

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Lingkungan

1. Pengertian Lingkungan

Lingkungan sosial adalah semua interaksi sosial antara masyarakat, baik secara langsung, misalnya dengan berdiskusi dengan seorang teman, maupun secara *vicarious*, yaitu pengamatan mengenai apa yang sedang dilakukan atau dikenakan orang lain. Seseorang belajar sesuatu melalui dua jenis interaksi tersebut.

Lingkungan sosial merupakan tempat berlangsungnya aktivitas sehari-hari. Lingkungan sosial menjadi faktor penentu terhadap perubahan-perubahan perilaku yang terjadi pada setiap individu atau kelompok. Lingkungan keluarga, teman sebaya, serta lingkungan tempat tinggal akan membentuk perilaku dalam diri setiap individu. Lingkungan sosial yang baik akan membentuk pribadi yang baik, karena perilaku dan kepribadian seseorang cerminan dari lingkungan sosial yang ia tempati. Keluarga menjadi lingkungan sosial yang pertama kali dikenal seorang individu sebelum terjun pada lingkungan sosial lainnya yang lebih besar.

Kepribadian yang terbentuk pada anak dipengaruhi oleh kondisi lingkungan sosialnya serta didasari oleh berbagai faktor berlangsungnya interaksi sosial. Ketika seorang anak mulai berinteraksi dengan lingkungan sekitarnya, maka secara tidak langsung kepribadian akan timbul berdasarkan hasil interaksi tersebut. Hal ini

menunjukkan betapa pentingnya peran lingkungan sosial dalam membentuk kepribadian seseorang.¹

Lingkungan sosial adalah semua orang atau manusia lain yang mempengaruhi kita. Pengaruh lingkungan sosial ada yang diterima secara langsung maupun tidak secara langsung. Anak-anak semenjak dilahirkan sampai menjadi manusia dewasa, menjadi orang yang dapat berdiri sendiri dan bertanggung jawab sendiri dalam masyarakat, harus mengalami perkembangan. Baik atau buruknya hasil perkembangan anak itu bergantung pada pendidikan (pengaruh-pengaruh) yang diterima anak itu dari berbagai lingkungan pendidikan yang dialaminya.²

2. Aspek-Aspek dalam lingkungan

Aspek-aspek dalam lingkungan sosial yang ditempuh oleh seseorang melalui 3 hal:

a. Lingkungan keluarga

Lingkungan keluarga memiliki peran yang sangat penting dalam perkembangan anak-anak menjadi manusia yang berprilaku dan berguna bagi masyarakat. Pendidikan keluarga adalah pendidikan orangtua kepada anak-anaknya yang didasarkan pada rasa kasih sayang terhadap anak-anak dan yang diterimanya adalah kodrat. Orangtua adalah pendidik sejati, pendidik karena kodratnya. Oleh karena itu, kasih sayang orangtua terhadap anak-anak hendaklah kasih sayang yang sejati pula. Pengaruh keluarga dalam pendidikan anak berbeda-beda. Sebagian keluarga atau orangtua mendidik anak-anaknya menurut pendirian-pendirian modern,

¹ https://id.m.wikipedia.org/wiki/Lingkungan_sosial diakses pada tanggal 2 Juli 2020 pukul 20:13 WIB

² Muhammad Tito Purnomo, *Pengaruh bPengetahuan Kewirausahaan dan Lingkungan Sosial Terhadap Minat Wirausaha Siswa Teknik Kendaraan Ringan SMK NEGERI 1 SEYEGAN*, Skripsi: Universitas Negeri Yogyakarta, 2015, hal. 18

sedangkan sebagian lagi masih menganut pendirian-pendirian kuno. Keadaan tiap keluarga berbeda-beda antar satu sama lain. Ada keluarga kaya, ada keluarga yang kurang mampu, ada keluarga yang besar karena banyak anggota keluarganya dan ada pula keluarga yang kecil. Ada keluarga yang selalu diliputi oleh suasana tenang dan tentram, adapula yang selalu gaduh, bercecekok, dan sebagainya. Dengan sendirinya, keadaan dalam keluarga yang bermacam-macam coraknya itu akan membawa pengaruh yang berbeda-beda pula terhadap pendidikan anak.

b. Lingkungan Sekolah

Lingkungan sekolah adalah buatan manusia. sekolah didirikan oleh masyarakat untuk membantu memenuhi kebutuhan keluarga yang sudah tidak mampu memberi bekal persiapan hidup bagi anak-anaknya. Untuk mempersiapkan anak agar hidup dengan cukup bekal kepandaian dan kecakapan dalam masyarakat modern, yang telah tinggi kebudayaannya seperti sekarang ini, anak-anak tidak cukup hanya menerima pendidikan dan pengajaran dari keluarganya saja.

c. Lingkungan Masyarakat

Suatu dimensi yang sangat penting adalah masyarakat. Dalam konteks ini lingkungan masyarakat mencakup unsur-unsur individu, kelompok, sumber-sumber alami, sumber budaya, sistem nilai dan norma, kondisi atau situasi serta masalah-masalah, dan berbagai hambatan dalam masyarakat.³

3. Lingkungan Sosial Perkotaan

Daerah perkotaan menurut Jonny Purba ialah sebuah komunitas yang relatif luas, dihuni secara padat oleh penduduk yang beraneka ragam dari segi pekerjaan, pendidikan

³ Rif'at Maulidi, *Pengaruh Pengetahuan, Religiusitas, dan Lingkungan Sosial Terhadap Minat Menabung Menggunakan Bank Syariah (Studi Kasus Siswa SMA Negeri 1 Ambarawa)*, Skripsi: IAIN Salatiga, 2018, hal. 31-32

dan gaya hidup. Disini jaringan komunikasi sangat kompleks dan intensif, dan bangunan-bangunannya terbuat dari batu yang tahan lama, tinggi, dan besar. Kemudian, tersebut maka pada akhirnya berkembanglah satu pola pemukiman yang kompleks yang bergiat beragam pekerjaan

Mobilitas di lingkungan perkotaan lebih tinggi, mobilitasnya berkorelasi secara positif. Hubungan sosial di perkotaan adalah bersifat kontak sekunder, didominasi oleh hubungan impersonal dan kasual. Hubungan sosial sangat kompleks dalam berbagai macam urusan, dangkal, dan penuh standar formalitas.

Untuk hal pekerjaan di lingkungan perkotaan cenderung kepada spesialisasi kerja. Dikarenakan di lingkungan perkotaan sudah memikirkan bagaimana ia meraih keberhasilan dengan contoh seperti berdagang maupun wirausaha. Menurut Sorokin dan Zimmerman perkotaan ialah sebuah hotel bagi seluruh golongan. Berbagai kelas sosial, berbagai jenis pekerjaan, berbagai budaya, berbagai pandangan hidup, dan berbagai pola perilaku.⁴

B. Pengetahuan Masyarakat

1. Pengertian pengetahuan Masyarakat

Pengetahuan merupakan pengalaman yang terekam dalam kesadaran seseorang. Pengetahuan adalah segala sesuatu yang diketahui, berkenaan dengan hal-hal yang di lihat, di dengar maupun di alami. Pengetahuan dapat diperoleh dari berbagai media informasi seperti Koran, televisi, radio, pamphlet dan lain-lain atau bisa juga melalui pengalaman yang telah dilakukan oleh seseorang.

⁴ Jonny Purba, *Pengelolaan Lingkungan Sosial*, (Jakarta: 2005, Yayasan Obor Indonesia) hal. 62-76

Pengetahuan konsumen adalah semua informasi yang dimiliki konsumen mengenai berbagai macam produk dan jasa, serta pengetahuan lainnya yang terkait dengan produk dan jasa tersebut dan informasi yang berhubungan dengan fungsi sebagai konsumen. Pengetahuan konsumen akan mempengaruhi keputusan pembelian.

2. Jenis-jenis Pengetahuan Konsumen

Pembagian pengetahuan konsumen itu dalam tiga macam, yaitu:

a. Pengetahuan produk

Pengetahuan yang dimiliki oleh konsumen seputar produk baik dari segi kategori, merk, fitur dan atribut produk.

b. Pengetahuan pembelian

Pengetahuan konsumen berkaitan dengan bagaimana konsumen tersebut dapat membeli dan bagaimana tata cara pembelian produk tersebut.

c. Pengetahuan pemakaian

Produk yang telah dibeli konsumen akan lebih memberikan manfaat apabila dikonsumsi dengan sebaik-baiknya. Maka setiap konsumen harus memiliki pengetahuan tentang pemakaian produk itu sendiri. Karena dengan cara memakai produk secara baik dan benar akan menimbulkan kepuasan pembelian begitu sebaliknya apabila seseorang konsumen tidak dapat memakai sebuah produk dengan benar maka akan muncul kekecewaan terhadap produk tersebut.⁵

Menurut Kotler yang dialih bahasakan oleh Hendra Teguh, Ronny A Rusli dan Benyamin Molan (2000) dalam Sunardi, Ana Maftukhah (2015) menyebutkan:

⁵ Feny Putriana Dewi, *Pengaruh Pengetahuan, Persepsi Produk dan Pendapatan Terhadap Minat Masyarakat Menabung di Bank Syariah Kota Salatiga Dengan Religiusitas Sebagai Variabel Moderating*, Skripsi: IAIN SALATIGA, 2019, Hal. 20.

