

**SKRIPSI**

**ANALISIS MINAT MASYARAKAT TERHADAP PRODUK  
PEMBIAYAAN PERBANKAN SYARIAH DI KECAMATAN TALIWANG  
KABUPATEN SUMBAWA BARAT**



**Oleh:**

**NOVIE JAYANTI**

**NIM: EPN 151006**

**FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS CORDOVA  
KABUPATEN SUMBAWA BARAT**

**2019**

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

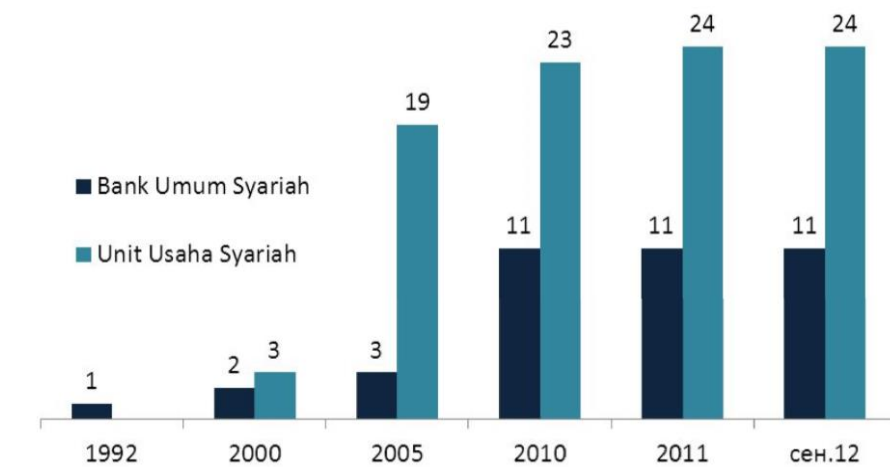
Bank syariah merupakan lembaga keuangan dengan usaha pokok memberikan pembiayaan dan jasa-jasa lainnya dalam lalu lintas pembayaran serta peredaran uang dengan prinsip dasar syariah, demi menyelamatkan umat Islam dari praktek riba. Meskipun terjadi perbedaan pendapat atas hukum bunga bank, tetapi hal ini menjadi salah satu faktor pendorong tumbuhnya perbankan syariah di negara-negara dengan penduduk mayoritas muslim, termasuk di Indonesia.

Di Mesir berdirinya *Mit Ghamr Local Saving Bank* pada Tahun 1963, merupakan eksperimen pendirian bank syariah paling sukses dan inovatif di masa modern. Kehadirannya disambut hangat oleh masyarakat Mesir, terutama oleh kalangan ekonomi menengah ke bawah. Jumlah deposan banknya meningkat dari 17,560 pada tahun 1963/1964 menjadi 251,152 pada tahun 1966/1967.

Di Indonesia, pada awal tahun 1980-an perbankan syariah mulai didiskusikan sebagai salah satu pilar ekonomi Islam. Tetapi baru pada era reformasi mulai terlihat momentum pengembangannya secara legal formal melalui Undang-Undang No.10 Tahun 1998, yang mengatur secara rinci landasan hukum serta jenis-jenis usaha yang dioperasikan dan diimplementasikan. Melalui UU ini juga ada klausul yang mengarahkan agar Bank-Bank Konvensional yang ada di Indonesia untuk membuat Cabang Syariah, atau mengkonversi diri menjadi Bank Syariah.

Indonesia pertama kali mendirikan Bank Syariah sebelum muncul UU No. 10 tahun 1998, yaitu Bank Muamalat Indonesia (BMI). Bank Muamalat Indonesia sudah berdiri pada tahun 1992. Meski perkembangannya lamban dibanding Bank Syariah di Negara Muslim lainnya, tetapi grafik perkembangannya baik di sektor keuangan syariah Indonesia, berikut grafik perkembangan bank syariah di Indonesia:

**Gambar 1.1 Grafik Perkembangan Perbankan Syariah di Indonesia**

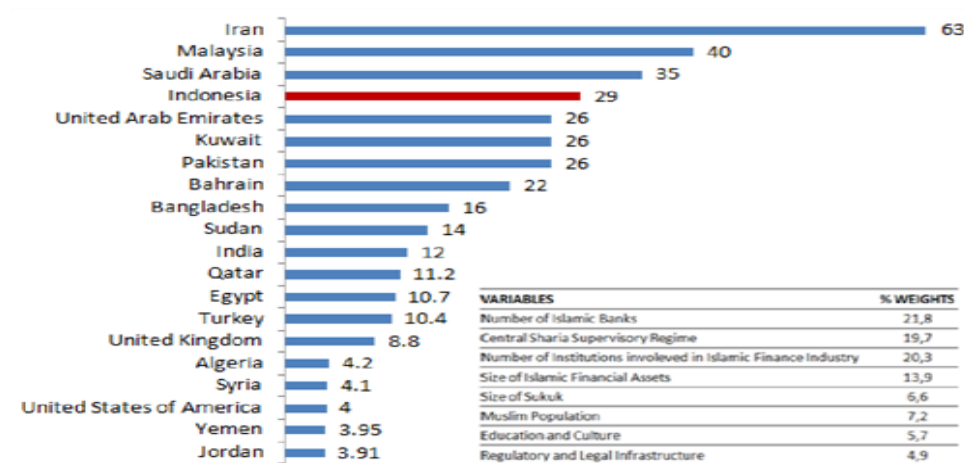


✓ Jumlah bank syariah terus bertambah, saat ini telah beroperasi 11 BUS & 24 UUS.  
Jauh lebih banyak dibanding angka di tahun 2000 saat industri baru terbentuk.

Sumber: Data BNI Syariah (2012).

Berikut grafik perkembangan Perbankan Syariah di Negara Muslim di Dunia:

**Gambar 1.2 Grafik Perkembangan Perbankan Syariah Negara Muslim**



Sumber: Data Bank Indonesia (2015).

Pada periode tahun 1992-1998 hanya ada satu unit Bank Syariah, tetapi pada tahun 2008 Undang-Undang Nomor 21 tentang Perbankan Syariah yang menjadi payung hukum serta bukti pengakuan akan kehadiran perbankan syariah di Indonesia. 2018 jumlah Bank Syariah di Indonesia berjumlah 196 Unit Bank Syariah, sebagai berikut:

**Table 1.3 Jumlah Perkembangan Perbankan Syariah**

Tahun	Bank Umum Syariah (BUS)	Unit Usaha Syariah (UUS)	Bank Perkreditan Rakyat Syariah (BPRS)	Jumlah
2014	12	22	163	197
2015	12	22	163	197
2016	12	22	163	197
2017	13	21	165	199
2018	13	23	160	196

Sumber: Data OJK 2018 (Otoritas Jasa Keuangan).

Data ini menjadi indikator bahwa perbankan syariah mempunyai potensi besar untuk berkembang di Indonesia, termasuk Kabupaten Sumbawa Barat yang memiliki Bank Muamalat dan Unit Usaha Syariah (UUS) NTB Syariah.

Beberapa produk yang ditawarkan oleh Bank Syariah kepada masyarakat menurut Karim (Bank Islam, 2010), secara garis besar terbagi dalam tiga kategori berdasarkan tujuan penggunaannya. *Pertama financing* atau prinsip jual beli yang dilaksanakan sehubungan dengan adanya perpindahan kepemilikan barang atau benda (*transfer of property*). Tingkat keuntungan bank ditentukan di depan dan menjadi bagian harga atas barang yang dijual. *Kedua, funding* yang dapat berbentuk giro, tabungan, dan deposito. Prinsip operasional syariah yang diterapkan dalam penghimpun dana masyarakat adalah prinsip *wadi'ah* dan *mudharabah*. *Ketiga*, jasa dengan tujuan untuk mempermudah pelaksanaan pembiayaan. Pembiayaan merupakan item yang sangat dibutuhkan oleh masyarakat. Selain untuk konsumsi juga sebagai tambahan modal usaha. Semakin besar modal yang diperoleh maka semakin besar pula peluang usaha untuk dapat dijalankan. Sebaliknya, semakin kecil atau rendah modal yang dimiliki maka usaha yang dijalankan pun cenderung kecil. Dengan kata lain, laju perkembangan suatu usaha sangat bergantung pada permodalan yang ada serta tingkat kelebihan risikonya, (Sugiarti; *Analisis Pengaruh Pemerintahan Pembiayaan Produktif Di BNI Syariah*, 2012).

Pembiayaan atau *financing* merupakan aktivitas penyaluran dana oleh suatu pihak ke pihak lain guna mendukung investasi yang telah direncanakan, baik itu dilakukan sendiri maupun oleh lembaga. Bank merupakan salah satu penyedia dana untuk memenuhi kebutuhan pihak-pihak yang merupakan *defisit unit*. Dilihat dari penggunaannya ada jenis pembiayaan produktif, yaitu pembiayaan untuk memenuhi kebutuhan peningkatan usaha, baik usaha produktif, perdagangan, maupun investasi. Sedangkan pembiayaan konsumtif, yaitu pembiayaan yang digunakan untuk memenuhi kebutuhan yang akan habis digunakan untuk memenuhi kebutuhan.

Dalam menyalurkan dana pada nasabah, secara garis besar produk pembiayaan syariah terbagi ke dalam empat kategori berdasarkan tujuan penggunaannya, yaitu: pembiayaan dengan prinsip jual beli (*Ba'i*), pembiayaan dengan prinsip sewa (*ijarah*), pembiayaan dengan prinsip bagi hasil (*syirkah*), dan pembiayaan dengan akad pelengkap.

