

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Pengetahuan

1. Pengertian Pengetahuan

Pengetahuan adalah segala sesuatu yang diketahui seseorang yang berkenaan dengan informasi baik yang disadari maupun tidak disadari oleh orang tersebut. Dalam pengertian lain, pengetahuan merupakan berbagai gejala yang ditemui dan diperoleh manusia melalui pengamatan akal. Dari beberapa definisi di atas maka dapat diambil kesimpulan bahwa pengetahuan segala sesuatu yang diketahui dan dimengerti seseorang yang berkenaan dengan suatu informasi yang diperoleh melalui pengamatan akal.

Pengetahuan muncul ketika seseorang menggunakan akalnya untuk mengenali benda ataupun kejadian tertentu yang belum pernah ditemui atau dirasakan sebelumnya.²⁰ Pengetahuan dapat diperoleh melalui berbagai media informasi seperti koran, televisi, radio, pamflet dan lainnya atau biasa juga melalui pengalaman yang telah dilakukan seseorang.

2. Faktor yang Mempengaruhi Pengetahuan

Pengetahuan dipengaruhi oleh beberapa faktor, diantaranya:

²⁰ M. Taufik, *Asal Usul Pengetahuan Dan Hakekat Pengetahuan*, (Bogor: Institut Pertanian Bogor, 2010), hlm. 30

a. Pendidikan

Pendidikan merupakan proses menumbuh kembangkan seluruh kemampuan dan perilaku manusia melalui pengetahuan sehingga dalam pendidikan perlu dipertimbangkan umur dan hubungan dengan proses belajar. Tingkat pendidikan merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi persepsi seseorang atau lebih mudah menerima ide-ide dan teknologi. Semakin tinggi pendidikan, hidup manusia akan semakin berkualitas karena pendidikan yang tinggi akan membuahkan pengetahuan yang baik yang menjadikan hidup yang berkualitas.

b. Paparan media massa

Melalui berbagai media massa baik cetak maupun elektronik maka berbagai informasi dapat diterima masyarakat, sehingga seseorang yang sering terpapar media massa akan memperoleh informasi yang lebih banyak dan dapat mempengaruhi tingkat pengetahuan yang dimiliki.

c. Sosial ekonomi atau pendapatan

Dalam memenuhi kebutuhan primer, maupun sekunder keluarga, status ekonomi yang baik akan lebih mudah tercukupi dibanding orang dengan status ekonomi rendah. Semakin tinggi status sosial ekonomi seseorang semakin mudah dalam mendapatkan pengetahuan, sehingga menjadikan hidup lebih berkualitas.

d. Hubungan sosial

Faktor hubungan sosial mempengaruhi hubungan individu sebagai komunikan untuk menerima pesan menurut model komunikasi media. Apabila hubungan sosial seseorang dengan individu baik maka pengetahuan yang dimiliki juga akan bertambah.

e. Pengalaman

Pengalaman adalah suatu sumber pengetahuan atau suatu cara untuk memperoleh kebenaran pengetahuan. Hal ini dilakukan dengan cara mengulang kembali pengalaman yang diperoleh dalam memecahkan permasalahan yang dihadapi dalam masa yang lalu. Pengalaman seseorang tentang berbagai hal biasanya diperoleh dari lingkungan kehidupan dalam proses pengembangan misalnya dalam proses pengembangan.²¹

3. Jenis-Jenis Pengetahuan

Menurut Engel, Blakwell, dan Miniard pengetahuan konsumen dibagi menjadi tiga macam, yaitu:

- a. Pengetahuan Produk Pengetahuan produk yaitu kumpulan berbagai informasi mengenai produk. Pengetahuan ini meliputi kategori produk, merek, terminology produk, atribut atau fitur produk, harga produk, dan kepercayaan mengenai produk.

²¹ Soekidjo Notoatmodjo, *Pendidikan dan Perilaku Kesehatan*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2003, hal. 46

- b. Pengetahuan Pembelian. Berbagai informasi yang diproses oleh konsumen untuk memperoleh suatu produk. Pengetahuan pembelian terdiri atas pengetahuan tentang di mana membeli produk dan kapan membeli produk. Ketika konsumen memutuskan akan membeli suatu produk, maka ia akan menentukan di mana ia membeli produk tersebut dan kapan akan membelinya. Keputusan konsumen mengenai tempat pembelian produk akan sangat ditentukan oleh pengetahuannya. Implikasi penting bagi strategi pemasaran adalah memberikan informasi kepada konsumen di mana konsumen bisa membeli produk tersebut.
- c. Pengetahuan Pemakaian. Suatu produk akan memberikan manfaat kepada konsumen jika produk tersebut telah digunakan atau dikonsumsi oleh konsumen. Agar produk tersebut bisa memberikan manfaat yang maksimal dan kepuasan yang tinggi kepada konsumen, maka konsumen harus bisa menggunakan atau mengkonsumsi produk tersebut dengan benar. Kesalahan yang dilakukan konsumen dalam menggunakan suatu produk akan menyebabkan produk tidak bisa berfungsi dengan baik. Ini akan menyebabkan konsumen kecewa, padahal kesalahan terletak pada diri konsumen. Produsen tidak menginginkan konsumen menghadapi hal tersebut, karena itu produsen sangat

berkepentingan untuk memberitahu konsumen bagaimana cara menggunakan produknya dengan benar.²²

