan jasa-jasa dalam lalu lintas pembayaran (Sari, 2016).

Bankerat kaitannya dengan nasabah. Menurut Kasmir (2010), nasabah adalah konsumen yang membeli atau menggunakan produk maupun jasa yang ditawarkan oleh bank. Nasabah dibagi menjadi nasabah *funding* (nasabah yang menempatkan dananya di bank dalam bentuk simpanan tabungan, giro dan deposito) dan nasabah *lending* (nasabah yang meminjam dana dalam bentuk kredit).

b. Jenis-Jenis Bank

Berdasarkan jenis-jenis bank dapat dijelaskan bahwa bank terbagi kedalam beberapa bagian, hal ini dikarenakan spesifikasi bank dalam jalur lalu lintas keuangan. Jenis-jenis bank menurut Kasmir (2012), dapat ditinjau dari berbagai segi, antara lain:

1) Dilihat dari Segi Fungsinya

a) Bank Umum

Pengertian bank umum sesuai dengan UU No. 10 Tahun 1998 tentang Perbankan adalah bank yang melaksanakan kegiatan usaha secara konvensional atau berdasarkan prinsip syariah yang dalam kegiatannya memberikan jasa dalam lalu lintas pembayaran. Sifat jasa yang diberikan adalah umum, dalam arti dapat memberikan seluruh jasa perbankan yang ada.

b) Bank Perkreditan Rakyat (BPR)

BPR adalah salah satu jenis bank yang dikenal melayani golongan pengusaha mikro, kecil dan menengah dengan

lokasi yang pada umumnya dekat dengan tempat masyarakat yang membutuhkan. Bank Perkreditan Rakyat berasal dari Bank Desa, Bank Pasar, Bank Lumbung Desa, Bank Pegawai dan bank lainnya yang kemudian dilebur menjadi Bank Perkreditan Rakyat. Jasa-jasa yang 13 ditawarkan pada BPR jauh lebih sempit jika dibandingkan dengan kegiatan atau jasa bank umum.

2) Dilihat dari Segi Kepemilikannya

a) Bank Milik Pemerintah

Merupakan suatu bank yang akte pendirian maupun modalnya dimiliki oleh pemerintah, sehingga seluruh keuntungan bank ini dimiliki oleh pemerintah pula.

b) Bank Milik Swasta Nasional

Merupakan bank yang seluruh atau sebagian besarnya dimiliki oleh swasta nasional serta akte pendiriannya pun didirikan oleh swasta, begitu pula pembagian keuntungannya diambil oleh swasta pula.

c) Bank Milik Asing

Merupakan cabang dari bank yang ada di luar negeri, baik milik swasta asing maupun pemerintah asing.

d) Bank Milik Campuran

Merupakan bank yang kepemilikan sahamnya dimiliki oleh pihak asing dan pihak swasta nasional. Dimana

kepemilikan sahamnya secara mayoritas dipegang oleh warga Negara Indonesia.

3) Dilihat dari Segi Status

a) Bank Devisa

Merupakan bank yang dapat melaksanakan transaksi ke luar negeri atau yang berhubungan dengan mata uang asing secara keseluruhan, misalnya transfer ke luar negeri, inkaso keluar negeri, *travelerscheque*, pembukaan dan pembayaran *Letter of Credit* dan transaksi lainnya.

b) Bank Non Devisa

Merupakan bank yang belum mempunyai izin untuk melaksanakan transaksi sebagai bank devisa, sehingga tidak dapat melaksanakan transaksi seperti halnya bank devisa.

4) Dilihat dari segi cara menentukan harga

a) Bank yang Berdasarkan Prinsip Konvensional

Menetapkan bunga sebagai harga jual, menggunakan atau menerapkan berbagai biaya-biaya dalam nominal atau persentase tertentu.

b) Bank yang Berdasarkan Prinsip Syariah

Menerapkan aturan perjanjian berdasarkan hukum islam antara bank dan pihak lain.

c. Sumber Dana Bank

Sumber-sumber dana bank adalah usaha bank dalam memperoleh dana dalam rangka membiayai kegiatan operasinya. Menurut Kasmir (2008), sumber dana bank dapat dibedakan menjadi 3 yaitu:

1) Dana yang bersumber dari bank itu sendiri
   a) Setoran modal dari pemegang saham Dalam hal ini pemilik saham dapat menyetor dana atau membeli saham yang dikeluarkan oleh perusahaan.
   b) Cadangan-cadangan bank Yaitu cadangan-cadangan laba tahun lalu yang tidak dibagi kepada para pemenang sahamnya. Cadangan ini digunakan untuk mengantisipasi laba tahun yang akan datang.
   c) Laba bank yang belum dibagi Merupakan laba yang belum dibagikan pada tahun yang bersangkutan, sehingga dapat dimanfaatkan sebagai modal untuk sementara waktu.
2) Dana yang bersumber dari lembaga lainnya

   Dana yang diperoleh dari sumber ini digunakan untuk membiayai atau membayar transaksi-tranksaksi tertentu. Sumber dana ini diperoleh dari pinjaman bank lain maupun lembaga keuangan lain.
3) Dana Pihak Ketiga
   a) Simpanan Giro

Merupakan simpanan yang diperoleh dari masyarakat atau pihak ketiga yang sifat penarikannya adalah dapat ditarik setiap saat dengan menggunakan cek dan bilyet giro atau sarana perintah bayar lainnya atau pemindahbukuan.

b) Tabungan

Merupakan jenis simpanan yang dilakukan oleh pihak ketiga yang penarikannya dapat dilakukan menurut syarat tertentu sesuai perjanjian antara bank dan pihak nasabah.

c) Deposito

Merupakan jenis simpanan yang penarikannya hanya dapat dilakukan sesuai dengan jangka waktu yang telah diperjanjikan antara bank dengan nasabah.

2. Perbankan Syariah

a. Pengertian Bank Syariah

Kata bank dari kata *banque* dalam bahasa Perancis, dan dari kata *banco* dalam bahasa Italia, yang berarti peti/lemari atau bangku. Dalam Al-Qur'an, istilah bank tidak disebutkan secara eksplisit (Sudarsono, 2013). Tetapi jika yang dimaksud adalah sesuatu yang memiliki unsur-unsur seperti struktur, manajemen, fungsi, hak dan kewajiban maka semua itu disebutkan dengan jelas, seperti *zakat, sadaqah, ghanimah* (rampasan perang), *bai'* (jual

beli), *dayn* (utang dagang), *maal* (harta) dan sebagainya, yang memiliki fungsi yang dilaksanakan oleh peran tertentu dalam kegiatan ekonomi (Arifin, 2006).

Bank pada zaman Nabi SAW dan Sahabat dapat diartian sebagai satu lembaga yang melaksanakan 3 fungsi utama, yaitu menerima simpanan uang, meminjamkan uang, dan memberikan jasa pengiriman uang. Meskipun pada masa Nabi SAW belum mengenal lembaga yang bernama bank, akan tetapi praktik-praktik perbankan seperti menerima titipan harta, meminjamkan uang untuk keperluan konsumsi dan bisnis, serta melakukan pengiriman uang sudah dilakukan dan hampir sama dengan fungsi utama perbankan modern saat ini (Karim, 2004).

Dalam buku Sudarsono (2013), yang dimaksud bank syariah adalah lembaga keuangan yang usaha pokoknya memberikan kredit dan jasa-jasa lain dalam lalu lintas pembayaran serta peredaran uang yang beroperasi disesuaikan dengan prinsip-prinsip syariah. Oleh karena itu, usaha bank akan selalu berkaitan dengan masalah uang sebagai dagangan utamanya.

Pengertian bank menurut Undang-Undang RI No 10 tahun 1998 tentang perbankan adalah badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkan kepada masyarakat dalam bentuk kredit dan/atau bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup orang banyak, sedangkan

bank umum adalah bank yang melaksanakan kegiatan usaha secara konvensional dan atau berdasarkan prinsip syariah, yang dalam kegiatannya memberikan jasa dalam lalu lintas pembayaran (OJK).