“pengetahuan adalah suatu perubahan dalam perilaku suatu individu yang berasal dari pengalaman.” Konsumen memiliki tingkatan pengetahuan produk yang berbeda, yang dapat di pergunakan ununtuk menerjemahkan informasi baru dan membuat pilihan keputusan. Pengetahuan dibagi menjadi 3 jenis pengetahuan produk yaitu:

- a. Pengetahuan tentang karakteristik atau atribut produk/jasa.
- b. Pengetahuan tentang manfaat produk/jasa.
- c. Pengetahuan tentang kepuasan yang diberikan oleh produk/jasa bagi konsumen.

Semakin meningkatnya persaingan di dalam dunia perbankan maka Bank-bank syariah mendorong untuk lebih berorientasi kepada konsumen atau nasabah. Untuk mendukung upaya tersebut diperlukan pengetahuan mengenai konsumen terutama perilakunya. Setidaknya ada dua alasan mengapa perilaku konsumen perlu dipahami:

- a. Dengan memahami konsumen akan menuntun pemasar kepada kebijakan pemasaran yang tepat dan efisien.
- b. Diharapkan dengan berorientasi pada konsumen , pemasar dapat melakukan strategi yang baik dalam mensiasati kelebihan penawaran dari pada permintaan di dunia bisnis.

perilaku konsumen adalah studi tentang unit pembelian dan proses pertukaran yang melibatkan perolehan, konsumsi, dan pembuangan barang/jasa, pengalaman serta ide-ide

Dalam mengkonsumsi suatu produk, konsumen cenderung memilih produk yang memberikan nilai atau manfaat yang lebih dibandingkan dengan produk lainnya. Keputusan konsumen timbul karena karena adanya penilaian yang objektif atau karena dorongan emosi. Keputusan untuk bertindak adalah berasal dari serangkaian aktivitas dan

rangsangan mental dan emosional. Keputusan yang rumit sering melibatkan beberapa keputusan melibatkan pilihan diantara dua atau lebih alternative. Keputusan selalu mensyaratkan pilihan diantara beberapa perilaku yang berbeda.⁶

Berdasarkan pengertian tentang pengetahuan di atas, maka dapat disimpulkan bahwa pengetahuan adalah segala atau semua informasi yang di ketahui oleh masyarakat maupun konsumen melalui pengalaman setiap individu yang dapat mendorong untuk melakukan pembelian suatu produk atau jasa.

3. Faktor-Faktor yang mempengaruhi Pengetahuan

faktor-faktor yang mempengaruhi pengetahuan adalah:

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 juga merupakan salah satu factor yang mempengaruhi persepsi seseorang atau lebih mudah menerima ide-ide dan teknologi. Pendidikan meliputi peranan penting dalam menentukan kualitas manusia. Dengan pendidikan manusia dianggap akan memperoleh pengetahuan implikasinya.

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

⁶Sunardi, Ana Maftukhah, *pengetahuan konsumen dan keputusan menjadi nasabah*, jurnal islaminomic, 2015 Vol. 6, No. 2, Hal. 39 -40.

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

c. Sosial ekonomi (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 mendapat pengetahuan, sehingga menjadikan hidup lebih berkualitas.

d. Hubungan Sosial

Faktor hubungan sosial mempengaruhi kemampuan individu sebagai komunikasikan 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 di peroleh dalam memecahkan permasalahan yang dihadapi pada masa yang lalu. Pengalaman seseorang individu tentang berbagai hal biasanya diperoleh dari lingkungan kehidupan dalam proses pengembangan misalnya sering mengikuti organisasi.⁷

⁷Rahma Bellani Oktavindra Iranati, *pengaruh religiusitas, kepercayaan, pengetahuan, dan lokasi terhadap minat masyarakat menabung di bank syariah*, skripsi: UIN SYARIF HIDAYATULLAH JAKARTA, 2017, Hal. 21.

C. Lokasi Perusahaan

1. Pengertian Lokasi

Pemilihan lokasi mempunyai fungsi yang strategis karena dapat ikut menentukan tercapainya tujuan badan usaha. Lokasi dapat diidentifikasi sebagai “tempat, kedudukan secara fisik yang mempunyai fungsi strategis karena dapat ikut menentukan tercapainya tujuan badan usaha”. Lokasi atau tempat atau letak adalah “tempat dimana perusahaan itu didirikan”. Jadi, lokasi disini adalah tempat dimana suatu jenis usaha atau bidang usaha akan dilaksanakan.⁸

Lokasi adalah tempat dimana perusahaan harus bermarkas melakukan operasi. Jadi lokasi disini adalah tempat dimana suatu jenis usaha atau bidang usaha akan dilaksanakan. Penentuan lokasi suatu bank merupakan salah satu kebijakan yang sangat penting. Bank yang terletak dalam lokasi yang strategis sangat memudahkan nasabah dalam berurusan dengan bank. Disamping lokasi yang strategis, hal lain juga yang mendukung lokasi tersebut adalah layout ruangan itu sendiri.⁹

2. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pemilihan Lokasi

Faktor-faktor yang mempengaruhi pemilihan lokasi usaha menurut Manullang, antara lain :

- a. Lingkungan masyarakat
- b. Kedekatan dengan pasar atau konsumen
- c. Tenaga kerja

Langkah-langkah Dalam Pemilihan Lokasi :

⁸ Nandang Sunandar Said, *Analisis Pengaruh Lokasi dan Pelayanan Pegadaian Syariah Terhadap Minat Nasabah*, Skripsi: UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, 2010, hal. 12

⁹ Annisak Fujiarini, *Pengaruh Lokasi, Keunikan Produk Tabungan dan Communication Interpersonal Skill Karyawan terhadap Minat Nasabah untuk Menabung Di BMT Peta Tulungagung*, Skripsi: IAIN Tulungagung, 2019, hal. 27

1) Memilih wilayah atau daerah

Ada 5 faktor yang menjadi dasar antara lain:

- a) Dekat dengan pasar
- b) Dekat dengan bahan baku
- c) Tersedianya fasilitas pengangkutan
- d) Terjaminnya pelayanan umum
- e) Kondisi iklim dan lingkungan yang menyenangkan

2) Memilih masyarakat tertentu di wilayah yang dipilih pada tingkat pemilihan pertama.

Pilihan didasarkan 5 faktor yaitu:

- a) Tersedianya tenaga kerja yang cukup dalam jumlah dan skill yang diperlukan
- b) Tingkat upah yang lebih murah
- c) Adanya perusahaan yang bersifat suplementer atau komplementer
- d) Adanya kerjasama yang baik antar sesama usaha yang ada
- e) Peraturan daerah yang menunjang

3) Memilih lokasi tertentu

Lokasi berarti berhubungan dengan dimana perusahaan harus bermarkas dan melakukan operasi. Dalam hal ini ada tiga jenis interaksi yang mempengaruhi lokasi, yaitu:

- a) Konsumen mendatangi pemberi jasa (perusahaan): apabila keadaanya seperti ini maka lokasi menjadi sangat penting. Perusahaan sebaiknya memilih tempat dekat dengan konsumen sehingga mudah dijangkau dengan kata lain strategis.

- b) Pemberi jasa (perusahaan) mendatangi perusahaan: dalam hal ini lokasi tidak terlalu penting , tetapi harus diperhatikan adalah penyampaian jasa harus tetap berkualitas.
- c) Pemberi jasa dan konsumen tidak bertemu langsung: berarti *service provider* dan konsumen berinteraksi melalui sarana tertentu seperti telepon, computer atau surat. Dalam hal ini lokasi menjadi sangat tidak penting selama komunikasi antara kedua pihak dapat terlaksana.¹⁰

3. Pertimbangan-pertimbangan dalam penentuan lokasi

Dalam mendirikan perusahaan, pemilihan lokasi sangat dipertimbangkan. Karena pemilihan lokasi merupakan faktor bersaing yang penting dalam usaha menarik konsumen atau pelanggan.¹¹ Pertimbangan pertimbangan dalam menentukan lokasi meliputi faktor_faktor sebagai berikut.