B. Lokasi

1. Pengertian Lokasi

Menurut Rambat Lupiyoadi lokasi adalah tempat di mana perusahaan harus bermarkas dan melakukan operasi. Jadi lokasi di sini adalah tempat di mana suatu jenis usaha atau bidang usaha akan dilaksanakan.²³ Lokasi merupakan tempat penyampaian produk ke konsumen.²⁴ Dalam penelitian ini yang dimaksud lokasi adalah letak Bank Syariah Mandiri di Tulungagung. Lokasi bank adalah tempat di mana diperjual belikannya produk cabang bank dan pusat pengendalian perbankan. Dalam praktiknya ada beberapa macam lokasi kantor bank, yaitu lokasi kantor pusat, cabang utama, cabang pembantu, kantor kas dan lokasi mesin-mesin ajungan tunai mandiri. Jadi dapat disimpulkan bahwa lokasi bank adalah tempat mengoperasikan produk-produk perbankan dan untuk mengatur serta mengendalikan perbankan sesuai dengan prinsip-prinsip syariat islam.²⁵

2. Faktor Penentuan Lokasi

²² Ujang Sumarwan, *Perilaku Konsumen, Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*, (Bogor: Ghalia Indonesia, 2011), hal. 148

²³ Rambat Lupiyoadi, *Manajemen Pemasaran Jasa*, (Jakarta: Salemba Empat, 2013), hal. 96

²⁴ Philip Kotler dan Gery Armstrong, *Prinsip-prinsip Pemasaran Edisi 12*, (Jakarta: Erlangga, 2008), hal. 67

²⁵ Kasmir, *Pemasaran Bank Edisi Pertama*, (Jakarta: Prenada Media, 2004), hal. 145

Pertimbangan penentuan lokasi bank tidak dapat dilakukan secara sembarangan tetapi harus mempertimbangkan berbagai faktor-faktor yang perlu diperhatikan dalam pemilihan dan penentuan lokasi bank.²⁶ Secara khusus ada dua faktor yang menjadi pertimbangan dalam penentuan lokasi suatu bank, yaitu:

a. Faktor utama atau primer

- 1) Dekat dengan pasar
- 2) Dekat dengan perumahan
- 3) Tersedia tenaga kerja, baik jumlah maupun kualifikasi yang diinginkan
- 4) Terdapat fasilitas pengangkutan seperti jalan raya, kereta api, pelabuhan atau bandara.
- 5) Tersedia sarana dan prasarana seperti listrik, telepon dan lainnya
- 6) Sikap masyarakat

b. Faktor skunder

- 1) Biaya untuk investasi di lokasi seperti biaya pembelian tanah atau pembangunan gedung
- 2) Prospek perkembangan harga tanah, gedung, atau kemajuan di lokasi tersebut
- 3) Kemungkinan untuk perluasan lokasi
- 4) Terdapat fasilitas penunjang lain seperti pusat perbelanjaan atau perumahan

²⁶ *Ibid.*, hal. 149

5) Masalah pajak dan peraturan perburuhan di daerah setempat

Untuk menentukan lokasi kantor pusat pertimbangan yang umum dilakukan adalah dekat dengan pemerintah dan di ibukota negara atau provinsi. Pertimbangan untuk kantor wilayah adalah:

- a. Luas jangkauan wilayah
- b. Kemudahan akses ke berbagai penjuru
- c. Tersedia sarana dan prasarana yang lengkap
- d. Terletak di ibukota provinsi²⁷

Nasabah harus merasa nyaman dengan tata letak bank mulai saat nasabah memasuki halaman bank, memarkir kendaraannya, keteduhan halaman, keamanan halaman parkir, kemudian pencapaian kantor depan di mana nasabah biasa melakukan transaksi perbankan, tata letak teller, customer service, dan rak-rak aplikasi, meja-meja untuk mengisi aplikasi, ruang tunggu, tata penerangan ruangan, ketersediaan musik dan media televisi di ruang tunggu layanan, sampai pada istem antrian layanan.²⁸

C. Religiuisitas

1. Pengertian Religiuisitas

²⁷ Atwal Arifin dan Husnul Khotimah, "Pengaruh Produk, Pelayanan, Promosi dan Lokasi terhadap Keputusan Masyarakat Memilih Bank Syariah di Surakarta", *Seminar Nasional dan Call for Paper Program Studi Akuntansi-FEB UMS*, ISBN: 978-602-700429-2-6, hal. 171-172

²⁸ Kasmir, *Pemasaran Bank...*, hal. 145

Religiusitas adalah suatu tingkat di mana seseorang dapat berkomitmen atau setia kepada agamanya secara umum sudah diketahui bahwa agama dapat berpengaruh sangat kuat bagi seseorang. Pengaruh tersebut akan terlihat pada identitas atau karakter diri dan nilai seseorang yang akhirnya akan berpengaruh terhadap cara seseorang dalam berkonsumsi.

Menurut Djalaludin keberagamaan atau religiusitas adalah suatu yang amat penting bagi kehidupan manusia. Dorongan beragama merupakan salah satu dorongan yang bekerja dalam diri manusia sebagaimana seperti dorongan-dorongan yang lain seperti makan, minum, intelek dan sebagainya. Maka dorongan beragama pun menuntut untuk dipenuhi, sehingga pribadi manusia mencapai kepuasan dan ketenangan.²⁹

2. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Religiusitas

Faktor-faktor yang mempengaruhi religiusitas sikap keagamaan ada tiga 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

²⁹ Djalaludin, *Psikologi Agama*, (Jakarta: PT. Rata Grafindo Persada Empat, 1995), hal. 43

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 intelektual

Setiap individu berbeda-beda tingkat religiusitasnya 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, dan tekanan-tekanan lingkungan sosial dalam kehidupan individu.³⁰

³⁰ H. Robert Thoules, *Pengantar Psikologi Agama*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 1995), hal. 32

D. Minat Menjadi Nasabah

1. Pengertian Minat

Minat merupakan kecenderungan atau arah keinginan terhadap suatu hal untuk memenuhi dorongan hati, dorongan dari dalam diri tersebut yang mempengaruhi gerak dan kehendak terhadap sesuatu, dan dorongan yang kuat tersebut akan mempengaruhi bagi seseorang untuk melakukan segala sesuatu dalam mewujudkan keinginan.³¹