Bank syariah menurut Undang-undang No 10 Tahun 1998 dalam Lestari (2015) adalah bank yang melaksanakan kegiatan usahanya berdasarkan prinsip syariah yang dalam kegiatannya memberikan jasa dalam lalu lintas pembayaran. Selanjutnya, menurut Undang-Undang Perbankan Syariah No 21 Tahun 2008 yang menyatakan bahwa perbankan syariah adalah segala sesuatu yang menyangkut tentang bank syariah dan unit usaha syariah, mencangkup kelembagaan, kegiatan usaha, serta cara dan proses dalam melaksanakan kegiatan usahanya.

Menurut Muhammad (2005), bank syariah (*Islamic banking* atau*interest-free banking*) adalah lembaga keuangan berdasarkan etika dan sistem nilai Islam yang bebas dari bunga (riba), kegiatan spekulatif yang nonproduktif seperti perjudian, bebas dari hal-hal yang tidak jelas dan meragukan (tidak pasti), berprinsip pada keadilan dan hanya membiayai kegiatan usaha yang halal, investasi yang beretika, mengedepankan nilai-nilai kebersamaan dan persaudaraan dalam berproduksi.

b. Ciri-Ciri Bank Syariah

Bank Islam sebagai bank yang beroperasi berdasarkan prinsip-prinsip syariah menurut ketentuan al-Quran dan Hadist,

memiliki ciri-ciri yang berbeda dengan bank-bank konvensional yaitu sebagai berikut (Sudarsono, 2007):

1) Beban biaya yang disepakati bersama pada waktu akad perjanjian diwujudkan dalam bentuk jumlah nominal, yang besarnya tidak kaku dan dapat dilakukan dengan kebebasan tawar-menawar dalam batas wajar.
2) Penggunaan persentase dalam hal kewajiban untuk melakukan pembayaran selalu dihindari, karena persentase bersifat melekat pada sisa hutang meskipun batas waktu perjanjian telah berakhir.
3) Di dalam kontak-kontak pembiayaan proyek, bank syariah tidak menerapkan perhitungan berdasarkan keuntungan yang pasti yang ditetapkan di muka.
4) Penyerahan dana masyarakat dalam bentuk deposito tabungan oleh penyimpan dianggap sebagai titipan (*al-wadiah*) sedangkan bagi bank dianggap sebagai titipan yang diamanatkan sebagai penyertaan dana pada proyek-proyek yang dibiayai bank.

Perbedaan dalam bank syariah dapat dilihat berdasarkan beberapa hal, yaitu: beban biaya, maksutnya adalah beban biaya yang disepakati diantara para pihak untuk transaksi pembiayaan, atau disebut dengan istilah biaya administrasi. Dalam hal demikian dihindari penggunaan persentase karena berpotensi yang besar untuk melipatgandakan secara otomatis beban biaya dan pokok

pinjaman karena sesuatu hal yang terlambat. Selain itu, tidak ada keuntungan yang pasti dalam bank syariah, karena dalam sistem muamalah islami kontrak yang dilakukan baik dalam pembiayaan *al-mudharabah* maupun *al-musyarakah* yang pada hakikatnya merupakan sistem bagi hasil. Apabila di awal telah ditetapkan maka yang terjadi adalah penerapan bunga, sedangkan dalam bank syariah pelarangan adanya riba (bunga), oleh karena itu salah satu ciri bank syariah yaitu tidak adanya keuntungan yang pasti (Sari, 2016).

c. Prinsip-Prinsip Bank Syariah

Prinsip syariah adalah aturan perjanjian berdasarkan hukum islam antara bank dan pihak lain untuk penyimpan dana dan/atau pembiayaan kegiatan usaha, atau kegiatan lainnya yang sesuai dengan syariah. Seperti yang ditulis oleh (Kamarni, 2012) prinsip-prinsip perbankan syariah adalah sebagai berikut :

1) Pembayaran terhadap pinjaman dengan nilai yang berbeda dari nilai pinjaman dengan nilai ditentukan sebelumnya tidak diperbolehkan.
2) Pemberi dana harus turut berbagi keuntungan dan kerugian sebagai akibat hasil usaha institusi yang meminjam dana.
3) Islam tidak memperbolehkan “menghasilkan uang dari uang”. Uang hanya merupakan media pertukaran dan bukan komoditas karena tidak memiliki nilai intrinsik.

4) Unsur *Gharar* (ketidakpastian, spekulasi) tidak diperkenankan. Kedua belah pihak harus mengetahui dengan baik hasil yang akan mereka peroleh dari sebuah transaksi.
5) Investasi hanya boleh diberikan pada usaha-usaha yang tidak diharamkan dalam islam. Usaha minuman keras misalnya tidak boleh didanai oleh perbankan syariah

d. Fungsi dan Peran Bank Syariah

Fungsi dan peran bank syariah adalah:

1) Manajer Investasi, bank islam dapat mengelola investasi dana nasabah dengan menggunakan akad bagi hasil (*mudharabah*).
2) Investor, bank islam dapat menginvestasikan dana yang dimilikinya maupun dana nasabah yang dipercayakan kepadanya.
3) Penyediaan Jasa Keuangan dan Lalu Lintas Pembayaran, bank Islam dapat melakukan kegiatan jasa-jasa layanan perbankan sebagimana lazimnya institusi perbankan sepanjang tidak bertentangan dengan prinsip syariah.
4) Pelaksanaan Kegiatan Sosial, sebagai suatu ciri yang melekat pada entitas keuangan islam. Seperti: zakat, shadaqoh, serta pinjaman kebaikan (*qardhul hasan*) (Wibowo, 2005).

e. Tujuan Bank Syariah

Bank syariah adalah bank yang aktivitasnya meninggalkan masalah riba. Dengan demikian, penghindaran bunga yang dianggap

riba merupakan salah satu tantangan yang dihadapi dunia Islam dewasa ini. Suatu hal yang sangat menggembirakan bahwa belakangan ini para ekonom Muslim telah mencurahkan perhatian besar, guna menemukan cara untuk menggantikan sistem bunga dalam transaksi perbankan dan membangun model teori ekonomi yang bebas dan pengujiannya terhadap pertumbuhan ekonomi, alokasi dan distribusi pendapatan. Oleh karena itu, maka mekanisme perbankan bebas bunga yang biasa disebut dengan bank syariah didirikan. Tujuan perbankan syariah didirikan dikarenakan pengambilan riba dalam transaksi keuangan maupun non keuangan (QS. Al-Baqarah 2 : 275). Dalam sistem bunga, bank tidak akan tertarik dalam kemitraan usaha kecuali bila ada jaminan kepastian pengembalian modal dan pendapatan bunga (Arifin, 2002).

Menurut *handbook of islamic banking,* tujuan dasar dari perbankan islam ialah menyediakan fasilitas keuangan dengan cara mengupayakan instrumen-instrumen keuangan (*financial instrument*) yang sesuai dengan ketentuan-ketentuan dan norma-norma syariah.

Menurut Ghufron (2005) mengatakan bahwa tujuan didirikannya bank syariah adalah sebagai berikut:

1) Menyediakan lembaga keuangan perbankan sebagai sarana meningkatkan kualitas kehidupan sosial ekonomi masyarakat banyak.

2) Meningkatkan partisipasi masyarakat luas dalam proses pembangunan, terutama dalam bidang ekonomi.
3) Menyediakan perbankan yang sesuai dengan, kebutuhan masyarakat Islam, yang pada awalnya enggan berhubungan dengan bank. Karena mereka menganggap bahwa bank konvensional adalah bank yang berdasarkan bunga dan itu sama dengan riba yang dilarang.
4) Berkembangnya lembaga dan sistem perbankan yang sehat berdasarkan efisiensi dan keadilan, yang pada gilirannya dapat meningkatkan partisipasi masyarakat, sehingga menggalakkan usaha-usaha ekonomi masyarakat.
5) Untuk mendidik masyarakat agar berfikir secara ekonomis, berprilaku bisnis dalam meningkatkan kualitas hidup mereka.

f. Produk-Produk Bank Syariah di Indonesia

Sama seperti bank konvensional, bank syariah juga berperan dalam menghimpun dana dari pihak yang kelebihan dana dan meyalurkannya kepada pihak yang kekurangan dana. Sehingga, bank syariah memiliki produk-produk yang tergolong dalam (Sudarsono, 2013):

a. Produk Penyaluran Dana (*Financing*)

Dalam melakukan penyaluran dana, bank syariah melakukan metode sebagai berikut :