- a) Akses Misalnya lokasi yang dilalui atau mudah dijangkau sarana transportasi umum.
- b) Visibilitas Misalnya lokasi dapat dilihat dengan jelas dari tepi jalan.
- c) Lalu lintas (*traffic*) dimana ada dua hal yang perlu dipertimbangkan, yaitu: Banyaknya orang yang lalu lalang bisa memberi peluang terjadinya impulse buying dan kepadatan dan kemacetan lalu lintas bisa menjadi hambatan.
- d) Tempat parker yang luas dan aman.
- e) Ekspansi Yaitu tersedia tempat yang luas untuk perluasan usaha dikemudian hari.
- f) Lingkungan Yaitu daerah sekitar mendukung jasa yang ditawarkan.
- g) Persaingan Yaitu lokasi pesaing.

¹⁰ Nandang Sunandar Said, *Analisis Pengaruh Lokasi dan Pelayanan Pegadaian Syariah Terhadap Minat Nasabah, Skripsi: UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, 2010, hal. 12*

¹¹ Kasmir, *Pemasaran Bank*, (Jakarta: Kencana, 2005) hal 166-168

h) Peraturan pemerintah Misalnya ketentuan yang melarang bengkel berdekatan dengan tempat pemukiman penduduk.

Tujuan strategi lokasi adalah untuk memaksimalkan keuntungan lokasi bagi perusahaan. Pengusaha akan selalu berusaha mencari lokasi yang strategis, yang mudah dilihat dan dijangkau oleh konsumen. Lokasi bisnis yang paling tepat untuk bisnis jasa adalah ditempat dengan potensi pasar yang besar.¹²

D. Minat

1. Pengertian Minat

Minat adalah sikap jiwa orang seorang termasuk ketiga fungsi jiwanya (kognisi, konasi, dan emosi) yang tertuju pada sesuatu dan dalam hubungan itu unsur perasaan yang kuat.

Minat adalah kecenderungan yang tetap untuk memperhatikan dan mengenang beberapa kegiatan. Sedangkan menurut Djaali dalam (Nur Rifai: 2017) menjelaskan bahwa minat adalah rasa suka dan rasa ketertarikan pada suatu hal atau aktifitas, tanpa ada yang menyuruh.¹³

Minat dalam kamus besar bahasa Indonesia adalah kecenderungan hati yang tinggi terhadap suatu ghairah atau keinginan. Minat merupakan kecenderungan seseorang untuk memilih suatu aktifitas diantara beberapa aktifitas lainnya. Minat digambarkan sebagai situasi seseorang sebelum melakukan tindakan, yang dapat

¹² Nandang Sunandar Said, *Analisis Pengaruh Lokasi dan Pelayanan Pegadaian Syariah Terhadap Minat Nasabah*, Skripsi: UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, 2010, hal. 29

¹³ Nur Rifai, *Persepsi Masyarakat Non Muslim Terhadap Minat Menjadi Nasabah Bank Syariah di Surakarta*, Skripsi IAIN Surakarta, 2017, Hal. 14

dijadikan dasar untuk memprediksi perilaku tindakan tersebut. Minat dalam arti sempit merupakan dorongan atau daya penggerak.

Minat adalah kecenderungan yang menetap untuk memperhatikan dan mengenang beberapa aktifitas. Seseorang yang berminat pada aktifitas akan memperhatikan aktifitas itu secara konsisten dengan rasa senang. Minat beli adalah bagian dari komponen perilaku konsumen dalam sikap konsumsi, kecenderungan responden untuk bertindak sebelum keputusan membeli benar-benar dilaksanakan.

Dari beberapa pendapat yang dikemukakan para ahli diatas maka penulis mengartikan bahwa minat adalah keterkaitan dengan kecenderungan yang erat kaitannya dengan perasaan terutama perasaan senang terhadap sesuatu yang dianggapnya special dengan kebutuhan yang di butuhnya. Hal itu bisa berupa aktivitas, orang, pengalaman, atau benda yang bisa dijadikan stimuli atau rangsangan yang mendapatkan respon terarah.

2. Faktor-Faktor yang Membentuk Minat

Terdapat banyak hal yang dapat memepengaruhi timbulnya minat, baik yang berasal dari individu atau diri sendiri, maupun dari lingkungan masyarakat mengemukakan ada tiga faktor utama yang membentuk minat yaitu:

- a. Faktor dari dalam individu, mislanya dorongan untuk makan akan membangkitkan minat untuk bekerja atau mencapai penghasilan, minat terhadap produksi makanan, dan lain-lain. Dorongan ingin tahu atau rasa ingin tahu akan membangkitkan minat untuk membaca, belajar, menuntut ilmu, melakukan penelitian, mencari informasi dan lain-lain.
- b. Faktor motif sosial, dapat menjadi factor yang membangkitkan minat untuk melakukan suatu aktifitas. Misalnya, minat terhadap pakaian timbul karena ingin

mendapat persetujuan atau penerimaan dan perhatian dari orang lain. Minat untuk belajar timbul karena ingin mendapat penghargaan dari masyarakat.

- c. Faktor emosional atau perasaan, minat mempunyai hubungan yang erat dengan emosi. Bila seseorang mendapatkan kesuksesan pada aktifitas yang dilakukannya, maka akan timbul rasa senang dan hal tersebut akan memperkuat rasa minat terhadap aktifitas tersebut.¹⁴

E. Bank Syariah

1. Pengertian Bank Syariah

Pengertian Perbankan menurut pasal 1 butir 1 Undang-Undang nomor 7 tahun 1992 adalah badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya kepada masyarakat dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat banyak.

Jenis-jenis perbankan menurut pasal 5 Undang-Undang nomor 7 tahun 1992 adalah.

- a. Bank umum, yaitu adalah bank yang dapat memberikan jasa dalam lalu lintas pembayaran. (pasal 1 undang-undang no. 7 / 1992 tentang perbankan)
- b. Bank Perkreditan Rakyat, adalah bank yang menerima simpanan hanya dalam bentuk deposito berjangka, tabungan dan atau bentuk lain yang dipersamakan dengan hal itu (pasal 1 undang-undang no 7 / 1992 tentang perbankan)

Dalam Undang-undang nomor 10 tahun 1998 pasal 1 pengertian bank, bank umum dan Bank Perkreditan Rakyat disempurnakan menjadi:

¹⁴Rahma Bellani Oktavindra Iranati, *pengaruh religiusitas, kepercayaan, pengetahuan, dan lokasi terhadap minat masyarakat menabung di bank syariah*, skripsi: UIN SYARIF HIDAYATULLAH JAKARTA, 2017, Hal. 26-27

Bank badan usaha yang menghimpun dana masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkan kepada masyarakat dalam bentuk kredit dan atau bentuk-bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat banyak. Sedangkan pengertian Bank Umum adalah bank yang melaksanakan kegiatan usaha secara konvensional dan atau berdasarkan prinsip syariah yang dalam kegiatannya memberikan jasa dalam lalu lintas pembayaran. Serta pengertian Bank Perkreditan Rakyat Syariah (BPRS) adalah bank yang melaksanakan kegiatan usaha secara konvensional atau berdasarkan prinsip syariah yang dalam kegiatannya tidak memberikan jasa dalam lalu lintas pembayaran.

Sedangkan yang dimaksud dengan prinsip syariah dijelaskan pada pasal 1 butir 13 undang-undang tersebut sebagai berikut:

Prinsip syariah adalah aturan perjanjian berdasarkan hukum islam antara bank dan pihak lain untuk penyimpanan dana dan atau pembiayaan kegiatan usaha, atau kegiatan lainnya yang dinyatakan sesuai dengan syariah, antara lain pembiayaan berdasarkan prinsip bagi hasil (*mudharabah*), pembiayaan berdasarkan penyertaan modal (*musyarakah*), prinsip jual beli barang dengan memperoleh keuntungan (*murabahah*), atau pembiayaan barang modal berdasarkan prinsip sewa murni tanpa pilihan (*ijarah*) atau dengan adanya pilihan pemindahan kepemilikan atas barang yang disewa dari pihak bank oleh pihak lain (*ijarah wa iqtina*).

Dalam Undang-Undang nomor 21 tahun 2008 pasal 1 memberikan penjelasan dan pengertian lain sebagai berikut:

- a. Perbankan Syariah adalah segala sesuatu yang menyangkut tentang Bank Syariah dan Unit Usaha Syariah, mencakup kelembagaan, kegiatan usaha, serta cara dan proses dalam melaksanakan kegiatan usahanya.