Namun demikian, dari semua jenis dan model pembiayaan yang ditawarkan oleh lembaga keuangan Bank Syariah, minat masyarakat untuk menggunakannya masih tergolong rendah, dengan kata lain, masih banyak masyarakat yang justru lebih memilih menggunakan produk pembiayaan yang ditawarkan oleh Bank Konvensional dibanding Bank Syariah. Perbankan Syariah perlu mengembangkan jaringan perbankannya dengan berbagai upaya baik melalui peningkatan pemahaman masyarakat mengenai produk, mekanisme, sistem dan seluk beluk Perbankan Syariah. Perkembangan jaringan Perbankan Syariah akan tergantung pada besarnya *Demand* masyarakat terhadap sistem perbankan.

Dalam keputusan menjadi nasabah sebuah bank, masyarakat sangat memperhatikan produk yang ditawarkan oleh perbankan tersebut. Produk perbankan yang sesuai dengan system syariah lebih cenderung menjadi alasan bagi masyarakat untuk menabung di Perbankan Syariah, karena lebih meningkatkan kegiatan sosialisasi bahwa bunga adalah riba (haram) dan bagi hasil adalah halal.

Karakteristik sistem Perbankan Syariah yang beroperasi berdasarkan prinsip bagi hasil (*mudharabah*) dan tidak menerapkan sistem bunga (*riba'*) dikarenakan bunga dalam syariah hukumnya haram. Sistem syariah memberikan alternatif yang saling menguntungkan bagi masyarakat dan bank, serta mengutamakan

aspek keadilan dalam bertransaksi, investasi yang beretika, mengedepankan nilai-nilai kebersamaan dan persaudaraan dalam berproduksi, dan menghindari kegiatan spekulasi dalam transaksi keuangan.

Perkembangan minat dan jasa keuangan Perbankan Syariah di kalangan masyarakat semakin lama semakin pesat. Dalam hal itu, agar kegiatan sosialisasi dalam rangka peningkatan pemahaman masyarakat terhadap syariat Islam dalam sektor Perbankan Syariah menjadi lebih efektif, diperlukan informasi yang lengkap mengenai karakteristik dan perilaku nasabah atau calon nasabah terhadap Perbankan Syariah.

Kabupaten Sumbawa Barat merupakan Kabupaten yang berada di Provinsi Nusa Tenggara Barat dengan luas wilayah 184.902 ha. Sampai tahun 2017, penduduk Kabupaten Sumbawa Barat tercatat 140.890 jiwa (BPS Kabupaten Sumbawa Barat).

Pemerintah Kabupaten Sumbawa Barat telah berkomitmen mengkonversi salah satu bank di Sumbawa Barat yaitu, Bank NTB menjadi PT. Bank NTB Syariah dari tahun 2017, meskipun harus menerima konsekuensi tidak lagi mendapatkan deviden namun akan berbanding lurus dengan pelayanan yang diterima masyarakat terutama dalam bermuamalah masyarakat yang sesuai syariah.

Pertumbuhan bank syariah sejak tahun 2006-2016 sebesar 39 persen setiap tahun, sementara bank konvensional hanya 14 persen setiap tahunnya (Sumbawa Barat Post, 2017).

Dilatarbelakangi pembahasan di atas, penulis tertarik untuk membahas lebih lanjut mengenai latar belakang minat masyarakat memilih Perbankan Syariah dengan judul **“Analisis Minat Masyarakat Terhadap Produk Pembiayaan Perbankan Syariah Di Kecamatan Taliwang Kabupaten Sumbawa Barat”**.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Faktor apa saja yang mempengaruhi minat masyarakat dalam memilih produk pembiayaan pada Perbankan Syariah Cabang Taliwang Kabupaten Sumbawa Barat?
2. Bagaimana minat masyarakat Kabupaten Sumbawa Barat terhadap produk yang ditawarkan oleh Perbankan Syariah?

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini, berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah di atas adalah:

1. Untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi minat masyarakat dalam memilih produk pembiayaan pada Perbankan Syariah di Kecamatan Taliwang Kabupaten Sumbawa Barat.
2. Untuk mengetahui minat masyarakat di Kabupaten Sumbawa Barat terhadap produk pembiayaan pada Perbankan Syariah.

### **1.4 Manfaat Penelitian**

Hasil dari penelitian diharapkan dapat bermanfaat untuk:

1. Manfaat Teoritis
 

Bagi penulis, selain sebagai syarat menyelesaikan pendidikan akhir S1, juga menambah pengalaman di bidang penelitian mengenai faktor yang mempengaruhi minat masyarakat untuk memilih produk pembiayaan pada Perbankan Syariah.
2. Manfaat Praktis
  - 1.1. Bagi peneliti selanjutnya, penelitian ini dapat dijadikan acuan dan referensi yang mengangkat penelitian serupa dengan objek yang berbeda.
  - 1.2. Bagi pihak perusahaan perbankan, sebagai bahan masukan terhadap aspek-aspek yang perlu dibenahi dalam usaha meningkatkan jumlah nasabah pada Perbankan Syariah.
  - 1.3. Bagi masyarakat, hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai pengetahuan mengenai produk pembiayaan yang diberikan oleh Perbankan Syariah.

## BAB II

### TELAAH PUSTAKA

#### 1.1 Landasan Teori

##### 1.1.1 Pengertian Perbankan Syariah

Pengertian bank menurut Undang-Undang RI No.21 Tahun 2008 yaitu bank adalah:

1. Badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya kepada masyarakat dalam bentuk kredit dan atau bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat.
2. Bank Syariah adalah “bank yang menjalankan kegiatan usahanya berdasarkan prinsip syariah”.
3. Bank Syariah merupakan *Islamic Financial Institution* dan lebih dari sekedar bank (*beyond banking*) yang berlandaskan al-Qur’an dan hadis yang mengacu pada prinsip *muamalah*, yakni sesuatu itu boleh dilakukan, kecuali jika ada larangan dalam al-Qur’an dan Hadis yang mengatur hubungan antar manusia terkait ekonomi, sosial dan politik.
4. Perbankan adalah segala sesuatu yang menyangkut tentang bank, mencakup kelembagaan, kegiatan usaha, serta cara dan proses dalam melaksanakan kegiatan usahanya.

Berdasarkan pengertian tersebut, Perbankan Syariah berarti bank yang melaksanakan kegiatan usaha berdasarkan prinsip syariah di mana tata cara operasionalnya berdasarkan cara bermuamalat Islam dan mengacu pada ketentuan-ketentuan al-Qur’an dan al-Hadis. Sebagaimana muamalat berisi ketentuan yang mengatur hubungan antara manusia dengan manusia lainnya, baik hubungan individu dengan individu, maupun antara individu dengan kelompok (masyarakat).

##### 1.1.2 Prinsip Perbankan Syariah

Eksistensi Perbankan Syariah tidak hanya dilihat dari ketiadaan sistem riba dalam seluruh transaksinya, tetapi dilihat dari sistem yang dapat membawa



manusia mendapatkan kebahagiaan lahir dan batin. Ada beberapa prinsip utama yang dianut oleh Perbankan Syariah diantaranya:

1. Larangan riba (bunga) dalam berbagai bentuk transaksi.
2. Menjalankan bisnis dan aktivitas perdagangan yang berbasis pada memperoleh keuntungan yang sah menurut syariat.
3. Mampu menumbuh kembangkan zakat.

Prinsip fundamental dalam Perbankan Syariah adalah bebas dari bunga. Oleh karena itu Perbankan Syariah menerapkan pola bagi hasil. Penerapan pola pembiayaan usaha dengan prinsip bagi hasil akan menumbuhkan rasa tanggung jawab pada masing-masing pihak. Konsep yang diterapkan adalah hubungan investor yang harmonis sehingga dalam menjalankan kegiatan semua pihak pada hakekatnya akan memperhatikan prinsip kehati-hatian sehingga memperkecil kemungkinan resiko terjadinya kegagalan usaha (Ikit, 2015). Selain itu hubungan dengan nasabah adalah hubungan mitra usaha (Ikit, 2015). Oleh karena itu keuntungan yang diperoleh dibagi bersama sesuai proporsi keikutsertaan sebagai mitra. Demikian sebaliknya apabila terjadi kerugian maka akan ditanggung bersama.

Keunikan karakteristik Perbankan Syariah yaitu berlandaskan syariat Islam yang mengharamkan riba dalam setiap transaksi keuangan, baik kegiatan penyimpanan maupun penyaluran dana yang tidak dikenakan bunga.

**Table 2.1 Prinsip yang dilaksanakan oleh Perbankan Syariah (Ikit, 2015)**

<b>Permasalahan</b>	<b>Perbankan Syariah</b>
Landasan Operasional	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Berdasarkan prinsip syariah Islam.</li> <li>2. Uang sebagai alat tukar bukan sebagai komoditi.</li> <li>3. Bunga dalam berbagai bentuk dilarang.</li> <li>4. Menggunakan prinsip bagi hasil dari keuntungan atas transaksi real.</li> </ol>
Fungsi dan Peran	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Agen/ manajer investasi.</li> <li>2. Investor.</li> <li>3. Penyedia jasa lalu lintas pembayaran (keuangan).</li> </ol>

	<p>4. Fungsi operasional sebagai pengelola dana kebajikan Zis.</p> <p>5. Hubungan dengan nasabah adalah hubungan kemitraan (timbang balik).</p>
Resiko Usaha	<p>1. Dihadapi bersama antara bank dengan nasabah dengan prinsip keadilan dan kejujuran.</p> <p>2. Tidak mengenal kemungkinan terjadinya selisih negatif.</p>
Sistem dan Pengawasan	Adanya Dewan Pengawas Syariah (DPS) untuk memastikan adanya operasional bank tidak menyimpang dari syariah disamping tuntutan moralitas penyediaan bank dan nasabah sesuai dengan ahlakul karimah.

### 1.1.3 Produk Perbankan Syariah

Umumnya terdapat dua kegiatan utama dalam operasional perbankan syariah, yaitu penghimpun dana dan penyaluran dana.