Menurut Kotler, minat beli adalah sebuah perilaku konsumen di mana konsumen mempunyai keinginan untuk membeli atau memilih suatu produk berdasarkan pengalaman dalam memilih, menggunakan dan mengonsumsi atau bahkan menginginkan sebuah produk.³²

2. Unsur-unsur Minat

Menurut Sudirman minat mengandung tiga unsur, yaitu:

- a. Perhatian yaitu banyak sedikitnya kesadaran yang menyertai sesuatu aktivitas yang dilakukan atau bisa dikatakan seseorang yang menaruh minat pada aktivitas akan memberikan perhatian yang besar, ia tidak segan untuk mengorbankan waktu dan tenaga demi aktivitas tersebut.
- b. Perasaan yaitu aktivitas dilakukan yang diliputi dengan perasaan senang dan tertarik akibat dari nilai-nilai yang terkandung dalam suatu objek tertentu.

³¹ Shaleh dan Abdul Rahman, *Psikologi Suatu Pengantar Dalam Perspektif Islam*, (Jakarta: Kencana, 2009), hal. 32

³² Engel, dkk. *Perilaku Konsumen, Terjemahan Budiyanto*, (Jakarta: Binarupa Aksara, 2005), hal. 123

- c. Motif yaitu seseorang akan melakukan aktifitas karena ada penggerak untuk mendorong seseorang untuk melakukan aktifitas tertentu.³³

3. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat Beli

Menurut teori Schiffman dan Kanuk, faktor faktor yang mempengaruhi minat beli yaitu:

- a. Kesadaran akan kebutuhan akan memengaruhi seseorang untuk memiliki minat beli terhadap apa yang dibutuhkan. Seseorang akan cenderung membeli suatu barang atau benda yang mereka butuhkan.
- b. Faktor yang kedua yaitu pengenalan produk, juga mempengaruhi minat beli seseorang. Seseorang yang mengenal dan memiliki pengetahuan terhadap produk tertentu akan cenderung ingin membeli produk tersebut.
- c. Faktor yang ketiga yaitu evaluasi alternatif, dengan munculnya produk-produk alternatif juga akan mempengaruhi minat beli seseorang.
- d. Faktor keempat yaitu pengaruh eksternal seperti usaha pemasaran, sosial, budaya. Usaha pemasaran adalah perangkat alat pemasaran yaitu seperti produk, harga, promosi, dan lokasi. Faktor sosial dan budaya lebih kepada faktor lingkungan dan budaya yang tertanam pada suatu daerah, dalam hal ini agama juga termasuk didalamnya.³⁴

³³ Sudirman, *Interaksi dan Motivasi Belajar Mengajar*, (Jakarta: Rajawali Press, 2001), hal.

³⁴ Hani Handoko dan Basu Swasta, *Perilaku Konsumen*, (Yogyakarta: BPFE, 2008), hal. 16

4. Nasabah

Menurut kamus besar bahasa indonesia (KBBI) nasabah merupakan orang yang biasa berhubungan dengan atau menjadi pelanggan bank (dalam hal keuangan). Menurut Gasperz nasabah adalah semua orang yang menuntut suatu perusahaan untuk memenuhi suatu standar kualitas tertentu yang akan memberikan pengaruh pada performansi perusahaan.³⁵

Didalam perbankan syariah nasabah dibedakan menjadi tiga, yaitu:

- a. Nasabah investor, yaitu nasabah yang menempatkan dananya di bank syariah dalam bentuk investasi berdasarkan akad antara bank syariah dan nasabah yang bersangkutan.
- b. Nasabah penyimpan, yaitu nasabah yang menempatkan dananya di bank dalam bentuk simpanan berdasarkan akad antara bank syariah dan nasabah yang bersangkutan.
- c. Nasabah pembiayaan, yaitu nasabah yang menerima fasilitas pembiayaan yang disediakan oleh bank syariah berdasarkan akad yang telah disetujui antara bank syariah dan nasabah yang bersangkutan.³⁶

³⁵ Vincen Gasperz, *Manajemen Kualitas dalam Industri Jasa*, (Jakarta: Gramedia, 2002), hal.45

³⁶ Rachmadi Usman, *Produk dan Akad Perbankan Syariah di Indonesia Implementasi dan Aspek Hukum*, (Bandung: PT Citra Aditya Bakti, 2009), hal. 36

E. Bank Syariah

1. Pengertian Bank Syariah

Bank berasal dari kata *banque* dalam bahasa Prancis yang berarti peti/lemari. Dalam Al-Qur'an istilah bank tidak disebutkan secara eksplisit. Namun jika yang dimaksud adalah sesuatu yang memiliki unsur-unsur seperti struktur, manajemen, fungsi, hak dan kewajiban maka semua itu disebut jelas, seperti zakat, *shadaqah*, *ghanimah* (rampasan perang), *bai'* (jual beli). *Dayn* (utang dagang), *maal* (harta) dan sebagainya, yang memiliki fungsi yang dilaksanakan oleh peran tertentu dengan kegiatan ekonomi.³⁷

Bank menurut UU No. 21 Tahun 2008 adalah badan usaha yang menghimpun dana masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya kepada masyarakat dalam bentuk kredit dan atau bentuk-bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat banyak. Perbankan Syariah adalah suatu sistem perbankan yang dijalankan berdasarkan dasar syariah (hukum) Islam. Pembentukan sistem ini didasari oleh larangan dalam agama islam untuk memungut maupun meminjam dengan bunga atau yang disebut dengan riba, serta larangan investasi untuk usaha-usaha yang dikategorikan haram, seperti usaha yang berkaitan dengan produksi makanan/minuman haram, usaha media yang tidak islami, dan lain-lain, di mana hal ini tidak dapat