- b. Bank adalah badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya kepada masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya kepada masyarakat dalam bentuk kredit / atau bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat banyak.¹⁵

2. Prinsip-Prinsip Dasar Syariah

Bank syariah adalah bank yang beroperasi sesuai dengan prinsip-prinsip syariah. Implementasi prinsip syariah inilah yang menjadi pembeda utama dengan bank konvensional. Pada intinya prinsip syariah tersebut mengacu kepada syariah islam yang berpedoman utama kepada Al-Qur'an dan Hadits. Islam sebagai agama merupakan konsep yang mengatur kehidupan manusia secara komprehensif dan universal bank dalam hubungan dengan sang pencipta maupun dalam hubungan sesama manusia. Ada tiga pilar pokok dalam ajaran islam yaitu:

- a. *Aqidah*: komponen ajaran islam yang mengatur tentang keyakinan atas keberadaan dan kekuasaan Allah sehingga harus menjadi keimanan seorang muslim manakala melakukan berbagai aktivitas dimuka bumi semata-mata mendapatkan keridhaan Allah sebagai khalifah yang mendapat amanah dari Allah.
- b. *Syariah*: komponen ajaran islam yang mengatur tentang kehidupan seorang muslim baik dalam bidang ibadah maupun dalam bidang muamalah yang merupakan aktualisasi dari akidah yang menjadi keyakinan. Sedangkan muamalah sendiri meliputi berbagai bidang kehidupan antara lain yang menyangkut ekonomi atau harta dan perniagaan disebut muamalah maliyah
- c. *Akhlak*: landasan perilaku dan kepribadian yang akan mencirikan dirinya sebagai seorang muslim yang taat berdasarkan syariah dan akidah yang menjadi pedoman

¹⁵Sofyan Safri, dkk, *Akuntansi Perbankan Syariah*, (Jakarta: LPFE Usakti, 2010) hal. 2-5

hidupnya sehingga disebut memiliki akhlaqul karimah sebagaimana hadits nabi yang menyatakan “*tidaklah sekiranya aku diutus kecuali untuk menjadikan akhlaqul karimah*”.

Cukup banyak tuntunan islam yang mengatur tentang kehidupan ekonomi umat yang antara lain secara garis besar adalah sebagai berikut:

- a. Tidak memperkenankan berbagai bentuk kegiatan yang mengandung unsur spekulasi dan perjudian termasuk didalamnya aktivitas ekonomi yang diyakini akan mendatangkan kerugian bagi masyarakat. Islam menempatkan fungsi uang semata-mata sebagai alat tukar dan bukan sebagai komoditi, sehingga tidak layak untuk diperdagangkan.
- b. Harta harus berputar (diniagakan) sehingga tidak boleh hanya berpusat pada segelintir orang dan Allah sangat tidak menyukai orang yang menimbun harta sehingga tidak produktif dan oleh karenanya bagi mereka yang mempunyai harta yang tidak produktif akan dikenakan zakat yang lebih besar dibandingkan jika diproduktifkan. Hal ini juga dilandasi ajaran yang menyatakan manusia di bumi sebagai khalifah yang menerima amanah dari Allah sebagai pemilik mutlak segala yang terkandung didalam bumi. Serta tugas manusia menjadikannya sebesar-besar kemakmuran dan kesejahteraan manusia.
- c. Bekerja dan atau mencari nafkah adalah ibadah dan wajib dilakukan sehingga tidak seorangpun tanpa bekerja.
 - a) Dalam berbagai bidang kehidupan termasuk dalam kegiatan ekonomi harus dilakukan secara transparan dan adil atas dasar suka sama suka tanpa paksaan dari pihak manapun.

- b) Adanya kewajiban untuk melakukan pencatatan atas setiap transaksi khususnya yang bersifat tunai dan adanya saksi yang bisa dipercaya (simetri dengan profesi akuntansi dan notaris).
- c) Zakat sebagai instrument untuk pemenuhan kewajiban penyalangan harta yang merupakan hak orang lain yang memenuhi syarat untuk menerima, demikian juga anjuran yang kuat untuk mengeluarkan infaq dan shodaqah sebagai manifestasi dari pentingnya pemerataan kekayaan dan memerangi kemiskinan.
- d) Sesungguhnya telah menjadi kesepakatan ulama, ahli fiqih dan Islamic banker dikalangan dunia islam yang menyatakan bahawa bunga bank adalah riba dan riba diharamkan.

Dalam operasionalnya, perbankan syariah harus dalam koridor-koridor prinsip sebagai berikut:

- a. Keadilan, yakni berbagai keuntungan atas dasar penjualan riil sesuai kontribusi dan resiko masing-masing pihak.
- b. Kemitraan, yang berarti posisi nasabah investor (penyimpan dana), dan pengguna dana, serta lembaga keuangan itu sendiri, sejajar sebagai mitra usaha yang saling bersinergi untuk memperoleh keuntungan.
- c. Transparansi, lembaga keuangan syariah akan memberikan laporan keuangan secara terbuka dan berkesinambungan agar nasabah investor dapat mengetahui kondisi danannya.
- d. Universal, yang artinya tidak membedakan suku, agama, ras, dan golongan dalam masyarakat sesuai dengan prinsip islam sebagai rahmatan lil alamanin.

Perbankan syariah dalam prakteknya dilarang keras melakukan transaksi apabila terdapat hal-hal sebagai berikut:

- a. *Maysir* : unsur judi yang transaksinya bersifat spekulatif yang dapat menimbulkan kerugian satu pihak dan keuntungan bagi pihak lain. Pengertian lain *maysir* ialah memperoleh keuntungan tanpa harus bekerja keras. Pelarangan *maysir* oleh Allah SWT dikarenakan efek negativenya. Ketika melakukan perjudian seseorang dihadapkan kondisi dapat untung maupun rugi secara abnormal. Suatu saat ketika seseorang beruntung ia mendapatkan keuntungan yang lebih besar ketimbang usaha yang dilakukannya. Sedangkan ketika tidak beruntung seseorang dapat mengalami kerugian yang sangat besar. Perjudian tidak sesuai dengan prinsip keadilan dan keseimbangan sehingga diharamkan dalam sistem keuangan islam.
- b. *Gharar* : berarti sesuatu yang mengandung ketidak jelasan, pertaruhan atau perjudian. Setiap transaksi yang masih belum jelas barangnya atau tidak berada dalam kuasanya alias di luar jangkauan termasuk jual beli *gharar*. Pelarangan *gharar* karena memberikan efek negative dalam kehidupan karena merupakan praktik pengambilan keuntungan secara bathil.
- c. *Riba'* : Makna harfiyah dari kata riba adalah pertambahan, kelebihan, pertumbuhan atau peningkatan. Sedangkan menurut istilah teknis, riba berarti pengambilan tambahan dari harta pokok atau modal secara bathil. Para ulama sepakat bahwa hukumnya riba adalah haram. Riba dibagi menjadi empat yaitu: a) Riba Fadhl, tukar menukar barang yang sama jenisnya dengan tidak sama timbangannya atau takaran yang di syaratkan oleh orang yang menukarkan. b) Riba Qardh, yaitu meminjam sesuatu dengan syarat ada keuntungan atau tambahan bagi orang yang

- meminjami/mempiutangi. c) Riba Yad, berpisah dari tempat sebelum timbangan diterima. Maksudnya, orang yang membeli suatu barang, kemudian sebelumnya ia menerima barang tersebut dari sipenjual, pembeli menjualnya dengan orang lain. Jual beli seperti itu tidak boleh, sebab jual beli masih dalam ikatan dengan pihak pertama.
- d. Riba Nasiah, yaitu tukar menukar dua barang yang sejenis maupun tidak sejenis yang pembayarannya disyaratkan lebih, dengan diakhiri/dilambatkan oleh yang meminjam.¹⁶

3. Tujuan dan Fungsi Bank Syariah

a. Tujuan Bank Syariah

Perbankan syariah dalam melakukan kegiatan usahanya berdasarkan pada prinsip syariah, demokrasi ekonomi, dan prinsip kehati-hatian. Perbankan Syariah bertujuan menunjang pelaksanaan pembangunan nasional rangka meningkatkan keadilan, kebersamaan, dan pemerataan kesejahteraan rakyat. Bank syariah mempunyai beberapa tujuan diantaranya sebagai berikut:

- a) Mengarahkan kegiatan ekonomi umat untuk ber *muamalat* secara islam, khususnya muamalat yang berhubungan dengan perbankan, agar terhindar dari praktek-praktek riba dan jenis-jenis usaha/perdagangan lain yang mengandung unsur *gharar* (tipuan). Dimana jenis-jenis usaha tersebut selain dilarang dalam islam. Juga telah menimbulkan dampak negative terhadap kehidupan ekonomi rakyat.