1) Prinsip Jual-Beli

Prinsip jual beli dilaksanakan sehubungan dengan adanya perpindahan kepemilikan barang. Tingkat keuntungan bank ditentukan di depan dan menjadi bagian harga atas barang yang dijual.

a) Pembiayaan Murabahah

Murabahah adalah jual-beli barang pada harga asal dengan tambahan keuntungan yang disepakati antara pihak bank dan nasabah. Bank membiayai pembelian barang yang dibutuhkan oleh nasabah dengan membeli kepada pemasok, dan kemudian menjualnya kepada nasabah dengan harga yang ditambah keuntungan.

b) Pembiayaan Salam

Salam adalah akad pesanan barang yang disebutkan sifat-sifatnya, yang dalam majelis itu pemesan barang menyerahkan uang seharga barang pesanan yang barang pesanan tersebut menjadi tanggungan penerima pesanan. Dapat disimpulkan bahwa, barang yang dipesan belum ada namun dilakukan pembayaran dimuka.

c) Pembiayaan Istishna

Istishna merupakan produk yang sejenis dengan salam, akan tetapi dalam istishna, pembayaran dapat dilakukan oleh bank dalam beberapa kali pembayaran.

d) Prinsip Sewa (Ijarah)

Ijarah adalah akad pemindahan hak guna atas barang dan jasa, melalui pembayaran upah sewa, tanpa diikuti dengan pemindahan kepemilikan atas barang itu sendiri. Pada ijarah, objek transaksinya adalah jasa, sedangkan pada jual-beli adalah barang.

2) Prinsip Bagi Hasil

a) Al-Musyarakah

Musyarakah adalah kerjasama antara kedua pihak atau lebih untuk suatu usaha tertentu di mana masih-masing pihak memberika kontribusi dana dengan keuntungan dan risiko akan ditanggung bersama sesuai kesepakatan.

b) Al-Mudharabah

Mudharabah adalah akad kerjasama usaha antara dua pihak dimana pihak pertama (shahibul maal) menyediakan seluruh modal, sedangkan pihak lainnya menjadi pengelola.

3) Akad Pelengkap

Akad pelengkap tidak ditujukan untuk mencari keuntungan, namun untuk mempermudah pelaksanaan pembiayaan dan diperbolehkan untuk meminta pengganti biaya-biaya yang dikeluarkan untuk melaksanakan akad ini.

a) Al-Hiwalah

Hiwalah adalah memindahkan hutang dari tanggungan orang yang berhutang (muhil) menjadi tanggungan orang yang berkewajiban membayar hutang (muhal alaib).

b) Ar-Rahn

Rahn adalah menahan salah satu harta milik si peminjam sebagai jaminan atas pinjaman yang diterimanya.

c) Al-Qardh

Al-Qardh adalah pemberian harta kepada orang lain yang dapat ditagih atau diminta kembali atau dengan kata lain meminjamkan tanpa mengharapkan imbalan.

d) Al-Wakalah

Wakalah adalah pelimpahan kekuasaan oleh seorang sebagai pihak pertama kepada orang lain sebagai pihak kedua dalam hal-hal yang diwakilkan.

e) Al-Kafalah

Kafalah adalah jaminan yang diberikan oleh penanggung (kafil) kepada pihak ketiga untuk memenuhi kewajiban pihak kedua atau yang ditanggung.

b. Produk Penghimpun Dana (*Funding*)

1) Sumber Dana

Dana bank syariah dapat diperoleh dari modal, titipan, investasi dan investasi khusus.

a) Al-Wadiah

Wadiah adalah titipan murni dari satu pihak ke pihak lain, baik individu maupun badan hukum, yang harus dijaga dan dikembalikan kapan saja si penerima kehendaki.

2) Investasi

a) Al-Mudharabah

Mudharabah dilaksanakan dengan penyimpan atau deposan bertindak sebagai shahibul maal (pemilik modal) dan bank sebagai mudharib (pengelola).

b) Al-Mudharabah Mutlaqah

Penerapan mudharabah muttlaqah dapat berupa tabungan dan deposito sehingga terdapat dua jenis himpunan danayaitu tabungan mudharabah dan deposito mudharabah. Prinsip ini tidak membatasi bank dalam menggunkaan dana yang dihimpun.

3) Investasi Khusus

a) Al-Mudharabah Muqayyadah *on Balance Sheet*

Mudharabah ini merupakan simpanan khusus *(restricted investment)* dimana pemilik dana dapat menetapkan syarat-syarat tertentu yang harus dipatuhi oleh pihak bank.

b) Al-Mudharabah Muqayyadah *off Balance Sheet*

Mudharabah ini merupakan penyaluran dana mudharabah langsung kepada pelaksana usahanya, di mana bank bertindak sebagai perantara *(aranger)* yang mempertemukan antara pemilik dana dengan pelaksana usaha.

c. Produk Pemberi Jasa *(Service)*

1) Al-Sharf

Sharf adalah perjanjian jual-beli suatu valuta dengan valuta lainnya atau jual beli mata uang asing.

2) Al-Ijarah

Jasa yang disediakan oleh pihak bank yang termasuk dalam akad ijarah adalah seperti penyewaan kotak simpanan *(safe depositbox).*

g. Perbedaan Sistem Bank Syariah dengan Bank Konvensional

Dalam beberapa hal, bank konvensional dan bank syariah memiliki persamaan, tetapi juga terdapat perbedaan yang mendasar diantara keduanya. Perbedaan itu menyangkut aspek legal, struktur organisasi, usaha yang dibiayai, dan lingkungan kerja. Berikut dijelaskan dalam tabel, yaitu:

TABEL 2.1.
PERBEDAAN SISTEM PERBANKAN SYARIAH DAN PERBANKAN KONVENSIONAL

No.	Perbankan Konvensional	Perbankan Syariah
1.	Beriorentasi kepada kepentingan pribadi	Beriorentasi pada kepentingan publik
2.	Senantiasa bersifat bebas nilai (materialistis)	Dalam pelayanan, tidak bebas nilai (berdasarkan prinsip Islam)
3.	Uang dianggap sebagai barang komoditi	Uang dianggap sebagai alat tukar saja dan tidak meganggapnya sebagai alat komoditi
4.	Investasi yang dilakukan relatif luas karena termasuk kegiatan yang halal dan yang haram	Investasi yang dilakukan relatif terbatas karena hanya pada kegiatan yang halal saja
5.	Hubungan dengan nasabah bernentuk kreditor-kreditor	Hubungan dengan nasabah berbentuk kemitraan
6.	Dalam operasinya menggunakan perangkat/sistem bunga	Dalam operasinya menggunakan sistem bagi hasil, jual beli atau sewa
7.	Aktivitasnya hanya beriorentasi untuk mencapai keuntungan saja	Aktivitasnya tidak hanya berorientasi untuk mencapai keuntungan saja tetapi juga untuk mencapai falah
8.	Tidak memiliki dewan pengawas syariah sehingga penghimpunan dan penyaluran dana tidak berdasarkan fatwa	Penghimpunan dan penyaluran dana harus sesuai dengan fatwa dewan pengawas syariah

Sumber: Irsyad Lubis, 2010

h. Perbedaan Bagi Hasil dan Bunga pada Bank Syariah dan Konvensional

Adapun perbedaan bagi hasil dan bunga pada bank syariah dan bank konvensional adalah sebagai berikut: Bagi hasil yang di maksud berbeda dengan bunga. Pada sistem bunga, nasabah akan

mendapatkan hasil yang sudah pasti berupa persentase tertentu dari saldo yang di simpannya di bank tersebut. Fatwa MUI No.1 tahun 2004 yang menyatakan praktek pembungaan uang saat telah memenuhi kriteria riba yang terjadi pada zaman Rasulullah SAW, yakni riba nasi'ah. Dengan demikian, praktek pembungaan uang ini termasuk salah satu bentuk riba, dan riba haram hukumnya (Majelis Ulama Indonesia). Berapa pun keuntungan usaha pihak bank, nasabah akan mendapatkan hasil yang sudah pasti.