³⁷ Heri Sudarsono, *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah*, (Jakarta: Ekonomi, 2008), hal. 18

dilakukan pada sistem perbankan konvensional.³⁸

Tabel 2.1
Perbedaan Bank Syariah dan Bank Konvensional

No.	Bank Syariah	Bank Konvensional
1	Investasi, hanya untuk proyek dan produk yang halal serta menguntungkan.	Investasi, tidak mempertimbangkan halal atau haram asalkan proyek yang dibiayai menguntungkan.
2	Return yang dibayar dan/atau di terima berasal dari bagi hasil atau pendapatan lainnya berdasarkan prinsip syariah.	Return baik yang dibayar kepada nasabah penyimpan dana dan return yang diterima dari nasabah pengguna dana berupa bunga.
3	Perjanjian dibuat dalam bentuk akad sesuai dengan syariah islam.	Perjanjian menggunakan hukum positif.
4	Orientasi pembiayaan, tidak hanya untuk keuntungan akan tetapi juga falah oriented, yaitu berorientasi pada kesejahteraan masyarakat.	Orientasi pembiayaan, untuk memperoleh keuntungan atas dana yang dipinjamkan.
5	Hubungan antara bank dan nasabah adalah mitra.	Hubungan antara bank dan nasabah adalah kreditur dan debitur.
6	Dewan Pengawas terdiri dari BI, Bapepam, Komisaris, dan Dewan Pengawas Syariah (DPS).	Dewan pengawas terdiri dari BI, Bapepam, dan Komisaris.
7	Penyelesaian sengketa, diupayakan diselesaikan secara musyawarah antara bank dan nasabah, melalui peradilan agama..	Penyelesaian sengketa melalui pengadilan negeri setempat..

2. Dasar Hukum Bank Syariah

a. Undang-Undang dan Peraturan Bank Indonesia

Dasar hukum utama bagi operasional perbankan syariah pada saat ini adalah UU Perbankan, UU Perbankan Syariah, PeraturanPeraturan Bank Indonesia tentang Perbankan Syariah

³⁸ Djoko Muljono, *Buku Pintar Akuntansi Perbankan dan Lembaga Keuangan Syariah*, (Yogyakarta: ANDI, 2015), hal. 414

antara lain PBI No. 11/3/PBI/2009 tentang Bank Umum Syariah dan PBI No. 11/23/PBI/2009 tentang Bank Perkreditan Rakyat Berdasarkan Prinsip Syariah serta Surat Edaran Bank Syariah (SEBI) yang terkait yaitu masing-masing No. 11/34/DPbS tanggal 7 April 2009 perihal Bank Umum Syariah dan No. 11/34/DPbS tanggal 23 Desember 2009 perihal Bank Pembiayaan Rakyat Syariah.

Berdasarkan ketentuan Pasal 7 dan Pasal 8 UU No. 12 tahun 2011 tentang Pembentukan Peraturan Perundang-undangan yang antara lain menegaskan bahwa undang-undang dan PBI merupakan hukum positif yang mempunyai kekuatan hukum mengikat. Karena itu, UU Perbankan Syariah dan PBI mengikat perbankan syariah dalam melaksanakan kegiatan usahanya dan tidak boleh dilanggar. Dengan sengaja tidak melaksanakan langkah-langkah yang diperlukan untuk memastikan ketaatan bank syariah atau UUS terhadap ketentuan UU Perbankan Syariah tersebut diancam dengan pidana penjara paling singkat 3 tahun dan paling lama 8 tahun serta pidana denda paling sedikit 5 miliar rupiah dan paling banyak 100 miliar rupiah.³⁹

b. Fatwa Dewan Syariah Nasional

Dewan Syariah Nasional (DSN) adalah badan yang dibentuk oleh Majelis Ulama Indonesia yang memiliki kompetensi dan

³⁹ Wangsawidjaja Z, *Pembiayaan Bank Syariah*, (Jakarta: PT Gramedia, 2012), hal.19

otoritas resmi sehingga mengeluarkan ketentuan-ketentuan syariah dalam bentuk fatwa DSN. Fatwa tersebut kemudian dituangkan dalam bentuk Peraturan Bank Indonesia (PBI). Dengan dituangkannya fatwa DSN ke dalam PBI maka prinsip syariah terkait dengan kegiatan usaha bank syariah yang tercantum dalam PBI tersebut menjadi hukum positif yang mengikat perbankan syariah.

c. Ketentuan Peraturan Perundang-undangan Lainnya

1) Dalil Syariah. Dalam al-Qur'an surah An-Nisa' (4):59 yang berbunyi:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا أَطِيعُوا اللَّهَ وَأَطِيعُوا الرَّسُولَ وَأُولَى الْأَمْرِ مِنْكُمْ فَإِنْ تَنَازَعْتُمْ فِي شَيْءٍ فَرُدُّوهُ إِلَى اللَّهِ وَالرَّسُولِ إِنْ كُنْتُمْ تُؤْمِنُونَ بِاللَّهِ وَالْيَوْمِ الْآخِرِ ۗ ذَٰلِكَ خَيْرٌ وَأَحْسَنُ تَأْوِيلًا

*"Wahai orang-orang yang beriman! Taatilah Allah dan taatilah Rasul (Muhammad), dan Ulil Amri (pemegang kekuasaan) di antara kamu. Kemudian, jika kamu berbeda pendapat tentang sesuatu, maka kembalikanlah kepada Allah (Al-Qur'an) dan Rasul (sunnahnya), jika kamu beriman kepada Allah dan hari kemudian. Yang demikian itu lebih utama (bagimu) dan lebih baik akibatnya."*⁴⁰