¹⁶ <https://www.ojk.go.id/id/kanal/syariah/tentang-syariah/Pages/Prinsip-dan-Konsep-PB-Syariah.aspx> diakses pada tanggal 23 juni 2020 pada pukul 20.34 WIB

- b) Untuk menciptakan sesuatu keadilan dibidang ekonomi dengan jalan meratakan pendapatan melalui pendapatan investasi, agar tidak menjadi kesenjangan yang amat besar antara pemilik modal dengan pihak yang membutuhkan dana.
 - c) Untuk meningkatkan kualitas hidup umat dengan jalan membuka peluang berusaha yang lebih besar terutama kelompok miskin, yang diarahkan kepada kegiatan usaha yang produktif, menuju terciptanya kemandirian usaha.
 - d) Untuk menanggulangi masalah kemiskinan, yang pada umumnya merupakan program utama dari Negara-negara yang sedang berkembang. Upaya bank syariah di dalam mengentaskan kemiskinan ini berupa pembinaan nasabah yang lebih seperti program pembinaan pengusaha produsen, pembinaan pedagang perantara, program pembinaan konsumen, program pengembangan modal kerja dan program pengembangan usaha bersama.
 - e) Untuk menjaga stabilitas ekonomi dan moneter. Dengan aktivitas bank syariah akan mampu menghindari pemanasan ekonomi di akibatkan adanya inflasi, menghindari persaingan yang tidak sehat antara lembaga keuangan.
 - f) Untuk menyelamatkan ketergantungan umat islam terhadap bank konvensional.¹⁷
- b. Fungsi Bank Syariah

Sedangkan apabila kita berbicara mengenai fungsi bank syariah, bank syariah memiliki tiga fungsi utama yaitu fungsi bank syariah untuk menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk titipan dan investasi, fungsi bank syariah untuk menyalurkan dana kepada masyarakat yang membutuhkan dana dari bank, dan fungsi bank syariah untuk memberikan pelayanan dalam bentuk jasa perbankan syariah.

¹⁷Muchtar Ali, *Perbankan Syariah*, (Jakarta: Direktur Urusan Agama Islam Dan Pembinaan Syariah, 2013), Hal. 45.

a) Fungsi Bank Syariah untuk Menghimpun Dana Masyarakat

Fungsi bank syariah yang pertama adalah menghimpun dana dari masyarakat yang kelebihan dana. Bank Syariah mengumpulkan atau menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk titipan dengan menggunakan akad *al-wadiah* dan dalam bentuk investasi dengan menggunakan akad *al-mudharabah*.

- 1) . *al-wadiah* adalah akad antara pihak pertama (masyarakat) dengan pihak kedua (bank), dimana pihak pertama menitipkan dananya kepada bank dan pihak kedua, bank menerima titipan untuk dapat memanfaatkan titipan pihak pertama dalam transaksi yang diperoleh dalam islam.
- 2) . *al-mudharabah* merupakan akad antara pihak pertama yang memiliki dana kemudian menginvestasikan dananya kepada pihak lain yang mana dapat memanfaatkan dana yang investasikan dengan tujuan tertentu yang diperbolehkan dalam syariah islam.

b) Fungsi Bank Syariah sebagai Penyalur Dana Kepada Masyarakat

Fungsi bank syariah yang kedua ialah 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 aktifitas yang sangat penting bagi bank syariah. Dalam hal ini bank syariah akan memperoleh return atas dana yang disalurkan. Return atau pendapatan yang diperoleh bank syariah atas penyaluran dana ini tergantung akadnya.

Bank syariah menyalurkan dana kepada masyarakat dengan menggunakan bermacam-macam akad, antara lain akad jual beli dan akad kemitraan atau kerja

sama usaha. Dalam akad jual beli, maka return yang diperoleh bank atas penyaluran dananya adalah dalam bentuk margin keuntungan. Margin keuntungan merupakan selisih antara harga jual kepada nasabah dan harga beli bank. Pendapatan yang diperoleh dari aktivitas penyaluran dana kepada nasabah yang menggunakan akad kerja sama usaha adalah bagi hasil.

c) Fungsi Bank Syariah memberikan Pelayanan Jasa Bank

Fungsi bank syariah disamping menghimpun dana dan menyalurkan dana kepada masyarakat, bank syariah juga memberikan pelayanan jasa perbankan kepada nasabahnya, pelayanan jasa bank syariah ini diberikan dalam rangka memenuhi kebutuhan masyarakat dalam menjalankan aktivitasnya. Pelayanan jasa kepada nasabah merupakan fungsi bank syariah yang ketiga. Berbagai jenis produk pelayanan jasa yang dapat diberikan oleh bank syariah antara lain jasa pengiriman uang (transfer), pemindahbukuan, penagihan surat berharga dan lain sebagainya.

Aktivitas pelayanan jasa merupakan aktivitas yang diharapkan oleh bank syariah untuk dapat meningkatkan pendapatan bank yang berasal dari fee atas pelayanan jasa bank. Beberapa bank berusaha untuk meningkatkan teknologi informasi agar dapat memberikan pelayanan jasa yang memuaskan nasabah. Pelayanan yang dapat memuaskan nasabah ialah pelayanan jasa yang cepat dan akurat. Harapan nasabah dalam pelayanan jasa bank ialah kecepatan dan keakuratannya. Bank syariah berlomba-lomba untuk berinovasi dalam meningkatkan kualitas produk layanan jasanya. Dengan pelayanan jasa tersebut,

maka bank syariah mendapatkan imbalan berupa *fee* yang disebut *fee base income*.¹⁸

4. Produk-Produk Bank Syariah

Pada sistem operasi bank syariah dasarnya sama dengan perbankan konvensional yaitu penghimpunan dana, penyaluran dana, dan jasa hanya tetapi berbeda di dalam produk-produk bank syariah produknya dikembangkan berlandaskan pada Al-Qur'an dan Hadits Nabi Muhammad SAW. Secara garis besar pengembangan produk dan jasa pada perbankan syariah dibagi menjadi tiga yaitu:

a. Penghimpunan Dana

Dalam penghimpunan dana pada perbankan syariah meliputi giro, tabungan, dan deposito. Prinsip yang dipergunakan oleh bank syariah adalah:

- a) Prinsip *wadiah*, penerapan prinsip wadiah yang dilakukan adalah *wadiah yad dhamanah* yang diterapkan dalam produk rekening giro. Berbeda dengan *wadiah al-amanah*, dimana pihak yang dititipi (bank) bertanggung jawab atas keutuhan harga titipan sehingga ia boleh memanfaatkan harta titipan tersebut. Sedangkan pada *wadiah al amanah* harta titipan tidak boleh dimanfaatkan oleh yang dititipi.
- b) Prinsip *mudharabah*, dalam prinsip ini deposan (penyimpan) bertindak sebagai pemilik modal sedangkan bank sebagai pengelola. Dana yang tersimpan kemudian digunakan untuk melakukan pembiayaan, dalam hal ini bank menggungkannya untuk pembiayaan mudharabah, maka bank bertanggung jawab atas kerugian yang mungkin terjadi. Berdasarkan pada kewenangan yang diberikan oleh pihak bank, maka prinsip mudharabah di bagi menjadi tiga bagian

¹⁸Andrianto, Anang, *Manajemen Bank Syariah*, (Surabaya: CV. Penerbit Qiara Media, 2019), Hal. 27-30

yaitu: *mudharabah mutlaqah*, *mudharabah muqayyadah on Balance Sheet*, dan *mudharabah Muqayyadah off Balance Sheet*.

- 1) *Mudharabah mutlaqah*, prinsipnya dapat berupa tabungan dan juga deposito, sehingga ada dua jenis tabungan yaitu tabungan *mudharabah* dan deposito *mudharabah*. Dan tidak ada batasan bagi bank untuk menggunakan dana yang telah terhimpun.
- 2) *Mudharabah Muqayyadah on Balance Sheet*, merupakan simpanan khusus dan pemilik dapat menetapkan syarat-syarat khusus yang harus dipatuhi oleh bank.
- 3) *Mudharabah Muqayyadah off Balance Sheet*, merupakan penyaluran dana langsung kepada pelaksana usaha dan bank sebagai perantara pemilik dana dengan pelaksana usaha. Pelaksana usaha juga mengajukan syarat-syarat tertentu yang harus dipatuhi oleh bank untuk menentukan jenis usaha sebagai pelaku usahanya.

b. Penyaluran Dana

- a) Penyaluran dana dalam hal ini dibagi menjadi tiga bagian yakni prinsip jual-beli (*ba'i*), jual-beli ini dilaksanakan karena adanya perpindahan barang. Keuntungan bank disebutkan didepan termasuk juga dengan harga beli dan harga jual. Terdapat tiga jenis jual beli dalam pembiayaan konsumtif, modal kerja dan investasi dalam bank syariah, yaitu *Ba'i Al-Murabahah*, *Ba'i As-salam*, dan *Ba'i Al-Istishna*.