TABEL 2.2.
PERBEDAAN SISTEM BAGI HASIL DENGAN SISTEM BUNGA

No.	Bunga	Bagi Hasil
1.	Penentuan bunga dibuat pada waktu akad dengan asumsi harus selalu untung	Penentuan besarnya rasio/ nisbah bagi hasil dibuat pada waktu akad dengan berpedoman pada kemungkinan untung rugi
2.	Besarnya persentase berdasarkan pada jumlah uang (modal) yang dipinjamkan	Besarnya rasio bagi hasil berdasarkan pada jumlah keuntungan yang diperoleh
3.	Pembayaran bunga tetap seperti yang dijanjikan tanpa pertimbangan apakah proyek yang dijalankan oleh pihak nasabah untung atau rugi	Bagi hasil bergantung pada keuntungan proyek yang dijalankan. Bila usaha merugi, kerugian akan ditanggung kedua belah pihak
4.	Jumlah pembayaran bunga tidak meningkat sekalipun jumlah keuntungan berlipat atau keadaan ekonomi sedang "booming"	Jumlah pembagian laba meningkat sesuai dengan jumlah pendapatan
5.	Eksistensi bunga diragukan (kalau tidak dikecam) oleh semua agama termasuk Islam.	Tidak ada yang meragukan keabsahan bagi hasil.

Sumber: Antonio (2010)

3. Persepsi Terhadap *Riba*

a. Pengertian *Riba*

Riba secara harfiah bermakna tambahan (*ziyadah*). Dalam arti yang lain riba berarti juga tumbuh dan membesar. Secara teis riba artiya pengambilan tambahan dari harta pokok atau modal secara batil. Memang terjadi perbedaan pandangan menganai pengertian riba namun terdapat esensi yang sama menyangkut pengetian riba sebagai bentuk pengambilan tambahan baik dalam transaksi jual beli maupuan pinajaman meminjamkan secara batil atau bertentangan dengan prinsip mu'amalat dalam islam. Praktek riba mengandung unsur ekploitasi yang menghancurkan sendi-sendi kehidupan masyarakat karena menguntungkan satu kelopok dengan merugikan kelopok lain (Widiastini, 2014).

Pada akhir tahun 2003, MUI secara resmi menfatwakan haramnya bunga bank konvensional. Dan sumber hukum tentang riba didasari pada Q.S. Al-Baqarah 278-279 dengan terjemahan sebagai berikut :

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آَمَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَذَرُوا مَا بَقِيَ مِنَ الرِّبَا إِنْ كُنْتُمْ مُؤْمِنِينَ (278) فَإِنْ لَمْ تَفْعَلُوا فَأْذَنُوا بِحَرْبٍ مِنَ اللَّهِ وَرَسُولِهِ وَإِنْ تُبْتُمْ فَلَكُمْ رُءُوسُ أَمْوَالِكُمْ لَا تَظْلِمُونَ وَلَا تُظْلَمُونَ (279)

"hai orang-orang yang beriman, bertakwalah kepada allah dantinggalkan sisa riba (yang belum dipungut) jika kamu orang-orang yangberiman. Maka jika kamu tidak mengerjakan

(meninggalkan sisa riba) maka ketahuilah bahwa allah dan rasul-nya akan memerangimu. Dan jikakamu bertaubat (dari pengambilan riba), maka bagimu pokok hartamu.kamu tidak menganiaya dan tidak pula dianiaya".

Menurut M. Umer Chapra, *riba* secara harfiah berarti adanya peningkatan, pertambahn, perluasan, atau pertumbuhan. Tetapi tidak semua peningkatan atau pertumbuhan terlarang dalam islam. Keuntungan juga merupaakan peningkatan atas jumlah pokok, tetapi hal ini tidaklah dilarang. Menurut sofiyinah, mengatakan bahwa *riba* merupakan kelebihan harta dalm sebuah transaksi dengan tidak adanya imbalan atau ganti.

b. Macam-macam *riba*

Secara garis besar *riba* dikelompokan menjadi dua yaitu *riba* utang-piutan termasuk (*riba qardh dan riba jahiliyah*) dan *riba* jual-beli termasuk (*riba fadhl dan riba nasi'ah*) yaitu sebagai berikut (Widiastini, 2014):

1) *Riba qardh*

Riba qardh yaitu suatu manfaat atau tingkat kelebihan tertentu yang disyaratkan terhaap yang berutang.

2) *Riba jahiliyah*

Riba jahiliyah yaitu utang dibayar lebih dari pokoknya karena si peminjam tidak mampu membayar utangnya pada waktu yang ditetapkan.

3) *Riba fadhl*

Riba fadhl yaitu pertukaran antara barang sejenis dengan kadar atau takaran yang berbeda sedangkan barang yang dipertukarkan itu termasuk dalam jenis barang *ribawi.*

4) *Riba nasi'ah*

Riba nasi'ah yaitu penangguhan penyerahan atau menerima jenis barang ribawi yang dipertukarkan dengan jenis barang *ribawi* lainya. *Riba nasi'ah* muncul karena adanya perbedaan, perubahan atau tambahan antara yang diserahkan saat ini dan yang akan diserahkan kemudian.

4. Teori Minat

a. Pengertian Minat

Minat (*interest*) berarti kecenderungan atau kegairahan yang tinggi atau keinginan yang besar terhadap sesuatu. Minat bukan istilah yang popular karena ketergantungannya pada faktor-faktor internal seperti pemusatan perhatian, keingintahuan, motivasi dan kebutuhan (Syah, 2004). Minat dalam kamus besar bahasa Indonesia diartikan sebagai sebuah kecenderungan hati yang tinggi terhadap sesuatu gairah atau keinginan (Moeliono,1999).

Minat merupakan suatu keinginan yang timbul dari diri sendiri tanpa ada paksaan dari orang lain untuk mencapai suatu tujuan tertentu. Menurut Pandji (1995) minat adalah rasa suka (senang) dan rasa tertarik pada suatu objek atau aktivitas tanpa ada

yang menyuruh dan biasanya ada kecenderungan untuk mencari objek yang disenangi tersebut. Minat lebih dikenal sebagai keputusan pemakaian atau pembelian jasa-jasa atau produk tertentu. Keputusan pembelian merupakan suatu proses pengambilan keputusan atas pembelian yang mencakup penentuan apa yang akan dibeli atau tidak melakukan pembelian dan keputusan tersebut diperoleh dari kegiatan-kegiatan sebelumnya yaitu kebutuhan dan dana yang dimiliki (Assauri, 2011).

Secara etimologi pengertian minat adalah perhatian, kesukaan (kecenderungan hati) kepada sesuatu keinginan. Sedangkan menurut istilah ialah suatu perangkat mental yang terdiri dari suatu campuran dari perasaan, harapan, pendirian, prasangka atau kecenderungan lain yang mengarahkan individu kepada suatu pilihan tertentu (Mappiare, 1997).

Minat merupakan motivasi yang mendorong orang untuk melakukan apa yang mereka inginkan bila mereka bebas memilih. Setiap minat akan memuaskan suatu kebutuhan. Dalam melakukan fungsinya kehendak itu berhubungan erat dengan pikiran dan perasaan. Pikiran mempunyai kecenderungan bergerak dalam sektor rasional analisis, sedang perasaan yang bersifat halus/tajam lebih mendambakan kebutuhan. Sedangkan akal berfungsi sebagai pengingat fikiran dan perasaan itu dalam koordinasi yang harmonis,

agar kehendak bisa diatur dengan sebaik-baiknya (Sukanto, 1985). Ada beberapa tahapan minat antara lain:

a) Informasi yang jelas sebelum menjadi nasabah.
b) Pertimbangan yang matang sebelum menjadi nasabah.
c) Keputusan menjadi nasabah.

b. Pengertian Minat Menabung

Minat menabung seseorang merupakan bagian dari motivasi seseorang menabung. Motivasi menurut Schiffman dan Kanuk (2000) dalam Prasetijo dan John J.O.I Ihalauw (2005), adalah dorongan dari dalam individu yang menyebabkan dia bertindak.

Minat mengarahkan individu akan suatu obyek atas dasar rasa senang atau tidak senang. Masyarakat mempunyai pilihannya sendiri sesuai dengan keinginan hatinya dalam menentukan dimana mereka akan menabung, apakah di bank konvensional atau di bank syariah. Orang lain tidak dapat memaksakan kehendak seseorang tersebut. Menurut Hantoro (2005), faktor intrinsik atau faktor yang dipengaruhi dari dalam diri individu itu sendiri (meliputi: pendapatan, perasaan senang dan harga diri). Faktor ekstrinsik atau faktor yang berasal dari luar (meliputi: lingkungan keluarga, lingkungan masyarakat, peluang dan pendidikan) (Sutanto, 2002).