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَذَرُوا مَا بَقِيَ مِنَ الرِّبَا إِن كُنْتُمْ مُؤْمِنِينَ

“Hai orang-orang yang beriman, bertakwalah kepada Allah dan tinggalkan sisa **riba** (yang belum dipungut) jika kamu orang-orang yang beriman.” (Al Baqarah[2]: 278)

Dengan ayat ini, Allah memerintahkan hambanya untuk beriman dan bertakwa dengan meninggalkan sesuatu yang dapat menjauhi hambanya dari keridhaan-Nya.

Pada dasarnya produk yang ditawarkan oleh Perbankan Syariah dibagi menjadi tiga bagian besar, yaitu:

#### 1. Produk penyaluran dana (*Financing*)

Menurut Undang-Undang Nomor 21 Tahun 2008 tentang Bank Syariah menjelaskan bahwa penyaluran atau pembiayaan adalah penyediaan dana atau tagihan yang dipersamakan dengan itu, berupa: (1) Transaksi jual beli dalam bentuk piutang *mudharabah*, *salam* dan *istishna*, (2) Transaksi bagi hasil dalam

bentuk *mudharabah* dan *musyarakah*, (3) Transaksi sewa menyewa dalam bentuk *ijarah* atau sewa beli dalam bentuk *ijarah muntahiyah bittamlik*, (4) Transaksi pinjam-meminjam dalam bentuk piutang *qardh*, (5) Transaksi sewa-menyewa jasa dalam bentuk *ijarah* untuk transaksi multi jasa.

Dalam menyalurkan dananya kepada nasabah, secara garis besar produk pembiayaan syariah terbagi ke dalam empat kategori yang dibedakan berdasarkan tujuan penggunaannya, yaitu:

a. Prinsip Jual Beli (*Ba'i*)

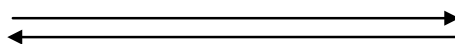
Prinsip jual beli dilaksanakan sehubungan dengan adanya perpindahan kepemilikan barang atau benda (*transfer of property*). Tingkat keuntungan bank ditentukan di depan dan menjadi bagian harga atas barang yang dijual. Transaksi jual beli dapat dibedakan berdasarkan bentuk pembayaran dan waktu penyerahan barangnya, yakni sebagai berikut: (Adiwarman A.Karim,2014).

الَّذِينَ يَأْكُلُونَ الرِّبَا لَا يَقُومُونَ إِلَّا كَمَا يَقُومُ الَّذِي يَتَخَبَّطُهُ الشَّيْطَانُ مِنَ الْمَسِّ ذَٰلِكَ بِأَنَّهُمْ قَالُوا إِنَّمَا الْبَيْعُ مِثْلُ الرِّبَا وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا فَمَنْ جَاءَهُ مَوْعِظَةٌ مِنْ رَبِّهِ فَانْتَهَى فَلَهُ مَا سَلَفَ وَأَمْرُهُ إِلَى اللَّهِ وَمَنْ عَادَ فَأُولَٰئِكَ أَصْحَابُ النَّارِ هُمْ فِيهَا خَالِدُونَ

“Orang-orang yang makan (mengambil) **riba** tidak dapat berdiri melainkan seperti berdirinya orang yang kemasukan syaitan lantaran (tekanan) penyakit gila Keadaan mereka yang demikian itu, adalah disebabkan mereka berkata (berpendapat), sesungguhnya jual beli itu sama dengan **riba**, padahal Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan **riba**. Orang-orang yang telah sampai kepadanya larangan dari Tuhannya, lalu terus berhenti (dari mengambil **riba**), maka baginya apa yang telah diambilnya dahulu<sup>(3)</sup> (sebelum datang larangan); dan urusannya (terserah) kepada Allah. Orang yang kembali (mengambil **riba**), maka orang itu adalah penghuni-penghuni neraka; mereka kekal di dalamnya.” (Al Baqarah[2]: 275)

1) Pembiayaan *Murabahah*

Pembiayaan *murabahah*, adalah transaksi jual beli di mana bank menyebut jumlah keuntungan. Bank bertindak sebagai penjual, sementara nasabah sebagai pembeli. Harga jual adalah harga beli bank dari pemasok ditambah keuntungan (*margin*). Kedua belah pihak harus menyepakati harga jual dan jangka waktu pembayaran.



(1) Jual

Bank Syariah  
(Penyimpan)

(2) Bayar cicilan

Nasabah

**Gambar a.1 Skema Pembiayaan Murabahah****2) Pembiayaan salam**

Pembiayaan salam adalah transaksi jual beli dimana barang yang diperjualbelikan belum ada. Oleh karena itu, barang diserahkan secara tangguh sementara pembayaran dilakukan tunai. Bank bertindak sebagai pembeli, sementara nasabah sebagai penjual. Transaksi ini dari segi kuantitas, kualitas, harga dan waktu penyerahan barang harus ditentukan secara pasti. (Adiwarman A. Karim, 2014).

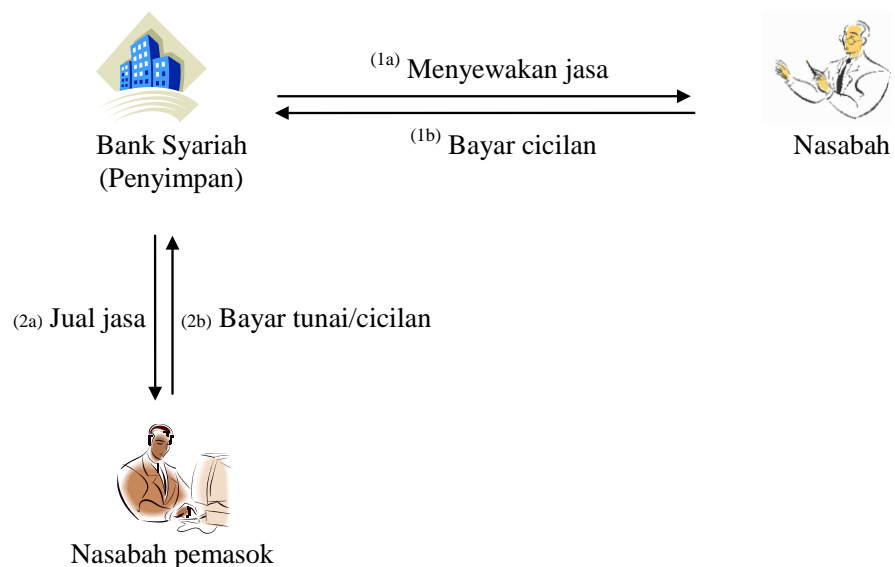
يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِذَا تَدَايَنْتُمْ بِدَيْنٍ إِلَى أَجَلٍ مُسَمًّى فَالْكُتُبُ بَيْنَكُمْ كَاتِبٌ بِالْعَدْلِ وَلَا يَأْبَ كَاتِبٌ أَنْ يَكْتُبَ كَمَا عَلَّمَهُ اللَّهُ فَلْيَكْتُبْ وَلْيُمْلِلِ الَّذِي عَلَيْهِ الْحَقُّ وَلْيَتَّقِ اللَّهَ رَبَّهُ وَلَا يَبْخَسَ مِنْهُ شَيْئًا فَإِنْ كَانَ الَّذِي عَلَيْهِ الْحَقُّ سَفِيهًا أَوْ ضَعِيفًا أَوْ لَا يَسْتَطِيعُ أَنْ يُمِلَّ هُوَ فَلْيُمْلِلْ وَلِيُّهُ بِالْعَدْلِ وَاسْتَشْهِدُوا شَهِيدَيْنِ مِنْ رِجَالِكُمْ فَإِنْ لَمْ يَكُونَا رَجُلَيْنِ فَرَجُلٌ وَامْرَأَتَانِ مِمَّنْ تَرْضَوْنَ مِنَ الشُّهَدَاءِ أَنْ تَضِلَّ إِحْدَاهُمَا فَتُذَكَّرَ إِحْدَاهُمَا الْأُخْرَىٰ وَلَا يَأْبَ الشُّهَدَاءُ إِذَا مَا دُعُوا وَلَا تَسْأَمُوا أَنْ تَكْتُبُوهُ صَغِيرًا أَوْ كَبِيرًا إِلَىٰ أَجَلِهِ ذَلِكُمْ أَقْسَطُ عِنْدَ اللَّهِ وَأَقْوَمُ لِلشَّهَادَةِ وَأَدْنَىٰ أَلَّا تَرْتَابُوا ۚ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً حَاضِرَةً تُدِيرُونَهَا بَيْنَكُمْ فَلَيْسَ عَلَيْكُمْ جُنَاحٌ أَلَّا تَكْتُبُوهَا وَأَشْهَدُوا إِذَا تَبَايَعْتُمْ وَلَا يُضَارَّ كَاتِبٌ وَلَا شَهِيدٌ وَإِنْ تَفْعَلُوا فَإِنَّهُ فُسُوقٌ بِكُمْ وَاتَّقُوا اللَّهَ وَيُعَلِّمُكُمُ اللَّهُ وَاللَّهُ بِكُلِّ شَيْءٍ عَلِيمٌ

*“Wahai orang-orang yang beriman! Apabila kamu melakukan utangpiutang untuk waktu yang ditentukan, hendaklah kamu menuliskannya. Dan hendaklah seorang penulis di antara kamu menuliskannya dengan benar. Janganlah penulis menolak untuk menuliskannya sebagaimana Allah telah mengajarkan kepadanya, maka hendaklah dia menuliskan. Dan hendaklah orang yang berutang itu mendiktekan, dan hendaklah dia bertakwa kepada Allah, Tuhannya, dan janganlah dia mengurangi sedikit pun dari padanya. Jika yang berutang itu orang yang kurang akalnya atau lemah (keadaannya), atau tidak mampu mendiktekan sendiri, maka hendaklah walinya mendiktekannya dengan benar. Dan persaksikanlah dengan dua orang saksi laki-laki di antara kamu. Jika tidak ada (saksi) dua orang laki-laki, maka (boleh) seorang laki-laki dan dua orang perempuan di antara orang-orang yang kamu sukai dari para saksi (yang ada), agar jika yang seorang lupa maka yang seorang lagi mengingatkannya. Dan janganlah saksi-saksi itu menolak apabila dipanggil. Dan janganlah kamu bosan menuliskannya, untuk batas waktunya baik (utang itu) kecil maupun besar. Yang demikian itu, lebih adil di sisi Allah, lebih dapat menguatkan kesaksian, dan lebih mendekatkan kamu kepada ketidakraguan, kecuali jika hal itu merupakan perdagangan tunai yang kamu jalankan di antara kamu, maka tidak ada dosa bagi kamu jika kamu tidak menuliskannya. Dan ambillah saksi apabila kamu berjual-beli, dan janganlah penulis dipersulit dan begitu juga saksi. Jika kamu lakukan (yang demikian), maka sungguh, hal itu suatu kefasikan pada kamu. Dan*