Allah memerintahkan kepada kita untuk menaati Allah, Rasul dan ulil amri. Ada beberapa penafsiran mengenai ulil amri antara lain dapat diartikan sebagai pemerintah atau pejabat yang berwenang tetapi ada juga yang berpendapat ulil amri adalah ulama atau ahli fikih. Oleh karena itu, al-Qur'an merupakan

⁴⁰ Abdul Aziz A.R. dan Andi Subarkah, *Al-Hufaz: Al-Qur'an...*, hal. 87

sumber hukum utama dari dalil-dalil Allah. Maka kita wajib mematuhi peraturan perundang-undangan yang telah ditetapkan oleh pemerintah.⁴¹

2) Dalil Konvensional

Dalam Hukum positif, terdapat ketentuan pasal 1 angka 2 UU No. 12 tahun 2011 tentang Pembentukan Peraturan Perundang-undangan menegaskan bahwa yang dimaksud peraturan perundangundangan adalah peraturan tertulis yang memuat norma hukum yang mengikat secara umum dan dibentuk atau ditetapkan oleh lembaga Negara atau pejabat yang berwenang melalui prosedur yang telah ditetapkan dalam peraturan perundang-undangan. Ketentuan konvensional berupa UU tentang Hak Tanggungan, UU tentang jaminan Fidusia dan ketentuan tentang Gadai yang mengikat secara umum. Berdasarkan ketentuan tersebut maka ketentuan perundang-undangan konvensional merupakan hukum positif yang dapat dijadikan pedoman oleh bank syariah selama tidak atau belum diatur secara khusus untuk bank syariah.

3. Prinsip Dasar Bank Syariah

Dalam operasinya, bank Syariah mengikuti aturan-aturan dan norma-norma Islam, seperti yang disebutkan dalam pengertian di atas,

⁴¹ Wangsawidjaja Z, *Pembiayaan Bank Syariah...*, hal. 27

yaitu⁴²:

- a. Terbebas dari bunga atau riba. Pelarangan bunga dalam islam dikarenakan bunga tersebut mengandung unsur riba yang sudah jelas ada larangan di dalam Al-Qur'an. Dengan adanya larangan tersebut, bank syariah beroperasi tidak berdasarkan pada bunga melainkan berpedoman pada prinsip yang diperbolehkan islam.
- b. Prinsip terbebas dari kegiatan spekulatif seperti judi. Perjudian atau biasa disebut dengan maysir dapat diartikan dengan mendapatkan sesuatu dengan sangat mudah tanpa harus kerja keras. Dalam syariat islam kegiatan seperti judi ini dilarang, karena perjudian merupakan suatu kejahatan yang akan merugikan orang lain dan dilarang karena dianggap sebagai perbuatan dzalim.
- c. Bank syariah harus terbebas dari hal yang tidak jelas atau meragukan (*gharar*). Larangan gharar dalam islam bisa dilihat dari pengertiannya yaitu akibat, bencana dan risiko. Yang termasuk dalam gharar itu semua kegiatan atau aktivitas yang didalamnya terdapat ketidakjelasan.
- d. Terbebas dari hal yang bathil dan prinsip yang terakhir hanya melakukan kegiatan yang halal.

Biasanya keempat prinsip ini biasa disingkat dengan MAGHRIB (maysir, gharar, riba, dan bathil).

⁴² Ascarya dan Diana Yumanita, *Bank Syariah: Gambaran Umum Pusat Pendidikan dan Studi Kebanksentralan (PPSK) Bank Indonesia*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2005), hal. 5

4. Fungsi Bank Syariah

Bank syariah memiliki tiga fungsi utama yaitu menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk titipan dan investasi, menyalurkan dana kepada masyarakat yang membutuhkan dana dari bank, dan juga memberikan pelayanan dalam bentuk jasa perbankan syariah.

a. Menghimpun dana

Bank syariah menghimpun dana dari masyarakat yang kelebihan dana dalam bentuk titipan dengan menggunakan akad *al-Wadiah* dan dalam bentuk investasi dengan menggunakan akad *al-Mudharabah*.

b. Menyalurkan dana

Bank syariah menyalurkan dana kepada masyarakat yang membutuhkan. Masyarakat dapat memperoleh pembiayaan dari bank syariah asalkan dapat memenuhi semua ketentuan dan persyaratan yang berlaku. Menyalurkan dana merupakan aktivitas yang sangat penting bagi bank syariah. bank syariah akan memperoleh return atas dana yang disalurkan. Return atau pendapatan yang diperoleh bank atas penyaluran dana ini tergantung pada akadnya.

c. Pelayanan jasa bank

Pelayanan jasa bank syariah ini diberikan dalam rangka memenuhi kebutuhan masyarakat dalam menjalankan aktivitasnya. Pelayanan jasa kepada nasabah. Berbagai jenis produk pelayanan jasa yang diberikan oleh bank syariah antara lain jasa

pengiriman uang (*transfer*), pemindahbukuan, penagihan surat berharga, kliring *letter of credit*, *inkaso*, garansi bank dan pelayanan jasa bank lainnya.⁴³

5. Tujuan Bank Syariah

Tujuan perbankan Indonesia, yaitu menunjang pelaksanaan pembangunan nasional dalam rangka meningkatkan pemerataan, pertumbuhan ekonomi, dan stabilitas nasional ke arah peningkatan kesejahteraan rakyat banyak. Begitu juga penyaluran dana oleh perbankan syariah adalah menunjang pelaksanaan pembangunan, meningkatkan keadilan, kebersamaan, dan pemerataan kesejahteraan rakyat. Tujuan perbankan syariah ini identik dengan sistem ekonomi islam. Sistem ekonomi islam merupakan sistem yang adil dan seksama serta berupaya menjamin kekayaan tidak terkumpul hanya pada satu kelompok saja, tetapi tersebar kepada seluruh masyarakat.⁴⁴