Adapun hal-hal yang dapat mempengaruhi minat menabung, yaitu (Aromasari, 1991):

a. Kebudayaan; kebiasaan yang biasa ditanamkan oleh lingkungan sekitar, misalnya guru yang mengarahkan anak didiknya untuk rajin menabung.
b. Keluarga; orang tua yang rajin menabung secara tidak langsung akan menjadi contoh bagi anak-anaknya.
c. Sikap dan Kepercayaan; seseorang akan merasa lebih aman dalam mempersiapkan masa depannya jika ia memiliki perencanaan yang matang, termasuk dalam segi finansialnya.
d. Motif sosial; kebutuhan seseorang untuk lebih maju agar dapat diterima oleh lingkungannya dapat ditempuh melalui pendidikan, penampilan fisik, yang kesemuanya membutuhkan biaya yang akan lebih mudah dipenuhi bila ia menabung.
e. Motivasi dan pelayanan; pelayan yang baik akan mempengaruhi keinginan seseorang mendatang dapat mendorong seseorang untuk menabung.

Sukardi dan Anwari berpendapat bahwa minat menabung pada pokoknya menyangkut dua hal, yakni (Sukardi dan Anwar, 1984):

a. Masalah kemampuan untuk menabung yang ditentukan oleh selisih antara pendapatan dan pengeluaran yang dilakukan.
b. Kesediaan untuk menabung. Setiap individu pada umumnya mempunyai kecenderungan menggunakan seluruh pendapatannya untuk memenuhi kebutuhannya. Karena ada kecenderungan

tersebut, maka kemampuan menabung tidak secara otomatis diikuti dengan kesediaan menabung.

5. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Menjadi Nasabah di Bank Syariah

a. Religiusitas

1) Pengertian *Religiusitas*

Menurut Harun Nasution yang dikutip Jalaluddin (2010) pengertian agama berasal dari kata, yaitu: *al-Din, religi (relegere ,religare)* dan agama. *Al-Din* (semit) berarti undang-undang atau hukum. Kemudian dalam bahasa arab, kata ini mengandung arti menguasai, menundukkan, patuh, utang, balasan, kebiasaan. Sedangkan dari kata *religi* (latin) atau *relegere* berarti mengumpulkan dan membaca. Kemudian *religare* berarti mengikat. Adapun kata agama terdiri dari a = tidak; gam = pergi mengandung arti tidak pergi, tetap ditempat atau diwarisi turun-temurun.

Religius menurut Islam adalah menjalankan ajaran agama secara menyeluruh. Allah berfirman dalam Al-Qur'an surat Al-Baqarah ayat 208:

Artinya: "*hai orang-orang yang beriman, masuklah kamu kedalam Islam keseluruhan, dan janganlah kamu turut langkah-langkah syaitan. Sesungguhnya syaitan itu adalah musuh yang nyata bagimu".*

2) Pandangan Ahli Tentang Religiusitas

Menurut Nourcholis Majid, agama bukanlah sekedar tindakan-tindakan ritual seperti shalat dan membaca do'a. Agama lebih dari itu, yaitu keseluruhan tingkah laku manusia yang terpuji, yang dilakukan demi memperoleh ridha atau perkenan Allah (Sahlan, 2011).

Menurut Anshori dalam Ghufron & Risnawita (2010) agama menunjuk pada aspek-aspek formal yang berkaitan dengan aturan dan kewajiban, sedangkan *religiusitas* menunjuk pada aspek agama yang telah dihayati oleh seseorang dalam hati. Ghufron & Risnawita menegaskan lebih lanjut, bahwa *religiusitas* merupakan tingkat keterikatan individu terhadap agamanya. Apabila individu telah menghayati dan menginternalisasikan ajaran agamanya, maka ajaran agama akan berpengaruh dalam segala tindakan dan pandangan hidupnya.

Herbert Spencer, sosiolog dari Inggris dalam bukunya, *"Principles of Sociologi"* berpendapat bahwa faktor utama dalam agama adalah iman akan adanya kekuasaan tak terbatas, atau kekuasaan yang tidak bisa digambarkan batas waktu atau tempatnya.

James Redfield, dalam satu bukunya mengenai pengantar sejarah agama mengatakan bahwa keberagamaman adalah pengarahan manusia agar tingkah lakunya sesuai dengan perasaan

tentang adanya hubungan antara jiwanya dan jiwa yang tersembunyi, yang diakui kekuasaannya atas dirinya dan atas dirinya dan atas sekalian alam, dan dia rela merasa berhubungan seperti itu (Nikmah, 2013).

3) Dimensi Religiusitas

Menurut Glock & Stark dalam (Ancok, 2008) mengatakan bahwa terdapat lima dimensi dalam *religiusitas*, yaitu:

a) Dimensi keyakinan atau Ideologis

Dimensi keyakinan adalah tingkatan sejauh mana seseorang menerima hal-hal yang dogmatik dalam agamanya, misalnya kepercayaan kepada Tuhan, malaikat, surga dan neraka. Pada dasarnya setiap agama juga menginginkan adanya unsur ketaatan bagi setiap pengikutnya. Adapun dalam agama yang dianut oleh seseorang, makna yang terpenting adalah kemauan untuk mematuhi aturan yang berlaku dalam ajaran agama yang dianutnya. Jadi dimensi keyakinan lebih bersifat doktriner yang harus ditaati oleh penganut agama. Dengan sendirinya dimensi keyakinan ini menuntut dilakukannya praktek-praktek peribadatan yang sesuai dengan nilai-nilai Islam.

b) Dimensi praktik agama atau ritualistik

Dimensi praktik agama yaitu tingkatan sejauh mana seseorang mengerjakan kewajiban-kewajiban ritual dalam agamanya.

Unsur yang ada dalam dimensi ini mencakup pemujaan, ketaatan, serta hal-hal yang lebih menunjukkan komitmen seseorang dalam agama yang dianutnya. Wujud dari dimensi ini adalah perilaku masyarakat pengikut agama tertentu dalam menjalankan ritus-ritus yang berkaitan dengan agama. Dimensi praktek dalam agama Islam dapat dilakukan dengan menjalankan ibadah shalat, puasa, zakat, haji ataupun praktek muamalah lainnya.

c) Dimensi pengalaman atau eksperiensial

Dimensi pengalaman adalah perasaan-perasaan atau pengalaman yang pernah dialami dan dirasakan. Misalnya merasa dekat dengan Tuhan, merasa takut berbuat dosa, merasa doanya dikabulkan, diselamatkan oleh Tuhan, dan sebagainya.

d) Dimensi pengetahuan agama atau intelektual

Dimensi pengetahuan agama adalah dimensi yang menerangkan seberapa jauh seseorang mengetahui tentang ajaran-ajaran agamanya, terutama yang ada di dalam kitab suci manapun yang lainnya. Paling tidak seseorang yang beragama harus mengetahui hal-hal pokok mengenai dasar-dasar keyakinan, ritus-ritus, kitab suci dan tradisi. Dimensi ini dalam Islam meliputi Pengetahuan tentang isi Al-Quran, pokok-pokok ajaran yang harus diimani dan dilaksanakan,

hukum Islam dan pemahaman terhadap kaidah-kaidah keilmuan ekonomi Islam/perbankan syariah.

e) Dimensi konsekuensi

Yaitu dimensi yang mengukur sejauh mana perilaku seseorang dimotivasi oleh ajaran-ajaran agamanya dalam kehidupan sosial, misalnya apakah ia mengunjungi tetangganya sakit, menolong orang yang kesulitan, mendermakan hartanya, dan sebagainya.