*bertakwalah kepada Allah, Allah memberikan pengajaran kepadamu, dan Allah Maha Mengetahui segala sesuatu.” (Al-Baqarah [2]: 282)*

### 3) Pembiayaan *istishna*

Pembiayaan *istishna*’, menyerupai produk *salam*, tapi dalam *istishna*’ pembayarannya dapat dilakukan oleh bank dalam beberapa kali pembayaran. Skim *istishna*’ dalam Perbankan Syariah umumnya diaplikasikan pada pembiayaan manufaktur dan konstruksi. Ketentuan umum pembiayaan *istishna*’ adalah spesifikasi barang pesanan harus jelas seperti jenis, macam, ukuran, mutu dan jumlahnya. (Adiwarman A. Karim, 2014).



Gambar a.2 Skema Pembiayaan *istishna*

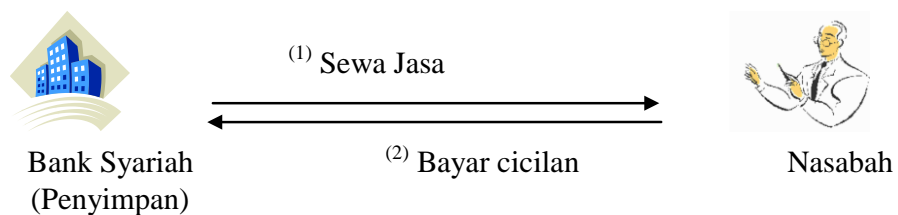
يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِذَا تَدَايَنْتُمْ بِدَيْنٍ إِلَى أَجَلٍ مُّسَمًّى فَاكْتُبُوهُ وَلْيَكْتُبَ بَيْنَكُمْ كَاتِبٌ بِالْعَدْلِ وَلَا يَأْبَ كَاتِبٌ أَنْ يَكْتُبَ كَمَا عَلَّمَهُ اللَّهُ فَلْيَكْتُبْ وَلْيَمْلِكِ الَّذِي عَلَيْهِ الْحَقُّ وَلْيَتَّقِ اللَّهَ رَبَّهُ وَلَا يَبْخَسَ مِنْهُ شَيْئًا فَإِنْ كَانَ الَّذِي عَلَيْهِ الْحَقُّ سَفِيهًا أَوْ ضَعِيفًا أَوْ لَا يَسْتَطِيعُ أَنْ يُمِلَّ هُوَ فَلْيُمْلِكْ وَلِيُّهُ بِالْعَدْلِ وَاسْتَشْهِدُوا شَهِيدَيْنِ مِنْ رِجَالِكُمْ فَإِنْ لَمْ يَكُونَا رَجُلَيْنِ فَرَجُلٌ وَامْرَأَتَانِ مِمَّنْ تَرْضَوْنَ مِنَ الشُّهَدَاءِ أَنْ تَضِلَّ إِحْدَاهُمَا فَتُذَكَّرَ إِحْدَاهُمَا الْأُخْرَىٰ وَلَا يَأْبَ الشُّهَدَاءُ إِذَا مَا دُعُوا وَلَا تَسْأَمُوا أَنْ تَكْتُبُوهُ صَغِيرًا أَوْ كَبِيرًا إِلَىٰ أَجَلِهِ ذَلِكُمْ أَقْسَطُ عِنْدَ اللَّهِ وَأَقْوَمُ لِلشَّهَادَةِ وَأَدْنَىٰ أَلَّا تَرْتَابُوا إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً حَاضِرَةً تُدِيرُونَهَا بَيْنَكُمْ فَلَيْسَ عَلَيْكُمْ جُنَاحٌ أَلَّا تَكْتُبُوهَا وَأَشْهِدُوا إِذَا تَبَايَعْتُمْ وَلَا يُضَارَّ كَاتِبٌ وَلَا شَهِيدٌ وَإِنْ تَفْعَلُوا فَإِنَّهُ فُسُوقٌ بِكُمْ وَانْقُوا اللَّهَ وَيَعْلَمُكُمْ اللَّهُ وَاللَّهُ بِكُلِّ شَيْءٍ عَلِيمٌ

“Wahai orang-orang yang beriman! Apabila kamu melakukan utang-piutang untuk waktu yang ditentukan, hendaklah kamu menuliskannya. Dan hendaklah seorang penulis di antara kamu menuliskannya dengan benar. Janganlah penulis menolak untuk menuliskannya sebagaimana Allah telah

mengajarkan kepadanya, maka hendaklah dia menuliskan. Dan hendaklah orang yang berutang itu mendiktekan, dan hendaklah dia bertakwa kepada Allah, Tuhannya, dan janganlah dia mengurangi sedikit pun dari padanya. Jika yang berutang itu orang yang kurang akalnnya atau lemah (keadaannya), atau tidak mampu mendiktekan sendiri, maka hendaklah walinya mendiktekannya dengan benar. Dan persaksikanlah dengan dua orang saksi laki-laki di antara kamu. Jika tidak ada (saksi) dua orang laki-laki, maka (boleh) seorang laki-laki dan dua orang perempuan di antara orang-orang yang kamu sukai dari para saksi (yang ada), agar jika yang seorang lupa maka yang seorang lagi mengingatkannya. Dan janganlah saksi-saksi itu menolak apabila dipanggil. Dan janganlah kamu bosan menuliskannya, untuk batas waktunya baik (utang itu) kecil maupun besar. Yang demikian itu, lebih adil di sisi Allah, lebih dapat menguatkan kesaksian, dan lebih mendekatkan kamu kepada ketidakraguan, kecuali jika hal itu merupakan perdagangan tunai yang kamu jalankan di antara kamu, maka tidak ada dosa bagi kamu jika kamu tidak menuliskannya. Dan ambillah saksi apabila kamu berjual-beli, dan janganlah penulis dipersulit dan begitu juga saksi. Jika kamu lakukan (yang demikian), maka sungguh, hal itu suatu kefasikan pada kamu. Dan bertakwalah kepada Allah, Allah memberikan pengajaran kepadamu, dan Allah Maha Mengetahui segala sesuatu.” (Al-Baqarah [2]: 282)

#### b.) Prinsip Sewa (*Ijarah*)

Transaksi *ijarah* dilandasi adanya perpindahan manfaat. Jadi, pada dasarnya prinsip *ijarah* sama saja dengan prinsip jual beli, tapi perbedaannya terletak pada objek transaksinya. Bila pada jual-beli objek transaksinya adalah barang, pada *ijarah* objek transaksinya adalah jasa.



Gambar a.3 Skema Pembiayaan *Ijarah*

Pada akhir masa sewa, bank dapat saja menjual barang yang disewakannya kepada nasabah. Karena itu dikenal *ijarah muntahiyah bitamlik* (sewa yang diikuti dengan berpindahnya kepemilikan). (Adiwarman A. Karim, 2014).

أَهُمْ يَقْسِمُونَ رَحْمَتَ رَبِّكَ ۗ نَحْنُ قَسَمْنَا بَيْنَهُمْ مَئِشَتَهُمْ فِي الْحَيَاةِ الدُّنْيَا ۖ وَرَفَعْنَا بَعْضَهُمْ فَوْقَ بَعْضٍ دَرَجَاتٍ لِيَتَّخِذَ بَعْضُهُمْ بَعْضًا سُلْخِيًّا ۗ وَرَحِمْتُ رَبِّكَ خَيْرٌ مِمَّا يَجْمَعُونَ

“Apakah mereka yang membagi-bagi rahmat Tuhanmu? Kami lah yang menentukan penghidupan mereka dalam kehidupan dunia, dan Kami telah

*meninggikan sebagian mereka atas sebagian yang lain beberapa derajat, agar sebagian mereka dapat memanfaatkan sebagian yang lain. Dan rahmat*

*Tuhanmu lebih baik dari apa yang mereka kumpulkan.” (Az-Zukhruf[43]: 32)*

### c.) Prinsip Bagi Hasil (*Syirkah*)

Produk pembiayaan syariah yang didasarkan atas prinsip bagi hasil adalah sebagai berikut:

#### 1) Pembiayaan *musyarakah*

Pembiayaan *musyarakah*, transaksi ini dilandasi adanya keinginan para pihak yang bekerja sama untuk meningkatkan nilai aset yang mereka miliki secara bersama-sama. Semua bentuk usaha yang melibatkan dua pihak atau lebih di mana mereka secara bersama-sama memadukan seluruh bentuk sumber daya baik yang berwujud maupun tidak berwujud. (Adiwarman A. Karim, 2014.). Secara spesifik bentuk kontribusi dari pihak yang bekerja sama dapat berupa dana, barang perdagangan (*trading asset*), kewiraswastaan (*entrepreneurship*), kepandaian (*skill*), kepemilikan (*property*), perlalatan (*equipment*), atau *intangible asset* (hak paten atau *goodwill*), kepercayaan/reputasi (*credit-worthness*) dan barang-barang lainnya yang dapat dinilai dengan uang. (Adiwarman A. Karim, 2014).