- b) Pembiayaan *murabahah*

Murabahah adalah jual beli barang sebesar harga perolehan barang ditambah dengan margin yang disepakati oleh para pihak, dimana penjual menginformasikan terlebih dahulu tentang harga perolehan kepada pembeli. Barang yang diperjual belikan di pembiayaan ini harus barang yang nyata dan bukan dokumen-dokumen kredit. Pembayaran untuk pembiayaan ini dapat dilakukan secara tunai atau tangguh.

c) Pembiayaan *salam*

Salam adalah jual beli barang yang menggunakan cara pemesanan dengan syarat-syarat tertentu dan pembayaran tunai terlebih dahulu dengan secara penuh. Dalam transaksi ini bank bertindak sebagai pihak yang menyediakan dana dalam transaksi *salam* yang dilakukan oleh nasabah. Dalam pembiayaan *salam* ini bank dan nasabah wajib menyantumkan kesepakatan dalam bentuk perjanjian tertulis berupa akad pembiayaan atas dasar transaksi jual beli *salam*.

d) Pembiayaan *istishna*

Istishna merupakan transaksi jual beli barang dalam bentuk pemesanan pembuatan barang dengan kriteria dan persyaratan tertentu yang disepakati dengan pembayaran yang sesuai dengan kesepakatan. Dalam pembiayaan *istishna* ini bank bertindak sebagai penyedia dana dan pembayaran yang dilakukan oleh bank kepada pihak nasabah tidak boleh dalam bentuk pembebasan hutang atau bentuk piutang bank. Barang yang di jual-belikan dalam transaksi ini harus diketahui dan memiliki spesifikasi yang jelas. Harga barang yang diproduksi harus jelas. Dan pembayaran dapat dilakukan secara cicil sesuai dengan kesepakatan kedua belah pihak.

- e) Prinsip sewa (*ijarah*), *ijarah* adalah kesepakatan pemindahan hak guna atas barang atau jasa melalui sewa tanpa diikuti pemindahan kepemilikan atas barang yang disewa. Dalam hal ini bank menyewakan peralatan kepada nasabah dengan biaya yang telah ditetapkan sebelumnya. Dalam pembiayaan *ijarah* juga dapat diakhiri dengan kepemilikan atas barang yang disewa tersebut dengan menggunakan akad *Ijarah Mutahiyah Bittamlik* (IMBT).

IMBT ini merupakan transaksi sewa menyewa antara pemilik objek sewa dengan penyewa untuk mendapatkan imbalan atas objek sewa yang disewakannya dengan opsi perpindahan hak milik objek sewa. Dalam pembiayaan *ijarah* ini bank bertindak sebagai penyedia dana dalam transaksi *ijarah* dengan nasabah. Sedangkan dalam IMBT selain sebagai penyedia dana, bank juga bertindak dalam memberikan opsi pengalihan hak penguasaan objek sewa kepada nasabah yang dilandasi dengan kesepakatan.

- f) Prinsip bagi-hasil (*syirkah*), *syirkah* adalah kerja sama antara dua orang atau lebih dalam suatu usaha dengan keuntungan dan kerugian yang ditanggung bersama-sama. Dalam prinsip bagi hasil ini terdapat dua macam produk, yakni *musyarakah* dan *mudharabah*,

- g) Pembiayaan *musyarakah*

Musyarakah merupakan transaksi penanaman modal dari dua pihak atau lebih untuk melakukan transaksi usaha tertentu yang sesuai dengan syariah dengan pembagian hasil usaha tersebut berdasarkan nisbah yang disepakati sedangkan untuk pembagian kerugian berdasarkan kepada proporsi modal yang dikeluarkan

oleh masing-masing pihak. Dalam transaksi ini bank dan nasabah bertindak sebagai mitra usaha suatu kegiatan usaha tersebut. Nasabah bertindak sebagai pengelola usaha sedangkan bank bertindak sebagai mitra usaha dapat ikut serta mengelola usaha sesuai dengan tugas dan wewenang masing-masing.

h) Pembiayaan *mudharabah*

Mudharabah merupakan transaksi penanaman modal dari pemilik dana kepada pengelola dana untuk melakukan kegiatan usaha yang sesuai dengan syariah, dengan pembagian hasil usaha tersebut sesuai dengan nisbah yang telah disepakati sebelumnya. Dalam pembiayaan ini terdapat dua akad yang di pergunakan yakni *mudharabah mutlaqah* (yakni kegiatan usaha yang cakupannya tidak dibatasi oleh spesifikasi jenis usaha, waktu, dan daerah) dan *mudharabah muqayyad* (yakni kegiatan usaha yang cakupannya dibatasi oleh spesifikasi jenis usaha, waktu, dan daerah sesuai dengan permintaan pemilik dana). Dalam pembiayaan *mudharabah* ini bank bertindak sebagai pemilik dana yang menyediakan dana dan fungsi sebagai modal kerja, dan juga nasabah yang bertindak sebagai pengelola dana dalam kegiatan usahanya.

c. Jasa

Selain dapat melakukan penghimpunan dan penyaluran dana, perbankan syariah juga dapat memberikan jasa kepada nasabah dengan mendapatkan imbalan berupa *fee* atas jasanya, jasa tersebut antara lain:

a) *Rahn*

Rahn merupakan 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.

b) *Wakalah*

Wakalah merupakan akad perwakilan antara dua pihak. Umumnya digunakan untuk penerbitan L/C (Letter of Credit). Akan tetapi juga dapat digunakan untuk mentransfer dana nasabah ke pihak lain.

c) *Kafalah*

Kafalah merupakan akad untuk penjamin. Akad ini digunakan untuk penerbitan garansi ataupun sebagai jaminan pembayaran lebih dulu.

d) *Hawalah*

Hawalah merupakan akad untuk pemindahan utang-piutang. Kebanyakan ukama berpendapat bahwa bank tidak boleh mengambil keuntungan dari produk ini.

e) *Ju'alah*

Ju'alah adalah prinsip yang digunakan oleh bank dalam menawarkan jasa dengan fee sebagai imbalanya.

f) *Sharf*

Sharf merupakan transaksi pertukaran emas, perak serta mata uang asing. Beberapa syarat untuk produk ini antara lain: harus tunai, serah terima harus

dilaksanakan dalam majlis kontrak, pertukaran mata uang yang sama harus dalam jumlah/kuantitas yang sama.¹⁹

5. Perbedaan Perbankan Syariah dan Konvensional

Perbedaan Bank Syariah dengan Bank Konvensional mempunyai perbedaan seperti yang ditunjukkan pada table berikut:

Tabel 2.1
Perbedaan Bank Syariah dan Bank Konvensional

No	Perbedaan	Bank Konvensional	Bank Syariah
1	Bunga	Berbasis Bunga	Berbasis revenue/profit loss sharing
2	Resiko	Anti <i>risk</i>	<i>Risk sharing</i>
3	Operasional	Beroperasi dengan pendekatan sektor keuangan, tidak terkait langsung dengan sektor riil	Beroperasi dengan pendekatan sektor riil
4	Pendapatan	Pendapatan yang diterima deposan tidak terkait dengan pendapatan yang diperoleh bank dari kredit	Pendapatan yang diterima deposan terkait langsung dengan pendapatan yang diperoleh bank dari pembiayaan
5	Produk	Produk tunggal (kredit)	Multi produk (jual beli, bagi hasil, jasa)
6	Dasar hukum	Bank Indonesia dan pemerintah	Al-Qur'an, Sunnah, fatwa ulama, bank indoensia, dan pemerintah
7	Falsafah	Berdasarkan atas bunga (riba)	Tidak berdasarkan bunga (riba), spekulasi (maisir) dan ketidakjelasan (gharar)
9	Aspek sosial	Tidak diketahui secara tegas	Dinyatakan secara eksplisit dan tegas yang tertuang didalam misi dan visi
10	Organisasi	Tidak memiliki dewan pengawas syariah (DPS)	Harus memiliki dewan pengawas syariah (DPS)
11	Uang	Uang adalah komoditi selain sebagai alat pembayaran	Uang bukan komoditi, tetapi hanyalah alat pembayaran

F. Penelitian Terdahulu

¹⁹Muchtari Ali, *Perbankan Syariah*..... hal. 52-92

Berdasarkan penelusuran peneliti, mengenai penelitian yang dulu ada, peneliti tidak menemukan judul yang sama dengan judul “Pengaruh Lingkungan, Pengetahuan Masyarakat, Lokasi Perusahaan Terhadap Minat Masyarakat Menjadi Nasabah Bank Syariah”, seperti yang dijadikan riset oleh peneliti. Namun, peneliti menemukan penelitian terdahulu dengan judul yang masih terkait dengan penelitian ini, yakni:

Ilma, pengaruh persepsi, lokasi, promosi dan pengetahuan produk terhadap minat menabung mahasiswa di bank syariah, Skripsi: IAIN Tulungagung. Metode yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif dengan penelitian asosiatif dalam penelitian ini data yang digunakan adalah data primer yang diperoleh dari kuesioner yang disebar kepada responden. Data kuesioner dianalisis dengan SPSS 16.0 dengan beberapa tahap uji analisis data, uji validitas uji rehabilitasi, uji normalitas uji asumsi klasik, uji regresi linear berganda, uji hipotesis (uji t dan f) dan koefisien determinasi. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa seluruh variable X berpengaruh positif dan signifikan bersama-sama terhadap minat menabung mahasiswa IAIN Tulungagung di Bank Syariah.²⁰

Sayyidatul Maghfiroh, pengaruh religiusitas, pendapatan, dan lingkungan sosial terhadap minat menabung di Bank Syariah pada santri pesantren mahasiswi darush shalihat. Jurnal: Yogyakarta, metode yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif . populasi dalam penelitian ini adalah 75 santri Pesantren Mahasiswi Darush Shalihat. Metode pengumpulan data menggunakan kuesioner dan dokumentasi. Uji prasyarat analisis yang dilakukan meliputi uji normalitas, uji lineritas, dan uji multikolinieritas. Uji hipotesis menggunakan analisis regresi ganda. Hasil penelitian ini adalah (1) religiusitas tidak memiliki pengaruh terhadap minat menabung di bank syariah dengan nilai signifikan sebesar $0,392 > 0,05$ (2)

²⁰ Ilma Nurul Fitriyah, *Pengaruh Persepsi, Lokasi, Promosi dan Pengetahuan Produk Terhadap Minat Menabung Mahasiswa di Bank Syariah, Skripsi: IAIN Tulungagung, 2020*

pendapatan memiliki pengaruh terhadap minat menabung di bank syariah dengan nilai signifikan sebesar $0,056 > 0,05(3)$ lingkungan sosial terdapat pengaruh terhadap minat menabung di bank syariah dengan nilai signifikan sebesar $0,001(\$)$ religiusitas, pendapatan, dan lingkungan sosial secara bersamaan memiliki pengaruh terhadap minat menabung di bank syariaiah dengan signifikan sebesar $0,001$. Koefisien Determinasi memiliki nilai sebesar $0,245$.²¹

Arifatul Aini, pengaruh pengetahuan masyarakat terhadap minat menjadi nasabah bank muamalat cabang Kendal, Skripsi: Semarang. Metode yang digunakan adalah penelitian kuantitatif. Teknik analisis data yang digunakan adalah regresi sederhana dan parsial. Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat Kendal. Metode pengambilan sampel *non probability*, dengan menggunakan metode sampling. Hal ini dibuktikan dengan nilai t hitung sebesar $12.234 < t \text{ table } 1.6605$ dengan tingkat signifikan sebesar $0,001$ dibawah $0,05$. Dalam uji F hitung sebesar $149.674 > F \text{ table } 3,93$ dan tingkat profitabilitas sebesar $0,000 < 0,05$. Profitabilitas jauh lebih kecil dari $0,05$ dan F hitung lebih besar dari F tabel maka, model regresi dapat dipergunakan untuk memprediksi minat atau dapat dikatakan bahwa variable pengetahuan konsumen secara simultan berpengaruh signifikan terhadap variable minat menjadi nasabah Bank Muamalat cabang Kendal.²²

Nur Rifai, persepsi masyarakat non muslim terhadap minat menjadi nasabah bank syariah di Surakarta. Skripsi: Surakarta. Metode yang digunakan adalah metode kuantitatif teknik pengambilannya dengan populasi dan sampel. Analisis data dalam penelitian ini ini menggunakan analisis regresi linear berganda. Dari penelitian ini disimpulkan berdasarkan

²¹ Sayyidatul Maghfiroh, *Pengaruh Religiusitas, Pendapatan, dan Lingkungan Sosial Terhadap Minat Menabung di Bank Syariah Pada Santri Pesantren Mahasiswi Darush Shalihat*, Jurnal Pendidikan dan Ekonomi, 2018, Vol 7, No. 3

²² Arifatul Aini, *Pengaruh Pengetahuan Masyarakat Terhadap Minat Menjadi Nasabah Bank Muamalat Cabang Kendal*, Skripsi: UIN Walisongo Semarang, 2014

uji statistic bahwa variable persepsi kognitif, persepsi afektif dan persepsi konatif secara bersama-sama (simultan-Uji F) memiliki pengaruh yang positif dari semua variable X terhadap variable Y yang sudah diutarakan. Dari persamaan regresi, bahwasanya variable persepsi kognitif, persepsi afektif dan persepsi konatif berpengaruh terhadap minat menjadi nasabah bank syariah, hal ini berarti H_0 ditolak dan H_a diterima. Variable yang paling dominan adalah variable persepsi konatif.²³

Tandi Larasati Putri, Pengaruh lokasi, produk dan pelayanan terhadap keputusan mahasiswa IAIN Salatiga dalam menjadi nasabah Bank Syariah. Skripsi: Surakarta. Metode yang digunakan adalah kuantitatif, populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa IAIN Salatiga pada tahun 2017. Teknik pengumpulan sampel ini sering dilakukan ketika jumlah populasi sangat banyak, jadi hanya sebagian saja yang disajikan populasi dan sampel. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara simultan pengaruh lokasi dan produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan mahasiswa menggunakan Bank Syariah. Secara parsial pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan mahasiswa menggunakan Bank Syariah.²⁴

Gicella, Halmawati. Pengaruh bagi hasil, kelompok acuan, kepercayaan dan budaya terhadap minat menjadi nasabah bank syariah. Jurnal: padang. Metode yang digunakan dalam penelitian adalah metode kuantitatif. Hasil pengujian budaya nilai koefisien yang dihasilkan sebesar 0,269 nilai ini menunjukkan bahwa setiap penambahan satu satuan dari bagi hasil, maka akan meningkatkan minat menjadi nasabah bank syariah sebesar 0,269. Nilai t hitung sebesar 4,649 dengan tingkat probabilitas signifikansi $0,00 < 0,05$. Yang artinya budaya

²³ Nur Rifai, *Persepsi Masyarakat Non Muslim Terhadap Minat Menjadi Nasabah Bank Syariah Di Surakarta*, Skripsi: IAIN Surakarta, 2017

²⁴ Tandi Larasati Putri, *Pengaruh Lokasi, Produk dan Pelayanan Terhadap Keputusan Mahasiswa IAIN Salatiga dalam Menjadi Nasabah Bank Syariah*, Skripsi: IAIN Surakarta, 2017

memiliki pengaruh terhadap minat menjadi nasabah bank syariah. Persamaan dengan penelitian ini terdapat pada bagian variabel X (pengetahuan) dan Y (minat). Sedangkan perbedaan terdapat pada bagian populasi, sampel, dan lokasi tempat pengambilan penelitian.²⁵

Sri Wahyuni, Pengaruh persepsi kualitas pelayanan dan bagi hasil terhadap minat menjadi nasabah Bank Syariah. Jurnal: Medan. Metode yang digunakan adalah kuantitatif. Populasi adalah masyarakat di wilayah kerja Bank Syariah. Mandiri KCP Medan Simpang Limun sebanyak 242 kepala keluarga dan sampel diperoleh 97 responden. Teknik analisa data yang digunakan adalah regresi berganda. Hasil penelitian diperoleh: ada pengaruh kualitas pelayanan (0,000), bagi hasil ($p=0,016$) terhadap minat menjadi nasabah Bank Syariah, ada pengaruh kualitas pelayanan dan bagi hasil terhadap minat menjadi nasabah Bank Syariah ($p=0,000$). Semakin baik kualitas pelayanan Bank Syariah dan produk yang diberikan bisa dipahami masyarakat dapat menimbulkan minat pada diri seseorang menjadi nasabah Bank Syariah.²⁶

Feny Putriana Dewi, pengaruh pengetahuan, persepsi produk dan pendapatan terhadap minat masyarakat menabung di bank syariah kota salatiga dengan religiusitas sebagai variabel moderating. Skripsi: Salatiga. Metode yang digunakan dalam penelitian adalah metode kuantitatif. Sampel yang digunakan yaitu 100 responden dari jumlah keseluruhan masyarakat kota Salatiga 186.420 jiwa. Data yang diperoleh dari hasil penyebaran kuisioner diolah menggunakan IBM SPSS Statistic 23. Analisis ini meliputi uji instrument, uji asumsi klasik, uji ketepatan model dan uji hipotesis. Berdasarkan hasil