Penelitian Kementerian Negara Kependudukan dan Lingkungan Hidup (1987) dalam skripsi Nikmah (2013) juga menunjukkan persamaan dengan dimensi yang diungkapkan oleh Glock dan Stark, yakni:

a) Dimensi Iman

Dimensi iman mencakup kepercayaan manusia dengan tuhan, malaikat, kitab-kitab, nabi, mukjizat, hari akhir dan adanya bangsa ghaib, serta takdir baik dan buruk.

b) Dimensi Islam

Sejauh mana tingkat frekuensi, intensitas dan pelaksanaan ibadah seseorang. Dimensi ini mencakup pelaksanaan shalat, zakat, puasa dan haji. Seperti yang dijelaskan dalam Islam dalam Al-Qur’an surat Al-Dzariyat ayat 56:

Artinya: *“Dan aku tidak menciptakan jin dan manusia melainkan supaya mereka mengabdi kepada-Ku“.*

c) Dimensi Ihsan

Mencakup pengalaman dan perasaan tentang kehadiran tuhan dalam kehidupan, ketenangan hidup, takut melanggar perintah tuhan, keyakinan menerima balasan, perasaan dekat dengan tuhan dan dorongan untuk melaksanakan perintah agama.

d) Dimensi Ilmu

Seberapa jauh pengetahuan seseorang tentang agamanya, misalnya pengetahuan tentang tauhid, fiqh, dan lain-lain.

e) Dimensi Amal

Meliputi bagaimana pengamalan keempat dimensi di atas yang ditunjukkan dalam perilaku seseorang. Dimensi ini menyangkut hubungan manusia dengan lingkungannya. Seperti dalam surat Saba' ayat 37:

Artinya: "*Dan sekali-kali bukanlah harta dan bukan (pula) anak-anak kamu yang mendekatkan kamu kepada Kami sedikitpun; tetapi orang-orang yang beriman dan mengerjakan amal-amal (saleh, mereka Itulah yang memperoleh balasan yang berlipat ganda disebabkan apa yang telah mereka kerjakan; danmereka aman sentosa di tempat-tempat yang tinggi (dalam syurga).*"

Secara garis besar, agama Islam mencakup tiga hal, yaitu keyakinan (aqidah), norma atau hukum (syariah), dan perilaku (akhlak). Oleh karena itu pengertian *religiusitas* Islam adalah

tingkat internalisasi beragama seseorang yang dilihat dari penghayatan aqidah, syariah, dan akhlak seseorang. Menurut Djamaludin Ancok (2008), rumusan Glock & Stark mempunyai kesesuaian dengan Islam, yaitu:

1) Dimensi keyakinan atau akidah Islam menunjuk pada seberapa tingkat keyakinan Muslim terhadap kebenaran ajaran-ajaran agamanya. Di dalam keberislaman, isi dimensi keimanan menyangkut keyakinan tentang Allah, surga dan neraka, serta qadha dan qadar.
2) Dimensi peribadatan (atau praktek agama) atau syariah menunjuk pada seberapa tingkat kepatuhan Muslim dalam mengerjakan kegiatan-kegiatan ritual sebagaimana yang disuruh dan dianjurkan oleh agamanya. Dalam keberislaman menyangkut pelaksanaan shalat, puasa, zakat, haji, membaca Al-qur'an, doa, zikir dan sebagainya.
3) Dimensi pengalaman atau akhlak menunjuk pada seberapa besar tingkatan muslim berperilaku dimotivasi oleh ajaran-ajaran agamanya, yaitu bagaimana individu berelasi dengan dunianya, terutama dengan manusia lain. Dalam keberislaman, dimensi ini meliputi perilaku tolong menolong, bekerjasama, berderma, berlaku jujur, memaafkan dan sebagainya.

4) Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Religiusitas

Thouless (1995), membedakan faktor-faktor yang mempengaruhi sikap keagamaan menjadi empat macam, yaitu:

a. Pengaruh pendidikan atau pengajaran dan berbagai tekanan sosial

   Faktor ini mencakup semua pengaruh sosial dalam perkembangan keagamaan itu, termasuk pendidikan dari orang tua, tradisi-tradisi sosial, tekanan dari lingkungan sosial untuk menyesuaikan diri dengan berbagai pendapat dan sikap yang disepakati oleh lingkungan itu.

b. Faktor pengalaman

   Berkaitan dengan berbagai jenis pengalaman yang membentuk sikap keagamaan. Terutama pengalaman mengenai keindahan, konflik moral dan pengalaman emosional keagamaan. Faktor ini umumnya berupa pengalaman spiritual yang secara cepat dapat mempengaruhi perilaku individu.

c. Faktor kehidupan

   Kebutuhan-kebutuhan ini secara garis besar dapat menjadi empat, yaitu:

   (1) kebutuhan akan keamanan atau keselamatan,

   (2) kebutuhan akan cinta kasih,

   (3) kebutuhan untuk memperoleh harga diri,

   (4) kebutuhan yang timbul karena adanya ancaman kematian.

d. Faktor intelektual

Berkaitan dengan berbagai proses penalaran verbal atau rasionalisasi.

Berdasarkan penjelasan di atas dapat disimpulan bahwa setiap individu berbeda-beda tingkat *religiusitas*nya dan dipengaruhi oleh dua macam faktor secara garis besarnya yaitu internal dan eksternal. Faktor internal yang dapat mempengaruhi *religiusitas* seperti adanya pengalaman-pengalaman emosional keagamaan, kebutuhan individu yang mendesak untuk dipenuhi seperti kebutuhan akan rasa aman, harga diri, cinta kasih dan sebagainya. Sedangkan pengaruh eksternalnya seperti pendidikan formal, pendidikan agama dalam keluarga, tradisi-tradisi sosial yang berlandaskan nilai-nilai keagamaan, tekanan-tekanan lingkungan sosial dalam kehidupan individu (Masruroh, 2015).

b. Fasilitas

Dalam menyediakan sebuah jasa, adanya fasilitas merupakan sesuatu yang sudah menjadi kewajiban. Tanpa adanya fasilitas yang dapat menunjang keberlangsungan dan kelancaran layanan jasa yang diberikan maka konsumen akan merasa ada kekurangan sehinggan mengurangi dorongan pada dirinya untuk menggunakan jasa tersebut. Seperti yang dijelaskan oleh Tjiptono (2000) dalam bukunya bahwa fasilitas menurutnya merupakan suatu paket jasa yang diartikan sebagai suatu bundel yang terdiri atas barang dan jasa yang

disediakan dalam lingkungan tertentu. Tjiptono juga menjelaskan bahwa fasilitas penunjang adalah sumber daya fisik yang harus ada sebelum suatu jasa dapat ditawarkan kepada konsumen. Menurut Tjiptono (2006) dalam Apriani (2011) desain dan tata letak fasilitas jasa erat kaitannya dengan pembentukan persepsi pelanggan. Sejumlah tipe jasa, persepsi yang terbentuk dari interaksi antara pelanggan dengan fasilitas berpengaruh terhadap kualitas jasa tersebut di mata pelanggan.

Kebutuhan konsumen akan perbankan juga membutuhkan fasilitas penunjang yang sesuai dengan perkembangan zaman dan kebutuhan konsumen. Tanpa adanya fasilitas yang memadai, tentu akan mengurangi keinginan nasabah dalam menggunakan jasa perbankan tersebut. Fasilitas dalam perbankan yang berupa fasilitas tangibel seperti misalnya adanya fasilitas Anjungan Tunai Mandiri (ATM), *Electronic Data Capture* (EDC), *mobile banking*, dll. Jika suatu perbankan dalam menyediakan fasilitas sesuai dengan kebutuhan nasabah, maka akan mengurangi keinginan nasabah dalam menggunakan jasa perbankan tersebut (Afifah, 2016).