قَالَ لَقَدْ ظَلَمَكَ بِسُؤَالِ نَعَجْتِكَ إِلَىٰ نِعَاجِهِ وَإِنَّ كَثِيرًا مِّنَ الْخُلَطَاءِ لَيَبْغِي بَعْضُهُمْ عَلَىٰ بَعْضٍ إِلَّا الَّذِينَ آمَنُوا وَعَمِلُوا الصَّالِحَاتِ وَقَلِيلٌ مَّا هُمْ وَظَنَّ دَاوُدُ أَنَّمَا فَتَنَّاهُ فَاسْتَغْفَرَ رَبَّهُ وَخَرَّ رَاكِعًا وَأَنَابَ ۝

“Dia (*Dawud*) berkata, "Sungguh, dia telah berbuat zalim kepadamu dengan meminta kambingmu itu untuk (ditambahkan) kepada kambingnya. Memang banyak di antara orang-orang yang bersekutu itu berbuat zalim kepada yang lain, kecuali orang-orang yang beriman dan mengerjakan kebajikan; dan hanya sedikitlah mereka yang begitu." Dan Dawud menduga bahwa Kami mengujinya; maka dia memohon ampunan kepada Tuhannya lalu menyungkur sujud dan bertobat.” (Sād [38]: 24)

#### 2) Pembiayaan *mudharabah*

Pembiayaan *mudharabah*, adalah bentuk kerja sama antara dua pihak atau lebih pihak di mana pemilik modal (*shahib al-maal*) mempercayakan sejumlah modal kepada pengelola (*mudharib*) dengan suatu perjanjian pembagian keuntungan. Bentuk ini menegaskan kerja sama dalam paduan kontribusi 100%

modal kas dari *shahib al-maal* dan keahlian dari *mudharib*. Transaksi jenis ini tidak mensyaratkan adanya wakil *shahib al-maal* dalam manajemen proyek. Sebagai orang kepercayaan, *mudharib* harus bertindak hati-hati dan bertanggung jawab untuk setiap kerugian yang terjadi akibat kelalaian. Sedangkan sebagai wakil *shahib al-maal* dia diharapkan untuk mengelola modal dengan cara tertentu untuk menciptakan laba optimal.

(Adiwarman A. Karim, 2014).

وَإِنْ كُنْتُمْ عَلَى سَفَرٍ وَلَمْ تَجِدُوا كَاتِبًا فَرِهَانٌ مَّقْبُوضَةٌ فَإِنْ أَمِنَ بَعْضُكُم بَعْضًا فَلْيُؤَدِّ الَّذِي أُؤْتِمِنَ أَمَانَتَهُ وَلْيَتَّقِ اللَّهَ رَبَّهُ وَلَا تَكُونُوا الشَّاهِدَةَ وَمَنْ يَكْتُمْهَا فَإِنَّهُ آثِمٌ قَلْبُهُ وَاللَّهُ بِمَا تَعْمَلُونَ عَلِيمٌ

*“Dan jika kamu dalam perjalanan sedang kamu tidak mendapatkan seorang penulis, maka hendaklah ada barang jaminan yang dipegang. Tetapi, jika sebagian kamu memercayai sebagian yang lain, hendaklah yang dipercayai itu menunaikan amanatnya (utangnya) dan hendaklah dia bertakwa kepada Allah, Tuhannya. Dan janganlah kamu menyembunyikan kesaksian karena barang siapa menyembunyikannya, sungguh, hatinya kotor (berdosa). Allah Maha Mengetahui apa yang kamu kerjakan.”* (Al-Baqarah [2]: 283)

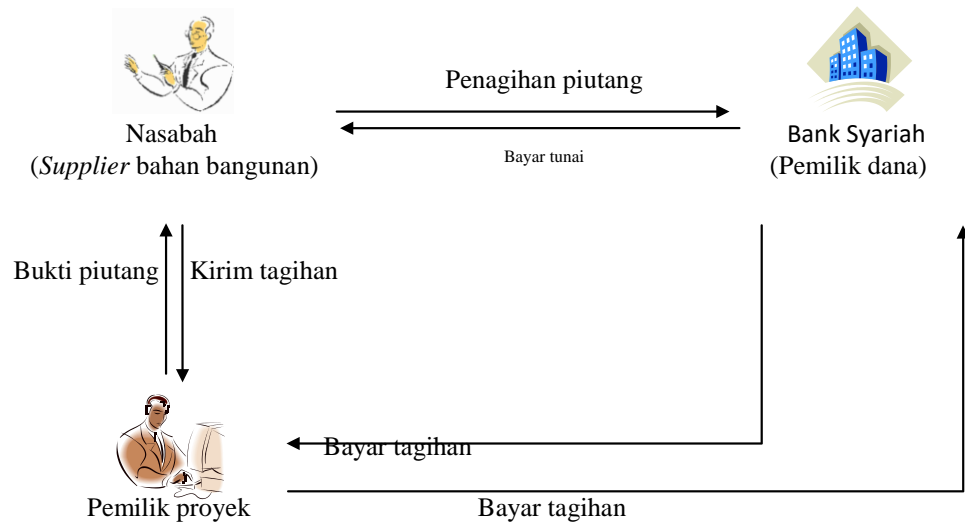
#### d.) Akad Pelengkap

Akad pelengkap tidak ditujukan untuk mencari keuntungan, tapi ditujukan untuk mempermudah pelaksanaan pembiayaan. Meskipun tidak ditujukan untuk mencari keuntungan, dalam akad pelengkap ini dibolehkan untuk meminta pengganti biaya-biaya yang dikeluarkan untuk melaksanakan akad ini. Besarnya pengganti biaya ini sekedar untuk menutupi biaya yang benar-benar timbul. (Adiwarman A. Karim, 2014). Akad pelengkap, di antaranya:

##### 1) *Hiwalah* (Alih Utang-Piutang)

Adalah untuk membantu *supplier* mendapatkan modal tunai agar dapat melanjutkan produksinya. Bank mendapat ganti biaya atas jasa pemindahan piutang. Untuk mengantisipasi resiko kerugian yang akan timbul, bank perlu melakukan penelitian atas kemampuan pihak yang berutang dan kebenaran transaksi antara yang memindahkan piutang dan yang berutang. (Adiwarman A. Karim, 2014).





**Gambar d.1 Skema Pembiayaan Hiwalah**

مَنْ ذَا الَّذِي يُقْرِضُ اللَّهَ قَرْضًا حَسَنًا فَيُضَاعِفَهُ لَهُ أَضْعَافًا كَثِيرَةً وَاللَّهُ يَقْضِي وَيَبْسُطُ وَإِلَيْهِ تُرْجَعُونَ

“Siapakah yang mau memberi pinjaman kepada Allah, pinjaman yang baik (menafkahkan hartanya di jalan Allah), maka Allah akan meperlipat gandakan pembayaran kepadanya dengan lipat ganda yang banyak. Dan Allah menyempitkan dan melapangkan (rezki) dan kepada-Nya-lah kamu dikembalikan.” (Al-Baqarah [2]: 245)

## 2) Rahn

*Rahn* (gadai), bertujuan untuk memberikan jaminan pembayaran kembali kepada bank dalam memberikan pembiayaan. Barang yang digadai wajib memenuhi kriteria:

- 1.) Milik nasabah sendiri.
- 2.) Jelas ukuran, sifat, dan nilainya ditentukan berdasarkan nilai rill pasar.
- 3.) Dapat dikuasai namun tidak boleh dimanfaatkan oleh bank.(Adiwarman A. Karim, 2014).

Atas izin bank, nasabah dapat menggunakan barang tertentu yang digadaikan dengan tidak mengurangi nilai dan merusak barang yang digadaikan. Apabila barang yang digadaikan rusak atau cacat, nasabah harus bertanggung jawab.

وَإِنْ كُنْتُمْ عَلَى سَفَرٍ وَلَمْ تَجِدُوا كَاتِبًا فَرِهَانٌ مَّقْبُوضَةٌ فَإِنْ أَمِنَ بَعْضُكُم بَعْضًا فَلْيُؤَدِّ الَّذِي أُؤْتِمِنَ أَمَانَتَهُ وَلْيَتَّقِ اللَّهَ رَبَّهُ وَلَا تَكُنُمُ الشَّاهِدَةَ وَمَنْ يَكْتُمْهَا فَإِنَّهُ آثِمٌ قَلْبُهُ وَاللَّهُ بِمَا تَعْمَلُونَ عَلِيمٌ

“ Dan jika kamu dalam perjalanan sedang kamu tidak mendapatkan seorang penulis, maka hendaklah ada barang jaminan yang dipegang. Tetapi,

*jika sebagian kamu memercayai sebagian yang lain, hendaklah yang dipercayai itu menunaikan amanatnya (utangnya) dan hendaklah dia bertakwa kepada Allah, Tuhannya. Dan janganlah kamu menyembunyikan kesaksian karena barang siapa menyembunyikannya, sungguh, hatinya kotor (berdosa). Allah Maha Mengetahui apa yang kamu kerjakan.”* (Al-Baqarah [2]: 283)

### 3) *Qardh*

*Qardh* adalah pinjaman uang. Aplikasi *Qardh* dalam perbankan biasanya dalam empat hal, yaitu:

- 1.) Sebagai pinjaman talangan haji, di mana nasabah calon haji diberikan pinjaman talangan untuk memenuhi syarat penyetoran biaya perjalanan haji. Nasabah akan melunasinya sebelum keberangkatannya.
- 2.) Sebagai pinjaman tunai (*cash advanced*) dari produk kartu kredit syariah, di mana nasabah diberi keleluasan untuk menarik uang tunai milik bank melalui ATM. Nasabah akan mengembalikannya sesuai waktu yang telah ditentukan.
- 3.) Sebagai pinjaman kepada pengusaha kecil, di mana menurut perhitungan bank akan memberatkan si pengusaha bila diberikan pembiayaan dengan skema jual beli, *ijarah*, atau bagi hasil.
- 4.) Sebagai pinjaman kepada pengurus bank, di mana bank menyediakan fasilitas ini untuk memastikan terpenuhinya kebutuhan pengurus bank. Pengurus bank akan mengembalikan dana pinjaman itu secara cicilan melalui pemotongan gajinya. (Adiwarman A.Karim, 2014).