²⁵ Gicella Halmawati, *Pengaruh bagi hasil, Kelompok Acuan, Kepercayaan dan Budaya Terhadap Minat Menjadi Nasabah Bank Syariah*, Jurnal Eksplorasi Akuntansi, 2019, Vol. 1, No. 3

²⁶ Sri Wahyuni, *Pengaruh Persepsi Kualitas Pelayanan Dan Bagi Hasil Terhadap Minat Masyarakat Menjadi Nasabah Bank Syariah*, Jurnal At-Tawassuth, 2017, Vol. 2, No. 2

pengolahan data yang dilakukan menunjukkan bahwa pengetahuan berpengaruh terhadap minat menabung masyarakat. Persepsi produk berpengaruh terhadap minat menabung masyarakat. Sedangkan pendapatan tidak berpengaruh terhadap minat menabung masyarakat. Variabel religious tidak memoderasi pengetahuan, persepsi produk dan pendapatan terhadap minat masyarakat menabung di bank syariah. Persamaan dengan penelitian ini terletak pada variabel X (pengeyahuan) dan variabel Y (minat) yang sama. Sedangkan perbedaan terdapat di bagian populasi, sampel dan lokasi pengambilan penelitian.²⁷

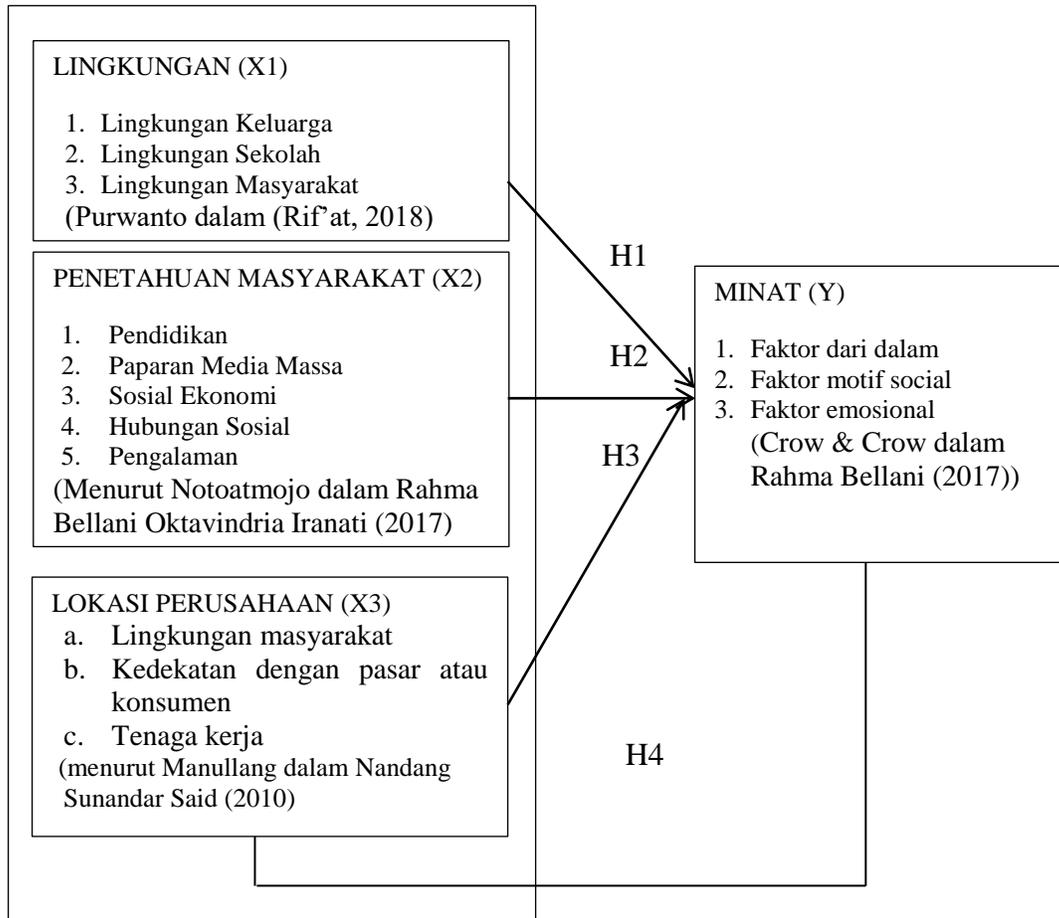
Serlina Dwi Pitaloka, Pengaruh Religiusitas, Pendidikan, Pengetahuan Pekerjaan, Pendapatan, Lingkungan Sosial dan Gaya Hidup Masyarakat Terhadap Minat Menjadi Nasabah Bank Syariah (Studi Kasus Masyarakat Desa Tamban Kecamatan Pakel Kabupaten Tulungagung). Metode yang digunakan dalam skripsi ini adalah kuantitatif dengan metode analisis regresi berganda. Dengan sampel yang digunakan 100 responden. Hasil penelitian menunjukkan secara parsial, variabel yang tidak mempengaruhi minat menjadi nasabah bank syariah adalah religiusitas. Sedangkan seluruh variabel kecuali religiusitas berpengaruh simultan sebesar 59,5%.²⁸

²⁷ Feny Putriana Dewi, *Pengaruh Pengetahuan, Persepsi Produk dan Pendapatan Terhadap Minat Masyarakat Menabung Di Bank Syariah Kota Salatiga Dengan Religiusitas sebagai Variabel Moderating*, Skripsi: IAIN Salatiga, 2019

²⁸ Serlina Dwi Pitaloka, *Pengaruh Religiusitas, Pendidikan, Pengetahuan Pekerjaan, Pendapatan, Lingkungan Sosial dan Gaya Hidup Masyarakat Terhadap Minat Menjadi Nasabah Bank Syariah (Studi Kasus Masyarakat Desa Tamban Kecamatan Pakel Kabupaten Tulungagung)*, Skripsi: IAIN Tulungagung, 2020

G. Kerangka Konseptual

Gambar 2.1
Kerangka Konseptual



Berdasarkan kerangka konseptual pada gambar 2.1 penelitian ini difokuskan pada pembahasa untuk mengetahui apakah ada pengaruh faktor lingkungan, pengetahuan masyarakat dan lokasi perusahaan terhadap minat menjadi nasabah Bank Syariah pada masyarakat Desa Ketanon Kabupaten Tulungagung.

Keterangan:

1. Variabel dependen (terikat) adalah variabel yang dapat dipengaruhi oleh variabel independen, variabel dependen dalam penelitian ini adalah minat menjadi nasabah (Y).
2. Variabel independen (bebas) yaitu variabel yang dapat mempengaruhi variabel terikat, variabel bebas dalam penelitian ini adalah:
 - a. Variabel lingkungan (X1)
 - b. Variabel pengetahuan masyarakat (X2)
 - c. Variabel lokasi perusahaan (X3)

H. Hipotesis Penelitian

Hipotesis berasal dari kata hipo yang artinya lemah atau rendah, sedangkan tesis berarti pernyataan. Arti sederhana hipotesis adalah pernyataan yang lemah, karena belum ada data dan belum diuji kebenarannya.²⁹ Berdasarkan pada fakta-fakta empiris yang didapatkan melalui pengumpulan data. Jadi hipotesis juga dapat dinyatakan sebagai jawaban teoritis terhadap rumusan masalah penelitian, belum jawaban secara empiris, berdasarkan dari kerangka konseptual diatas, maka hipotesis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Hipotesis 1

H0: Tidak ada pengaruh signifikan faktor lingkungan terhadap minat masyarakat Desa Ketanon dalam memilih Bank Syariah

H1: Ada pengaruh signifikan faktor lingkungan terhadap minat masyarakat Desa Ketanon dalam memilih Bank Syariah

²⁹ Sarmanu, *Dasar Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif & Statistika*, (Surabaya: Airlangga University Press, 2017) hal. 40

Hipotesis 2

H0: Tidak ada pengaruh signifikan pengetahuan Masyarakat terhadap minat masyarakat Desa Ketanon dalam memilih Bank Syariah

H2: Ada pengaruh signifikan pengetahuan Masyarakat terhadap minat masyarakat Desa Ketanon dalam memilih Bank Syariah

Hipotesis 3

H0: Tidak ada pengaruh signifikan lokasi terhadap minat masyarakat Desa Ketanon dalam memilih Bank Syariah

H3: Ada pengaruh signifikan lokasi terhadap minat masyarakat Desa Ketanon dalam memilih Bank Syariah

Hipotesis 4

H0: Tidak ada pengaruh signifikan faktor lingkungan, pengetahuan masyarakat dan lokasi perusahaan terhadap minat masyarakat Desa Ketanon dalam memilih Bank Syariah

H4: Ada pengaruh signifikan faktor lingkungan, pengetahuan masyarakat dan lokasi perusahaan terhadap minat masyarakat Desa Ketanon dalam memilih Bank Syariah