6. Produk Bank Syariah

a. Penghimpunan Dana

Produk penghimpunan bank syariah ditujukan untuk mobilisasi dana dan investasi tabungan untuk pembangunan perekonomian dengan cara yang adil sehingga keuntungan dapat dijamin bagi semua pihak. Mobilisasi dana merupakan hal yang penting karena dalam islam secara tegas melarang adanya

⁴³ Ismail, *Perbankan Syariah Edisi Pertama*, (Jakarta: Prenadamedia Group, 2017), hlm. 30-

⁴⁴ Wangsawidjaja Z, *Pembiayaan Bank Syaiah...*, hal. 32-33

pnimbunan tabungan dan menuntut penggunaan sumber dana secara produktif dalam rangka mencapai tujuan sosial-ekonomi islam. Produk penghimpunan bank syariah mempunyai empat jenis yaitu:⁴⁵

1) Pendanaan dengan prinsip *wadi'ah*

- a) Giro *wadi'ah* adalah produk pendanaan bank syariah berupa simpanan dari nasabah dalam bentuk rekening giro untuk keamanan dan kemudahan pemakaiannya.
- b) Tabungan *wadi'ah* adalah produk pendanaan bank syariah berupa simpanan dari nasabah dalam bentuk rekening tabungan.

2) Pendanaan dengan prinsip *qardh*

Simpanan giro dan tabungan juga dapat menggunakan prinsip *qardh*, ketika bank dianggap sebagai penerima pinjaman tanpa bunga dari nasabah deposan, bank dapat memanfaatkan dana pinjaman untuk tujuan apa saja.⁴⁶

3) Pendanaan dengan prinsip *mudharabah*

- a) Tabungan *mudharabah*, bank syariah menerima simpanan dari nasabah dalam bentuk rekening tabungan untuk keamanan dan kemudahan pemakaiannya seperti rekening

⁴⁵ Ascarya, *Akad dan Produk Bank Syariah: Konsep dan Prakteknya di Beberapa Negara*, (Jakarta: Bank Indonesia, 2006), hal. 114

⁴⁶ *Ibid.*, hal. 117

giro tetapi nasabah tidak dapat menarik sempanana dengan cek.

- b) Deposito / investasi umum (tidak terikat), bank syariah menerima simpanan deposito berjangka (satu bulan ke atas) ke dalam rekening investasi umum dengan prinsip *mudharabah lmutlaqah*.
- c) Deposito / investasi khusus (terikat), rekening investasi ini biasanya dilaksanakan oleh bank dengan prinsip *mudharabah muqayyadah*. Rekening investasi ini khusus ditujukan kepada nasabah/investor besar dan instansi.⁴⁷

b. Penyaluran dana

Dalam menyalurkan dana kepada nasabah, secara garis besar produk pembiayaan syariah dibagi menjadi tiga kategori yaitu :

1) Prinsip jual beli (*Ba'i*)

Prinsip jual beli dilakukan sehubungan dengan adanya perpindahan kepemilikan barang. Dengan tingkat keuntungan ditentukan di depan dan menjadi bagian harga atas barang yang dijual. Transaksi jual beli dibedakan berdasarkan bentuk pembayaran dan waktu penyerahan barangnya seperti.⁴⁸

- a) Pembiayaan *murabahah*. *Murabahah* berasal dari kata “*ribhu*” (keuntungan) adalah transaksi jual beli di mana

⁴⁷ Ascarya, *Akad dan Produk...*, hal. 119

⁴⁸ Adji Waluyo, *Perbankan Syariah*, (Jakarta: Pusat Komunikasi Ekonomi Syariah, 2007), hal. 33

bank menyebutkan jumlah keuntungannya. Bank akan bertindak sebagai penjual, sementara nasabah sebagai pembeli.

- b) Pembiayaan *salam*. *Salam* adalah transaksi jual beli di mana barang yang diperjualbelikan belum ada. Oleh karena itu, barang diserahkan secara tangguh sedangkan pembayarannya dilakukan di awal (tunai).
- c) Pembiayaan *Istishna'*. Produk *istishna'* menyerupai produk *salam*, namun dalam *istishna'* pembayarannya dapat dilakukan oleh bank dalam beberapa kali pembayaran. Pembiayaan ini umumnya diaplikasikan pada pembiayaan manufaktur dan konstruksi. Ketentuan umum dalam pembiayaan *istishna* adalah spesifikasi barang pesanan harus jelas seperti jenis, macam ukuran, mutu dan jumlah.

2) Prinsip sewa (*Ijarah*)

Transaksi *ijarah* dilandasi adanya perpindahan manfaat. Jadi pada dasarnya prinsip *ijarah* sama saja dengan prinsip jual beli, namun perbedaannya terletak pada objek transaksinya, di mana bila pada jual beli objek transaksinya adalah barang sedangkan pada *ijarah* objek transaksinya adalah jasa. Pada akhir masa sewa, bank dapat menjual barang yang disewakan kepada nasabah. Karena itu dalam perbankan syariah dikenal

sebagai *ijarah muntahhiyah bittamlik*.⁴⁹

- 3) Prinsip bagi hasil Produk pembiayaan syariah yang didasarkan pada prinsip bagi hasil adalah musyarakah dan *mudharabah*.