Salah satu model kualitas jasa yang paling popular dan hingga saat ini masih dijadikan acuan dalam riset pemasaran adalah model *SERVQUAL* (*Service Quality*) yang dikembangkan oleh Parasuraman pada tahun 1988. *SERVQUAL* dibangun atas adanya perbandingan dua faktor utama, yaitu persepsi pelanggan atas layanan yang nyata

mereka terima (*Perceived Service*) dengan layanan yang sesungguhnya diharapkan (*Expected Service*). Dalam salah satu studi yang dilakukan oleh Parasuraman dengan 800 sampel yang terbagi dalam empat perusahaan dan berusia diatas 25 tahun, dapat disimpulkan bahwa terdapat lima dimensi *SERVQUAL* sebagai berikut:

1) Berwujud (*Tangible*): meliputi fasilitas fisik (gedung, gudang, mesin Anjungan Tunai Mandiri (ATM), dan lain-lain), perlengkapan dan peralatan yang digunakan (teknologi), serta penampilan pegawainya.
2) Keandalan (*Reliability*): pemberian pelayanan yang sesuai dengan apa yang sudah dijanjikan secara akurat dan terpercaya.
3) Ketanggapan (*Responsiveness*): membantu dan memberikan pelayanan yang cepat dan tepat kepada pelanggan dengan penyampaian informasi yang jelas.
4) Jaminan dan Kepastian (*Assurance*): pengetahuan, kesopan santunan, dan kemampuan pegawai.
5) Empati (*Empathy*): perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan kepada pelanggan.

c. Pengetahuan

Seseorang mendapatkan fakta dan informasi baru dengan menggunakan pengetahuan yang merupakan suatu faktor penting dalam membentuk tindakan seseorang. Menurut Notoatmodjo (2005),

pengetahuan adalah hasil penginderaan manusia atau hasil “tahu” seseorang terhadap objek melalui indera yang dimilikinya, yaitu indra penglihatan, pendengaran, penciuman, rasa dan raba. Manusia mendapatkan ilmu pengetahuan dengan berbagai cara, yaitu dengan cara tradisional, seperti bertanya pada orang yang ahli, dari pengalaman setelah menyelesaikan masalah, dan berpikir kritis (Potter dan Perry, 2005). Dari penjelasan di atas dapat disimpulkan bahwa pengetahuan merupakan hasil informasi baru yang dihasilkan melalui penginderaan yang diperoleh dari pengalaman hidupnya, yang menjadi acuan dalam pembentukan sikap seseorang.

Pengetahuan dalam hal ini adalah segala sesuatu yang berkaitan dengan bank syariah, baik tentang apa itu bank syariah, produk-produk apa saja yang ditawarkan, sistem apa yang diterapkan pada bank syariah, maupun hal lainnya yang berkaitan dengan bank syariah. Nasabah tidak tertarik untuk menggunakan jasa bank syariah bisa jadi karena nasabah kurang memahami atau minimnya pengetahuan nasabah tentang bank syariah (Sari, 2016).

Pengetahuan dipengaruhi oleh beberapa faktor seperti; pengalaman, pendidikan, keyakinan, penghasilan, sosial, lingkungan, dan sebagainya. Semakin banyak pengalaman yang diperoleh dari diri sendiri maupun orang lain, maka semakin bertambah juga pengetahuan yang kita dapatkan.

Menurut Wawan dan Dewi (2011), pengetahuan yang mencakup dalam domain kognitif ada 6 (enam) tingkatan, yaitu:

1) Tahu (*know*)

   Tahu diartikan sebagai mengingat suatu materi yang telah dipelajari sebelumnya setelah mengamati sesuatu sehingga merupakan tingkat pengetahuan yang paling rendah. Kata kerja untuk mengukur bahwa orang tahu tentang apa yang dipelajari antara lain menyebutkan, menguraikan, menyatakan, mendefinisikan, dan sebagainya.

2) Memahami (*comprehension*)

   Memahami diartikan sebagai suatu kemampuan untuk menjelaskan secara benar tentang objek yang diketahui dan dapat menginterpretasikan materi tersebut, sehingga orang paham terhadap suatu materi tersebut. Kata kerja untuk kemampuan ini adalah dapat menjelaskan, menyebutkan contoh atau menyimpulkan obyek yang dipelajari.

3) Aplikasi (*application*)

   Yaitu kemampuan untuk menggunakan materi yang telah dipelajari pada situasi atau kondisi, seperti penggunaan hukum-hukum, rumus, metode, prinsip, ciri-ciri, dan sebagainya.

4) Analisis (*analysis*)

   Yaitu suatu kemampuan menjabarkan materi atau komponen-komponen, tetapi masih ada kaitannya satu sama lain. Kata kerja

untuk kemampuan ini yaitu membedakan, mengelompokkan, menggambarkan, memisahkan dan sebagainya.

5) Sintesis (*synthesis*)

Sintesis merupakan suatu kemampuan untuk menghubungkan bagian-bagian di dalam suatu formulasi yang baru.

6) Evaluasi (*evaluation*)

Evaluasi berkaitan dengan kemampuan untuk melakukan *justifikasi* atau penilaian terhadap materi suatu materi berdasarkan kriteria yang ditentukan sendiri maupun menggunakan kriteria yang telah ada.

d. Promosi

Menurut Kotler (2002), promosi adalah berbagai kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan untuk menonjolkan keistimewaan-keistimewaan produknya dan membujuk konsumen sasaran agar membelinya. Dalam mempromosikan produk hendaknya dapat dipertimbangkan faktor apa saja yang dapat mempengaruhi pertimbangan konsumen dalam memilih suatu produk, sehingga bentuk promosi yang diberikan harus mencakup hal-hal yang bersifat persuasif agar konsumen tertarik untuk menggunakan produk yang ditawarkan.

Bauran promosi mempunyai enam macam kegiatan yang disebut bauran komunikasi pemasaran atau bauran promosi. Menurut Lupiyoadi dan Hamdani (2006), bauran promosi tersebut terdiri dari:

1) Periklanan

Periklanan merupakan salah satu bentuk dari komunikasi impersonal (*impersonal communication*) yang digunakan oleh perusahaan barang atau jasa. Peranan periklanan dalam pemasaran jasa adalah untuk membangun kesadaran (*awareness*) terhadap keberadaan jasa yang ditawarkan, membujuk calon konsumen (nasabah) untuk membeli atau menggunakan jasa tersebut. Media yang dapat digunakan untuk melakukan pengiklanan (meliputi : surat kabar, majalah, radio, televisi, papan reklame dan surat langsung).

2) Penjualan Perseorangan (*Personal Selling*)

Penjualan perseorangan mempunyai peran penting dalam pemasaran jasa karena adanya interaksi secara personal antara penyedia jasa dan konsumen. Contohnya, pihak bank presentasi langsung secara lisan kepada calon nasabah yang ditujukan untuk menggunakan jasa perbankan syariah.

3) Promosi Penjualan

Promosi penjualan dapat berupa pemberian hadiah, diskon, paket harga, sampel, tawaran pengambilan tunai dan kupon.

4) Hubungan Masyarakat (*PR*) dan Publisitas (*Publicity*)

Hubungan masyarakat merupakan kiat pemasaran penting lainnya, dimana perusahaan tidak hanya harus berhubungan dengan pelanggan saja, tetapi juga harus berhubungan dengan

kumpulan kepentingan publik yang lebih besar untuk membangun citra, mendukung aktifitas komunikasi lainnya, dan mengatasi isu maupun permasalahan yang ada. Publisitas juga merupakan informasi yang disebarluaskan mengenai produk, jasa, unit usaha, atau organisasi yang ditunjukkan pada masyarakat atau nasabah dalam bentuk berita yang tidak dibayar oleh sponsor.

B. Hasil Penelitian Terdahulu

Penelitian lain mengenai bank syariah dilakukan oleh Abd Wahab (2013) dengan judul "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Masyarakat Muslim Dalam Memilih Perbankan Syariah Di Kota Makassar". Janis penelitian yang dilakukan yaitu bersifat eksplanatif dengan pendekatan kuantitatif. Data dikumpulkan dengan menggunakan kuesioner dan wawancara. Berdasarkan hasil penelitian Wahab, diperoleh hasil penelitian bahwa persepsi, preferensi, dan sikap berpengaruh baik secara parsial maupun simultan terhadap perilaku masyarakat muslim Kota Makassar dalam memilih perbankan syariah. Preferensi masyarakat yang paling dominan mempengaruhi. Nilai koefisien determinasi (R^2) dalam penelitian ini sebesar 0,517 yang berarti bahwa 51,7% variasi tinggi rendahnya perilaku masyarakat muslim kota Makassar dalam memilih perbankan syariah dipengaruhioleh persepsi, preferensi, dan sikap, sedangkan sisanya 48,3% dipengaruhi oleh variabel lain diluar model penelitian.