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا أَوْفُوا بِالْعُقُودِ أُحْلِلْتُ لَكُمْ بِهِيمَةُ الْأَنْعَامِ إِلَّا مَا يُنْتَلَى عَلَيْكُمْ غَيْرِ مُجْلِي الصَّيِّدِ وَأَنْتُمْ حُرْمٌ إِنَّ اللَّهَ يَحْكُمُ مَا يُرِيدُ

*“Wahai orang-orang yang beriman! Penuhilah janji-janji. Hewan ternak dihalalkan bagimu, kecuali yang akan disebutkan kepadamu, dengan tidak menghalalkan berburu ketika kamu sedang berihram (haji atau umrah). Sesungguhnya Allah menetapkan hukum sesuai dengan yang Dia kehendaki.”*

(Al-Mā'idah [5]: 1)

### 4) *Wakalah* (Perwakilan)

*Wakalah* dalam aplikasi perbankan terjadi apabila nasabah memberikan kuasa kepada bank untuk mewakili dirinya melakukan pekerjaan jasa tertentu, seperti pembukuan L/C, inkaso dan transfer uang. Bank dan nasabah yang dicantumkan dalam akad pemberian kuasa harus cakap hukum. Khusus untuk pembukuan L/C, apabila dana nasabah ternyata tidak cukup, maka penyelesaian

L/C dapat dilakukan dengan pembiayaan *murabahah*, *salam*, *ijarah*, *mudharabah*, atau *musyarakah*. (Adiwarman A.Karim, 2014).

قَالَ اجْعَلْنِي عَلَى خَزَائِنِ الْأَرْضِ إِنِّي خَفِيفٌ عَلَيْهِمْ

“Dia (Yusuf) berkata, "Jadikanlah aku bendaharawan negeri (Mesir); karena sesungguhnya aku adalah orang yang pandai menjaga, dan berpengetahuan." (Yūsuf [12]: 55)

#### 5) Kafalah (Garansi Bank)

Garansi bank dapat diberikan dengan tujuan untuk menjamin pembayaran suatu kewajiban pembayaran. Bank dapat mensyaratkan nasabah untuk menempatkan sejumlah dana untuk fasilitas ini sebagai *rahn*. Bank dapat pula menerima dana tersebut dengan prinsip *wadi'ah*. Untuk jasa-jasa ini, bank mendapatkan pengganti biaya atas jasa yang diberikan (Adiwarman A.Karim, 2014).

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَحْلُوا شَعَائِرَ اللَّهِ وَلَا الشَّهْرَ الْحَرَامَ وَلَا الْهَدْيَ وَلَا الْقَلَائِدَ وَلَا آمِينَ الْبَيْتِ الْحَرَامِ يَبْتَغُونَ فَضْلًا مِنْ رَبِّهِمْ وَرِضْوَانًا وَإِذَا حَلَلْتُمْ فَاصْطَادُوا وَلَا يَجْرِمَنَّكُمْ شَنَا نُ قَوْمٍ أَنْ صَدُّوكُمْ عَنِ الْمَسْجِدِ الْحَرَامِ أَنْ تَعْتَدُوا وَتَعَاوَنُوا عَلَى الْبِرِّ وَالتَّقْوَى وَلَا تَعَاوَنُوا عَلَى الْإِثْمِ وَالْعُدْوَانِ وَاتَّقُوا اللَّهَ إِنَّ اللَّهَ شَدِيدُ الْعِقَابِ

“Wahai orang-orang yang beriman! Janganlah kamu melanggar syi'ar-syi'ar kesucian Allah, dan jangan (melanggar kehormatan) bulan-bulan haram, jangan (mengganggu) hadyu (hewan-hewan kurban), dan Qalaid (hewan-hewan kurban yang diberi tanda), dan jangan (pula) mengganggu orang-orang yang mengunjungi Baitulharam; mereka mencari karunia dan keridaan Tuhannya. Tetapi apabila kamu telah menyelesaikan ihram, maka bolehlah kamu berburu. Jangan sampai kebencian(mu) kepada suatu kaum karena mereka menghalang-halangi kamu dari Masjidilharam mendorongmu berbuat melampaui batas (kepada mereka). Dan tolong-menolonglah kamu dalam (mengerjakan) kebajikan dan takwa, dan jangan tolong-menolong dalam berbuat dosa dan permusuhan. Bertakwalah kepada Allah, sungguh, Allah sangat berat siksa-Nya.” (Al-Mā'idah [5]: 2)

## 2. Produk Penghimpunan Dana (Funding)

Penghimpunan dana di Bank Syariah dapat berupa giro, tabungan dan deposito. Prinsip operasional syariah yang diterapkan dalam penghimpunan dana masyarakat adalah prinsip *Wadi'ah* dan *Mudharabah* (Adiwarman A.Karim, 2014).

### 2.1. Prinsip Wadi'ah (Simpanan)

Wadi'ah adalah sebagai titipan murni dari satu pihak penitip ke pihak lain, baik individu maupun badan hukum yang harus dijaga dan dikembalikan kapan

saja penitip menghendaki. Wadiah juga dapat diartikan memberikan kekuasaan kepada orang lain untuk menjaga barang atau aset seseorang dengan sebaik-baiknya (Ikit, 2015).

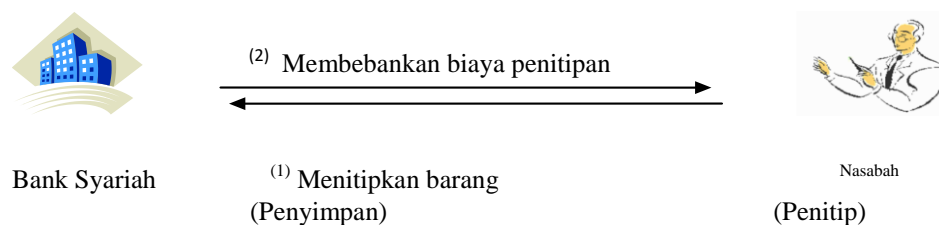
#### 1) Prinsip *wadi'ah yad dhamanah*

*Prinsip wadi'ah* yang diterapkan pada produk rekening giro adalah *wadi'ah yad dhamanah*, yaitu merupakan titipan murni dari pihak penitip yang mempunyai aset atau uang kepada pihak penyimpan yang diberi amanah, aset atau uang yang dititip harus dijaga dengan sebaik-baiknya dan dikembalikan kapan saja pemilik menghendaki. Pihak Perbankan Syariah boleh menggunakan, memanfaatkan dan mencampurkan aset atau uang yang dititipkan dengan tujuan menjalankan operasional Perbankan Syariah (Ikit, 2015).

Sementara itu, dalam *wadi'ah dhamanah* pihak yang dititipi (bank) bertanggung jawab atas keutuhan harta titipan sehingga ia boleh memanfaatkan harta titipan tersebut.

#### 2) Prinsip *wadi'ah yad al-amanah*

*Wadi'ah dhamanah* berbeda dengan *wadi'ah amanah*. Dalam *wadi'ah amanah*, pada prinsipnya harta titipan tidak boleh dimanfaatkan oleh yang dititipi.



**Gambar 2.9 Skema Pembiayaan *Wadi'ah yad al-amanah***

Ketentuan umum produk ini adalah:

1. Keuntungan atau kerugian dari penyaluran dana menjadi hak milik atau ditanggung bank, sedang pemilik dana tidak dijanjikan imbalan dan tidak menanggung kerugian.
2. Bank harus membuat akad pembukaan rekening yang isinya mencakup izin penyaluran dana yang disimpan dan persyaratan lain yang disepakati selama tidak bertentangan dengan prinsip syariah.
3. Terhadap pembukuan rekening ini bank dapat mengenakan pengganti biaya administrasi untuk sekedar menutupi biaya yang benar-benar terjadi.
4. Ketentuan lain yang berklaitan dengan rekening giro dan tabungan tetap berlaku selama tidak bertentangan dengan prinsip syariah (Adiwarman A.Karim, 2014).

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُم بَيْنَكُم بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا

“Wahai orang-orang yang beriman! Janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil (tidak benar), kecuali dalam perdagangan yang berlaku atas dasar suka sama suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu. Sungguh, Allah Maha Penyayang kepadamu.” (An-Nisā [4]: 29)

## 2.2. Prinsip Mudharabah

Dalam mengaplikasikan prinsip *mudharabah*, pemilik dana bertindak sebagai *shahibul maal* (pemilik modal) dan bank sebagai *mudharib* (pengelola). Hasil usaha merupakan bagi hasil antara satu pihak dengan pihak lain di mana pihak pemilik dana (*shahibul maal*) memberikan modalnya 100% kepada pengelola (*mudharib*) untuk melakukan usaha produktif.

Rukun *mudharabah* terpenuhi sempurna (ada *mudharib*, ada pemilik dana, usaha yang akan dibagihasilkan, nisbah dan ijab kabul). Prinsip *mudharabah* ini diaplikasikan pada produk tabungan berjangka dan deposito berjangka. Berdasarkan kewenangan yang diberikan oleh pihak penyimpan dana (Ikit, 2015). Prinsip *mudharabah* terbagi dua, yaitu:

### 1) *Mudharabah muthlaqah*

*Mudharabah muthlaqah* adalah kerjasama yang melibatkan dua pihak antara pemilik modal dengan pengelola yang cakupannya sangat luas dan tidak dibatasi oleh spesifikasi jenis usaha, waktu dan daerah bisnis. (Ikit, 2015: 71) Nasabah tidak memberikan persyaratan apa pun kepada bank, ke bisnis apa yang disimpannya itu hendak disalurkan, atau menetapkan penggunaan akad-akad tertentu, ataupun mensyaratkan dananya diperuntukkan bagi nasabah tertentu. Jadi, bank memiliki kebebasan penuh untuk menyalurkan dana ke bisnis manapun yang diperkirakan menguntungkan dengan tetap menjamin pemeliharaan dan keamanan dana yang dikelolanya.