c. Produk Jasa Bank

- 1) *Rahn* adalah akad menggadaikan barang dari satu pihak ke pihak lain dengan uang sebagai gantinya. Akad ini dapat berubah menjadi produk jika digunakan untuk pelayanan kebutuhan konsumtif dan jasa seperti pendidikan, kesehatan dll.
- 2) *Wakalah* adalah akad perwakilan antara dua pihak yang umumnya digunakan untuk penerbitan LC akan tetapi juga dapat digunakan untuk menstransfer ke pihak lain.
- 3) *Kafalah* adalah akad untuk penjaminan. Akad ini digunakan untuk penerbitan garansi atau jaminan pembayaran terlebih dahulu.
- 4) *Hawalah* adalah akad untuk pemindahan utang-piutang.
- 5) *Sharf* adalah transaksi pertukaran emas, perak serta mata uang asing.⁵⁰

⁴⁹ *Ibid.*, hal. 36

⁵⁰ Kementerian Agama RI, *Buku Saku Perbankan Syariah*, (Jakarta: Kemenag, 2013), hal. 91- 92

F. Kajian Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu berfungsi untuk memberikan gambaran serta penjelasan terhadap kerangka konseptual dalam membahas isi, selain itu bertujuan untuk mendapatkan bahan perbandingan dan acuan. Beberapa penelitian terdahulu akan diuraikan secara ringkas oleh penulis karena penelitian ini mengacu pada beberapa penelitian sebelumnya sebagai pendukung penelitian. Meskipun ruang lingkup hampir sama tetapi karena obyek, periode waktu, dan alat analisis yang digunakan berbeda maka terdapat banyak hal yang tidak sama sehingga dapat dijadikan sebagai referensi untuk saling melengkapi.

Penelitian yang pertama dilakukan oleh Abdul Haris Romdhoni dan Dita Ratnasari dengan judul “Pengaruh Pengetahuan, Kualitas Pelayanan, Produk, dan Religiusitas terhadap Minat Nasabah untuk Menggunakan Produk Simpanan pada Lembaga Keuangan Mikro Syariah”. Hasil analisis dari penelitian tersebut menjelaskan bahwa variabel kualitas pelayanan dan produk tidak terdapat pengaruh yang signifikan terhadap minat nasabah untuk menggunakan produk simpanan pada lembaga keuangan mikro syariah. Sedangkan yang memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat nasabah untuk menggunakan produk simpanan pada lembaga keuangan mikro syariah adalah variabel pengetahuan dan religiusitas.⁵¹ Persamaan penelitian terdapat pada variabel independen (X) yang diteliti yaitu variabel pengetahuan, variabel religiusitas dan variabel dependen (Y) yaitu minat

⁵¹ Abdul Haris Romdhoni dan Dita Ratnasari, “Pengaruh Pengetahuan, Kualitas..., hal. 146

nasabah. Sedangkan perbedaannya terdapat pada variabel independen (X) lain yang digunakan dan objek penelitian, objek penelitian yang dilakukan oleh Haris dan Dita adalah lembaga keuangan mikro syariah sedangkan objek penelitian ini adalah Bank Syariah Mandiri.

Penelitian yang kedua dilakukan oleh Sayyidatul Maghfiroh dengan judul “Pengaruh Religiusitas, Pendapatan, dan Lingkungan Sosial terhadap Minat Menabung di Bank Syariah pada Santri Pesantren Mahasiswi Darush Shalihah”. Hasil dari penelitian tersebut menjelaskan bahwa variabel religiusitas tidak terdapat pengaruh yang signifikan terhadap minat menabung di bank syariah. Sedangkan yang memiliki pengaruh signifikan terhadap minat menabung di bank syariah adalah variabel pendapatan dan variabel lingkungan sosial.⁵² Persamaan penelitian terdapat pada variabel independen (X) yang diteliti yaitu variabel religiusitas dan variabel dependen (Y) yaitu minat nasabah. Sedangkan perbedaannya terdapat pada variabel independen (X) lain yang digunakan dan studi kasus penelitian, studi kasus penelitian yang dilakukan oleh Sayyidatul adalah santri pesantren mahasiswi Darush Shalihah, sedangkan studi kasus penelitian ini adalah masyarakat Desa Wonorejo.

Penelitian yang ketiga dilakukan oleh Atwal Arifin dan Husnul Khotimah dengan judul “Pengaruh Produk, Pelayanan, Promosi dan Lokasi terhadap Keputusan Masyarakat memilih Bank Syariah memilih Bank Syariah di Surakarta”. Hasil dari penelitian tersebut menjelaskan bahwa

⁵² Sayyidatul Maghfiroh, “Pengaruh Religiusitas, Pendapatan..., hal. 221

variabel produk, variabel promosi dan variabel lokasi tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan masyarakat memilih bank syariah memilih bank syariah di surakarta. Sedangkan yang memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan masyarakat memilih bank syariah memilih bank syariah di surakarta adalah variabel pelayanan.⁵³ Persamaan penelitian terdapat pada variabel independen (X) yang diteliti yaitu variabel lokasi. Sedangkan perbedaannya terdapat pada variabel lain yang digunakan dan studi kasus penelitian, studi kasus penelitian yang dilakukan oleh Atwal nasabah Bank Syariah Mandiri Cabang Surakarta, sedangkan studi kasus penelitian ini adalah masyarakat Desa Wonorejo.

Penelitian yang keempat dilakukan oleh Roni Andespa dengan judul “Pengaruh Atribut Produk terhadap Minat Menabung Nasabah di Bank Syariah”. Hasil dari penelitian tersebut menjelaskan bahwa variabel biaya, fungsi, lokasi, informasi, dan image pengaruh positif signifikan terhadap minat menabung di bank syariah.⁵⁴ Persamaan penelitian terdapat pada variabel dependen (Y) yang diteliti yaitu variabel minat. Sedangkan perbedaannya terdapat pada variabel lain yang digunakan dan studi kasus penelitian, studi kasus penelitian yang dilakukan oleh Roni Andespa adalah nasabah Bank Syariah di Sumatera Barat, sedangkan studi kasus penelitian ini adalah masyarakat Desa Wonorejo.