Penelitian ini menguji pengaruh persepsi tentang bank syari'ah terhadap minat menggunakan produk di BNI Syari'ah Semarang yang diteliti oleh Anita Rahmawaty (2014). Persepsi tentang bank syari'ah terdiri dari atas 3 tiga variabel, yaitu: persepsi tentang bunga bank, persepsi tentang sistem bagi hasil, dan persepsi tentang produk bank syari'ah. Penelitian ini bersifat kuantitatif dengan desain paradigma positivistik. Penentuan sampel dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan teknik accidental sampling. Untuk itu peneliti mengambil 200 nasabah BNI Syari'ah Semarang sebagai sampel dalam penelitian ini. Sementara itu, teknik analisis datanya menggunakan metode analisis regresi berganda (Ordinary Least Square). Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa: pertama, persepsi tentang bunga bank berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap minat menggunakan produk bank syariah. Kedua, persepsi tentang sistem bagi hasil berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap minat menggunakan produk bank syariah. Ketiga, persepsi tentang produk bank syariah tidak berpengaruh terhadap minat menggunakan produk bank syariah.

Penelitian terdahulu yang hampir serupa dengan penelitian ini, yaitu oleh Sunarsih dan Wulandari (2014). Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengakui pengaruh faktor-faktor untuk kepentingan pelanggan yang nasabah di bank Muamalat, Rawamangun Jakarta. Instrumen penelitian ini usingmultiple analisis regresi linier. Hasil penelitian menyimpulkan bahwa religiusitas, layanan dan nisbah bagi hasil tidak berpengaruh untuk

kepentingan dalam menyelamatkan tapi dan kualitas produk telah siginifikan dan positif efek bunga tabungan, itu dibuktikan dengan perhitungan koefisien determinasi sekitar 0.358 (35,8%) sedangkan sisanya 64,2%. Dijelaskan faktor lain yang mempengaruhi minat nasabah.

Penelitian yang dilakukan oleh Jasa (2014) dalam penelitiannya yang berjudul "Faktor-Faktor Yang Menyebabkan Mahasiswa Fakultas Agama Islam Program Studi Muamalat (Syariah) Universitas Muhammadiyah Surakarta Tidak Menabung Di Bank Syariah" dengan menggunakan metode deskriptif kualitatif. Populasi dan sampel penelitian ini adalah semua mahasiswa fakultas agama islam program studi syariah (muamalah) Universitas Muhammadiyah Surakarta yang tidak menabung di bank syariah dari mahasiswa angkatan 2009 sampai angkatan 2012. Teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan wawancara dan dokumentasi. Berdasarkan hasil survei, faktor yang menyebabkan responden tidak menabung di bank syariah meliputi faktor lokasi bank syariah yang kurang strategis jauh dari tempat pemukiman mahasiswa, pelayanan bank syariah yang kurang memuaskan, keberadaan ATM yang hanya berada di perkotaan saja tidak seperti bank konvensional yang hingga ke pelosok, administrasi potongan bulanan di bank syariah lebih mahal jika dibandingkan dengan konvensional, dan alasan belum percaya sepenuhnya terhadap bank syariah yang masih melegalkan sistem riba.

Penelitian oleh Istiqomah (2015), dengan judul "Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Mahasiswa Perbankan Syariah Stain

Salatiga untuk Menjadi Nasabah di Perbankan Syariah". Penelitian ini bersifat kuantitatif dan metode pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan teknik penyebaran angket. Subjek penelitian menggunakan sampel sebanyak 87 responden, jumlah tersebut diambil dari jumlah populasi yaitu 674 responden. Data yang terkumpul dianalisis dengan menggunakan analisis regresi berganda, yang terdiri dari empat variabel dependen dan satu variabel independen. Hasil pengolahan data primer dengan menggunakan analisis regresi menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara variabel nilai syariah, produk, promosi, dan pelayanan terhadap keputusan mahasiswa perbankan syariah STAIN Salatiga untuk menjadi nasabah di perbankan syariah. Dari keempat variabel bebas tersebut, terlihat bahwa variabel pelayanan merupakan variabel utama yang meberikan kontribusi paling besar dalam hubungannya dengan hasil keputusan mahasiswa perbankan syariah STAIN Salatiga untuk menjadi nasabah di perbankan syariah.

Penelitian oleh Isneani Nur Imam (2016) "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Menjadi Nasabah BPD DIY Syariah". Permasalahan pada Penelitian ini adalah seberapa besar pengaruh lokasi, pelayanan, fasilitas, promosi serta produk terhadap keputusan menjadi nasaba di BPD DIY Syariah. Pengambilan sampel menggunakan metode *nonprobability sampling* dengan tehnik *sampling quota*. Berdasarkan hasil uji persial dari keenam variabel independen terdapat lima variabel yang berpengaruh signifikan terhadap keputusan menjadi nasah di BPD DIY

Syariah, yaitu variabel lokasi dengan nilai koefisien sebesar -2,309 dengan signifikansi 0,023. Variabel pelayanan dengan nilai koefisien sebesar 3,216 dengan signifikansi 0,002. Variabel fasilitas dengan nilai koefisien sebesar 2,561 dengan signifikansi 0,012. Variabel promosi dengan nilai koefisien sebesar 2,618 dengan signifikansi 0,010. Sedangkan variabel produk tidak memiliki pengaruh yang signifikan.

Oleh Suwarna Dianto (2016), penelitian ini bertujuan untuk menganalisis Faktor Faktor Yang Berpengaruh Terhadap Minat Masyarakat Untuk Menjadi Nasabah Bank Syariah (Studi Empiris Pada Masyarakat Di Daerah Istimewa Yogyakarta) berupa religiusitas, persepsi bunga bank adalah riba, variasi produk, lokasi, pengetahuan, dan informasi keuangan. Objek dalam penelitian ini adalah masyarakat umum di Daerah Istimewa Yogyakarta. Penelitian ini memiliki sampel berjumlah 92 responden dengan pengambilan secara convenience. Berdasarkan analisis yang telah dilakukan, diperoleh hasil bahwa terdapat pengaruh religiusitas, lokasi, pengetahuan, informasi keuangan terhadap minat masyarakat untuk menjadi nasabah bank syariah dan faktor lain yaitu persepsi bunga bank adalah riba, variasi produk tidak mempengaruhi minat masyarakat untuk menjadi nasabah bank syariah.

C. Hipotesis

H1: Religiusitas berpengaruh secara positif terhadap minat mahasiswa EPI UMY untuk menjadi nasabah di bank syariah.

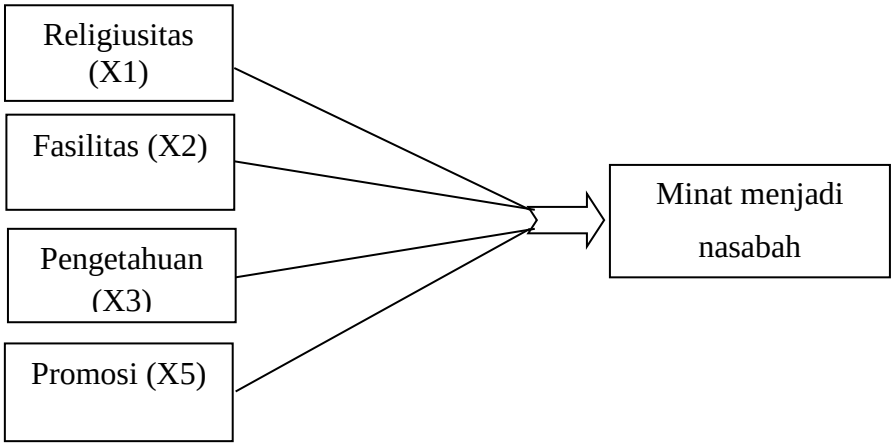
H2 : Fasilitas berpengaruh secara positif terhadap minat mahasiswa EPI UMY untuk menjadi nasabah di bank syariah.

H3 : Pengetahuan berpengaruh secara positif terhadap minat mahasiswa EPI UMY untuk menjadi nasabah di bank syariah

H5 : Promosi berpengaruh secara positif terhadap minat mahasiswa EPI UMY untuk menjadi nasabah di bank syariah.

D. Kerangka Pemikiran

Berdasarkan teori dan penjelasan yang telah diuraikan di atas, dalam penelitian ini aspek-aspek yang diukur dari minat mahasiswa Ekonomi dan Perbankan Islam UMY untuk menjadi nasabah di bank syariah meliputi: religiusitas, fasilitas, pengetahuan, dan promosi.



GAMBAR 2.1.
Kerangka Pemikiran