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا أَوْفُوا بِالْعُقُودِ أُحِلَّتْ لَكُمْ بَهِيمَةُ الْأَنْعَامِ إِلَّا مَا يُتْلَى عَلَيْكُمْ غَيْرَ مُحِلِّي الصَّيْدِ وَأَنْتُمْ حُرْمٌ إِنَّ اللَّهَ يَحْكُمُ مَا يُرِيدُ

“Wahai orang-orang yang beriman! Penuhilah janji-janji. Hewan ternak dihalalkan bagimu, kecuali yang akan disebutkan kepadamu, dengan tidak menghalalkan berburu ketika kamu sedang berihram (haji atau umrah). Sesungguhnya Allah menetapkan hukum sesuai dengan yang Dia kehendaki.” (Al-Mā'idah [5]: 1)

## 2) *Mudharabah muqayyadah*

*Mudharabah muqayyadah* adalah kerjasama antara dua belah pihak di mana pihak pengelola dibatasi dengan batasan jenis usaha. Jenis investasi ini terbagi menjadi dua jenis, yaitu:

1. *Mudharabah muqayyadah on balance sheet*, merupakan simpanan khusus di mana pemilik dana dapat menetapkan syarat-syarat tertentu yang harus dipatuhi oleh bank. Misalnya disyaratkan digunakan untuk bisnis tertentu, atau dengan akad tertentu, atau untuk nasabah tertentu (Adiwarman A. Karim, 2014).
2. *Mudharabah muqayyadah of balance sheet*, merupakan penyaluran dana *mudharabah* langsung kepada pelaksana usahanya, di mana bank bertindak sebagai perantara yang mempertemukan antara pemilik dana dengan pelaksana usaha. Pemilik dana dapat menetapkan syarat-syarat tertentu yang harus dipatuhi oleh bank dalam mencari bisnis (pelaksana usaha) (Adiwarman A. Karim, 2014).

### 2.3. Akad pelengkap

Akad pelengkap tidak ditujukan untuk mencari keuntungan, tapi ditujukan untuk mempermudah pelaksanaan pembiayaan. Meskipun tidak ditujukan untuk mencari keuntungan, dalam akad pelengkap ini bank dibolehkan untuk meminta pengganti biaya-biaya yang dikeluarkan untuk melaksanakan akad ini. Salah satu akad pelengkap yang dapat dipakai untuk penghimpunan dana adalah akad wakalah (Adiwarman A. Karim, 2014).

### 3. Jasa Perbankan

Selain menjalankan fungsinya sebagai penghubung antara pihak yang membutuhkan dana dengan pihak yang kelebihan dana, Perbankan Syariah dapat pula melakukan berbagai pelayanan jasa perbankan kepada nasabah dengan mendapat imbalan berupa sewa atau keuntungan. Jasa perbankan tersebut antara lain berupa:

#### a. *Sharf (Jual Beli Valuta Asing)*

Pada prinsipnya jual beli valuta asing sejalan dengan prinsip *sharf*. Jual beli mata uang yang tidak sejenis ini, penyerahannya harus dilakukan pada waktu yang sama (*spot*). Bank mengambil keuntungan dari valuta asing (Adiwarman A. Karim, 2014).

الَّذِينَ يَأْكُلُونَ الرِّبَا لَا يَقُومُونَ إِلَّا كَمَا يَقُومُ الَّذِي يَتَخَبَّطُهُ الشَّيْطَانُ مِنَ الْمَسِّ ذَٰلِكَ بِأَنَّهُمْ قَالُوا إِنَّمَا الْبَيْعُ مِثْلُ الرِّبَا وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا فَمَنْ جَاءَهُ مَوْعِظَةٌ مِنْ رَبِّهِ فَانْتَهَىٰ فَلَهُ مَا سَلَفَ وَأَمْرُهُ إِلَى اللَّهِ وَمَنْ عَادَ فَأُولَٰئِكَ أَصْحَابُ النَّارِ هُمْ فِيهَا خَالِدُونَ

“Orang-orang yang memakan riba tidak dapat berdiri, melainkan seperti berdirinya orang yang kemasukan setan karena gila. Yang demikian itu karena mereka berkata bahwa jual beli sama dengan riba. Padahal, Allah telah menghalalkan jual-beli dan mengharamkan riba. Barang siapa mendapat peringatan dari Tuhannya, lalu dia berhenti, maka apa yang telah diperolehnya dahulu menjadi miliknya dan urusannya (terserah) kepada Allah. Barang siapa mengulangi, maka mereka itu penghuni neraka, mereka kekal di dalamnya.” (Al-Baqarah [2]: 275)

#### b. *Ijarah (Sewa)*

Jenis kegiatan *ijarah* antara lain penyewaan kotak simpanan (*safe deposit box*) dan jasa tata laksana administrasi dokumen (*custodian*). Bank mendapat imbalan sewa dari jasa tersebut (Adiwarman A. Karim, 2014).

قَالَتْ إِحْدَاهُمَا يَا أَبَتِ اسْتَأْجِرْهُ إِنَّ خَيْرَ مَنِ اسْتَأْجَرْتَ الْقَوِيُّ الْأَمِينُ

*“Dan salah seorang dari kedua (perempuan) itu berkata, "Wahai ayahku! Jadikanlah dia sebagai pekerja (pada kita), sesungguhnya orang yang paling baik yang engkau ambil sebagai pekerja (pada kita) ialah orang yang kuat dan dapat dipercaya." (Al-Qaṣaṣ [28]: 26)*

قَالُوا نَفْقِدُ صُوَاعَ الْمَلِكِ وَلِمَنْ جَاءَ بِهِ حِمْلُ بَعِيرٍ وَأَنَا بِهِ زَعِيمٌ

*“Mereka menjawab, "Kami kehilangan alat takar, dan siapa yang dapat mengembalikannya akan memperoleh (bahan makanan seberat) beban unta, dan aku jamin itu." (Yūsuf[12]: 72)*

#### **2.1.4 Proses Pengambilan Keputusan Membeli**

Proses pengambilan keputusan membeli menurut Kotler (Kotler Keller, 2013). Di antaranya:

##### **1. Pengenalan Masalah**

Proses pembelian dimulai ketika pembeli mengenali masalah atau kebutuhan. Untuk mendapatkan perhatian dan minat pembelian, para pemasar perlu mengidentifikasi keadaan yang memicu kebutuhan tertentu dengan mengumpulkan informasi dari sejumlah konsumen.

Kebutuhan yang menjadi pendorong minat pembelian dipengaruhi oleh dua hal, yaitu:

- a. Kebutuhan utama (rangsangan internal), seperti kebutuhan sandang, pangan dan papan.
- b. Rangsangan eksternal, seperti melihat orang lain mempunyai atau menggunakan sesuatu yang akhirnya memicu pemikiran kemungkinan untuk melakukan pembelian.

##### **2. Pencarian Informasi**

Rangsangan terhadap suatu kebutuhan akan mendorong konsumen mencari informasi dan mempelajari produk tertentu baik dengan penguatan perhatian seperti lebih peka terhadap informasi produk maupun keaktifan mencari informasi dengan mencari bahan bacaan atau mengunjungi suatu toko. Sumber informasi konsumen dapat digolongkan menjadi empat kelompok, di antaranya:

- a. Sumber pribadi, yaitu keluarga, teman, tetangga dan kenalan.
- b. Sumber komersial, yaitu iklan, wiraniaga, penyalut, kemasan dan pajangandi toko.



- c. Sumber publik, yaitu media massa atau organisasi penentu peringkat konsumen.
- d. Sumber pengalaman, yaitu penanganan, pengkajian dan pemakaian produk.

### 3. Evaluasi Alternatif

Evaluasi alternatif dilakukan untuk membuat penilaian akhir dari daya bersaing. Terdapat beberapa konsep dasar mengenai proses evaluasi pengambilan keputusan, di antaranya:

- a. Usaha memenuhi kebutuhan.
- b. Manfaat tertentu dari solusi produk.
- c. Pandangan terhadap produk sebagai sekumpulan atribut (spesifikasi) dengan kemampuan yang berbeda-beda dalam memberikan manfaat yang digunakan dalam pemuasan kebutuhan.

### 4. Keputusan Pembelian

Keputusan pembelian dapat dibentuk akibat preferensi sebagai kumpulan pilihan yang dikategorikan dalam lima sub-keputusan, yaitu merek, dealer, kuantitas, waktu dan metode pembayaran.

- a. Model kompesasi, yaitu model harapan-nilai di mana hal yang dianggap baik dari sebuah produk dapat menghilangkan hal lain yang dirasa buruk (pertimbangan atribut positif-negatif).
- b. Model pilihan non-kompesasi, yaitu model harapan-nilai tanpa mengevaluasi pertimbangan atribut positif-negatif melalui jalan pintas yang disebut warisan pilihan.

### 5. Perilaku Pasca Pembelian

Setelah pembelian, komunikasi pemasaran harus mempunyai keyakinan dan evaluasi yang dapat mengukuhkan pilihan konsumen agar merasa nyaman sehingga tidak merasa terganggu karena ketidaksesuaian dari fitur-fitur tertentu atau informasi lain yang menukung kebutuhannya.

Kepuasan pembeli merupakan fungsi dari seberapa sesuainya harapan pembeli produk dengan kinerja yang dipikirkan pembeli atas produk tersebut.