⁵³ Atwal Arifin dan Husnul Khotimah, “Pengaruh Produk, Pelayanan...”, hal. 182

⁵⁴ Roni Andespa, “Pengaruh Atribut Produk...”, hal. 189

Penelitian yang kelima dilakukan oleh Fajar Mujaddid dan Pandu Tezar Adi Nugroho dengan judul “Pengaruh Pengetahuan, Reputasi, Lingkungan, dan Religiusitas terhadap Minat Pelajar Sekolah Menengah Kejuruan Prodi Perbankan Syariah dalam Menabung di Bank Syariah”. Hasil dari penelitian tersebut menjelaskan bahwa variabel pengetahuan dan variabel lingkungan tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat pelajar sekolah menengah kejuruan prodi perbankan syariah dalam menabung di bank syariah. Sedangkan yang memiliki pengaruh signifikan terhadap minat pelajar sekolah menengah kejuruan prodi perbankan syariah dalam menabung di bank syariah adalah variabel reputasi dan variabel religiusitas.⁵⁵ Persamaan penelitian terdapat pada variabel independen (X) yang diteliti yaitu variabel pengetahuan, lokasi, religiusitas dan variabel dependen (Y) yaitu variabel minat . Sedangkan perbedaannya terdapat pada variabel lain yang digunakan dan studi kasus penelitian, studi kasus penelitian yang dilakukan oleh Fajar dan Pandu adalah pelajar sekolah menengah kejuruan prodi perbankan, sedangkan studi kasus penelitian ini adalah masyarakat Desa Wonorejo.

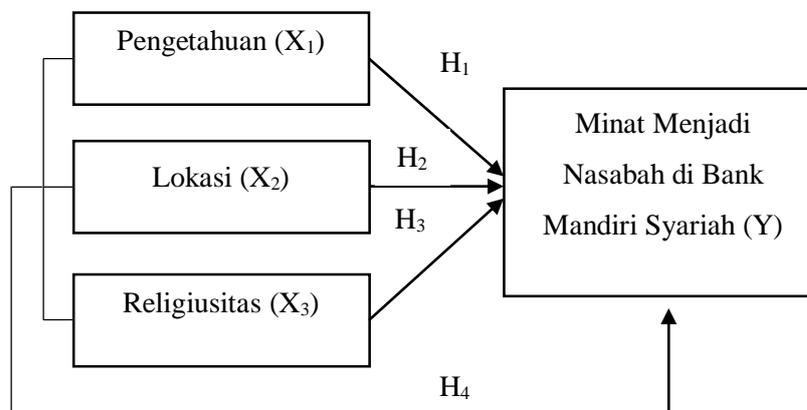
Penelitian yang ke-enam dilakukan oleh Cindhy Audina Putribasutami dan Sista Pramita dengan judul “Pengaruh Pelayanan, Lokasi, Pengetahuan, dan Sosial terhadap Keputusan Menabung di Ponorogo”. Hasil dari penelitian tersebut menjelaskan bahwa lokasi tidak memiliki

⁵⁵ Fajar Mujaddid dan Pandu Tezar Adi Nugroho, “Pengaruh Pengetahuan, Reputasi..., hal. 34

pengaruh yang signifikan terhadap keputusan menabung di Ponorogo. Sedangkan yang memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan menabung di Ponorogo adalah variabel pelayanan, pengetahuan, dan sosial.⁵⁶ Persamaan penelitian terdapat pada variabel independen (X) yang diteliti yaitu variabel lokasi dan variabel pengetahuan. Sedangkan perbedaannya terdapat pada variabel lain yang digunakan dan studi kasus penelitian, studi kasus penelitian yang dilakukan oleh Chindy dan Pramita masyarakat Ponorogo, sedangkan studi kasus penelitian ini adalah masyarakat Desa Wonorejo.

G. Kerangka Konseptual

Berdasarkan rumusan masalah serta landasan teori dan tinjauan penelitian ini dengan judul “Pengaruh Pengetahuan, Lokasi dan Religiusitas terhadap Minat Menjadi Nasabah di Bank Syariah Mandiri. Maka penulis membuat suatu kerangka pemikiran yaitu sebagai berikut:



⁵⁶ Chindy Audina Putribasutami dan R.A. Sista Paramita, “Pengaruh Pelayanan, Lokasi..., hal. 157

Gambar 2.1 : Skema Kerangka Pemikiran

Variabel bebas (X) dari pengetahuan (X1), lokasi (X2), dan religiusitas (X3) sedangkan variabel terikat (Y) adalah minat menjadi nasabah.

H. Hipotesis Penelitian

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap masalah yang masih bersifat dugaan karena masih harus dibuktikan kebenarannya. Oleh karena itu dugaan tersebut harus diuji kebenarannya dengan data yang dikumpulkan melalui penelitian.⁵⁷ Hipotesis penelitian ini adalah:

- H₁ : Pengetahuan berpengaruh signifikan terhadap minat menjadi nasabah di Bank Syariah Mandiri Tulungagung.
- H₂ : Lokasi berpengaruh signifikan terhadap minat menjadi nasabah di Bank Syariah Mandiri Tulungagung.
- H₃ : Religiusitas berpengaruh signifikan terhadap minat menjadi nasabah di Bank Syariah Mandiri Tulungagung.
- H₄ : Pengetahuan, lokasi dan religiusitas secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap minat menjadi nasabah di Bank Syariah Mandiri Tulungagung.

⁵⁷ Wikipedia Bahasa Indonesia, <http://id.m.wikipedia.org/wiki>