Oleh karena itu, kepuasan pembeli dapat diukur dari kinerja produk dan kesesuaian harapan karena kepuasan dan keidakpuasan terhadap produk akan mempengaruhi perilaku konsumen selanjutnya dengan menunjukkan kemungkinan yang lebih tinggi untuk kembali membeli produk tersebut atau sebaliknya.

### **2.1.5 Minat Nasabah**

Menurut Lovelock (Christopher H. Lovelock, 2007) proses pembelian merupakan aktivitas pelanggan dalam memilih, menggunakan, dan menilai jasa, tahapannya di antaranya:

#### **1. Tahap Pra Pembelian**

Menurut Lovelock tahap pra pembelian merupakan tahap pertama dalam proses pembelian jasa, di mana pelanggan mengidentifikasi berbagai alternatif, menimbang-nimbang manfaat dan risiko, dan pembuat keputusan pembelian. Proses tahapan pra pembelian di antaranya:

- a. Sadar akan adanya kebutuhan
- b. Pencarian Informasi
  - 1.) Mendefinisikan kebutuhan
  - 2.) Mencari-cari solusi
  - 3.) Mengidentifikasi pemasok jasa alternatif
- c. Evaluasi terhadap Penyedia Jasa Alternatif
  - 1.) Mengkaji dokumen (iklan, brosur, situs Web, dll)
  - 2.) Berkonsultasi dengan orang lain (mis, teman, keluarga dan pelanggan lain)
  - 3.) Mengunjungi penyedia jasa yang mungkin, berbicara dari hati ke hati

#### **2. Tahap Pertemuan atau Pelaksanaan Jasa**

Menurut Kotler dan Keller (2003), minat pembelian merupakan perilaku konsumen yang berkeinginan dalam membeli atau memilih suatu produk berdasarkan pengalaman dalam memilih, menggunakan dan mengkonsumsi bahkan menginginkan suatu produk tertentu.

Menurut Kotler, Bowen dan Makens (1999) minat beli timbul setelah adanya proses evaluasi alternatif di mana seseorang akan membuat suatu rangkaian pilihan mengenai produk yang hendak dibeli atas dasar merek maupun minat.

Menurut Kotler dan Keller (2003) keinginan untuk membeli suatu produk juga dapat berdasarkan pada sebuah merek tertentu yang dianggap lebih bagus.

Menurut Boyd, Walker, dan Larreche (2000), keinginan terhadap produk, merek, dan jasa tertentu dilakukan untuk memuaskan kebutuhan. Selain itu keinginan seseorang juga dibentuk oleh pengaruh sosial, sejarah masa lalu, dan pengalaman konsumsi.

Terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi minat beli konsumen. Swastha dan Irawan (2001) mengemukakan faktor yang mempengaruhi minat membeli berhubungan dengan perasaan dan emosi, apabila seseorang merasa senang dan puas dalam membeli barang atau jasa maka hal itu akan memperkuat minat membeli, sedangkan ketidakpuasan biasanya menghilangkan minat tersebut.

Super dan Crites (Lidyawatie, 1998) menjelaskan bahwa faktor yang mempengaruhi minat, yaitu:

- 1) Perbedaan pekerjaan, artinya dengan adanya perbedaan pekerjaan seseorang dapat diperkirakan minat terhadap tingkat pekerjaan yang ingin dicapainya, aktivitas yang dilakukan, penggunaan waktu senggangnya, dan lain sebagainya.
- 2) Perbedaan sosial ekonomi, artinya seseorang yang mempunyai sosial ekonomi tinggi akan lebih mudah mencapai apa yang diinginkannya daripada yang mempunyai sosial ekonomi rendah.
- 3) Perbedaan hobi atau kegemaran, artinya bagaimana seseorang menggunakan waktu senggangnya.
- 4) Perbedaan jenis kelamin, artinya minat wanita akan berbeda dengan minat pria, misalnya dalam pola belanja.
- 5) Perbedaan usia, artinya usia anak-anak, remaja, dewasa dan orangtua akan berbeda minatnya terhadap suatu barang, aktivitas benda dan seseorang.

### 2.1.6 Masalah Dalam Konsumsi

Manusia sebagai makhluk individu pada hakekatnya memiliki berbagai dimensi dalam hidupnya seperti susunan syaraf, bentuk tubuh, sifat, dan kepribadian yang berbeda satu sama lain. Faktor ini menjadikan banyak perbedaan antar sesama manusia.

Sebagai makhluk sosial, manusia senantiasa membutuhkan orang lain dalam hidupnya. Kebutuhan ini menyebabkan timbulnya kesamaan sikap dan perilaku agar dapat diterima dengan lingkungan sekitarnya, hal ini akan berarti mempersempit variasi antar individu yang satu dengan individu lainnya.

Dalam kehidupan sehari-hari manusia akan selalu berhadapan dengan berbagai macam rangsangan (stimulus) baik menyangkut dirinya sebagai individu maupun berkaitan dengan hakekatnya sebagai makhluk sosial. Stimulus ini akan menyebabkan suatu reaksi yang berbeda bagi setiap individu. Di samping itu, adanya perbedaan pengalaman, pikiran, dan harapan pada diri masing-masing menyebabkan perbedaan minat dan reaksi seseorang.

Konsumen cenderung untuk memilih barang dan jasa yang memberikan masalah maksimum dimana dalam masalah tersebut terdapat unsur manfaat dan berkah berbeda dengan ekonomi konvensional yang mengkonsumsi tujuan kepuasan (*utility*) semata. Hal ini sesuai dengan rasionalitas islami bahwa setiap pelaku ekonomi selalu ingin meningkatkan masalah yang diperolehnya.

Keyakinan bahwa ada kehidupan dan pembalasan yang adil di akhirat serta informasi yang berasal dari Allah adalah sempurna akan memiliki pengaruh signifikan terhadap kegiatan konsumsi.

## 1.2 Hubungan antar Variabel Penelitian

### 1. Hubungan Pengetahuan dengan Minat Memilih Produk Perbankan Syariah

Pengetahuan adalah sejumlah pengalaman berbagai macam informasi tentang produk atau jasa tertentu yang dimiliki. (Mowen dan Minor, 2008) Pengetahuan konsumen didefinisikan sebagai semua informasi yang dimiliki konsumen mengenai berbagai macam produk, serta pengetahuan lainnya yang terkait dan informasi yang berhubungan dengan fungsinya sebagai konsumen. (Ningsih, 2010)

Pengetahuan seseorang akan menentukan tindakan atau pengambilan keputusan setelah konsumen mempelajari produk, merk dan pelayanan yang dianggap memuaskan. Oleh karena itu meskipun jasa bank telah dikemas secara menarik dan disertai layanan yang professional, namun apabila bank tidak mengkomunikasikan dengan calon nasabah maka mereka akan ragu-ragu untuk membelinya karena ketidaktahuannya mengenai produk yang akan digunakannya sehingga hal itu akan berpengaruh pada keputusan memilih produk yang dibeli (Ghozali Maski, 2010).

Minat beli tersebut dapat terjadi setelah adanya proses evaluasi alternatif di mana seseorang akan membuat suatu rangkaian pilihan mengenai produk yang hendak dibeli atas dasar pengetahuan yang dimiliki (Kotler, Bowen dan Makens, 1999).

## 2. Hubungan Lokasi dengan Minat Memilih Produk Perbankan Syariah

Bisnis jasa adalah suatu bisnis yang sensitif terhadap kemajuan informasi dan teknologi karena dalam operasi bisnis jasa data-data mengenai konsumen, transaksi dan karyawan-karyawan adalah alat yang esensial yang dapat membedakan jasa tersebut dengan jasa pesaing, juga dapat meningkatkan kualitas jasa dan pelayanan jasa itu sendiri. Selain itu, aspek fisik juga turut membuat service menjadi menarik dalam melakukan transaksinya, dengan kata lain kondisi fisik dimana jasa dipasarkan yaitu gedung dan lokasi (Ghozali Maski, 2010).

Penentuan lokasi dimana perbankan akan beroperasi merupakan salah satu faktor yang penting untuk kegiatan pemasaran bank sehingga mempunyai pengaruh yang cukup signifikan dalam aktivitas menghimpun dana masyarakat serta menyalurkan pembiayaan kembali kepada masyarakat. Dengan penentuan lokasi yang tepat maka target pencapaian perbankan dapat diraih (M. Nur Rianto Al Arif, 2010).

Menurut Umar (2003) penentuan lokasi fasilitas jasa perlu mempertimbangkan banyak hal antara lain mudah dan dapat diakses oleh konsumen, lalu lintas orang-orang, tempat parkir yang memadai, lingkungan yang mendukung usaha, kesesuaian dengan lokasi pesaing dan izin lokasi dari pihak berwenang. Persepsi pelanggan terhadap suatu jasa juga dipengaruhi oleh eksterior dan interior fasilitas jasa tersebut, sehingga tata letak dan lingkungan

tempat penyampaian jasa menjadi penting untuk diperhatikan dalam menunjang minat masyarakat dalam memilih suatu produk (Ghozali Maski, 2010).

### 3. Hubungan Bagi Hasil dengan Minat Memilih Produk Perbankan Syariah

Menurut terminologi asing bagi hasil dikenal dengan *profit and loss sharing (PLS)*. Prinsip dasar dari *profit and loss sharing* (pembagian keuntungan dan kerugian) adalah para bankir membentuk sebuah hubungan *partnership* dengan debitur, membagi keuntungan dan kerugian usaha daripada meminjamkan uang dengan tarif *return* yang tetap.

Menurut al-Qardhawi (2001) bagi hasil adalah di mana kedua belah pihak akan berbagi keuntungan sesuai dengan perjanjian yang telah disepakati di mana bagi hasil mensyaratkan kerjasama pemilik modal dengan usaha/kerja untuk kepentingan yang saling menguntungkan kedua belah pihak, sekaligus untuk masyarakat. Sebagai konsekuensi dari kerjasama adalah memikul resiko, baik untung maupun rugi. Jika untung yang diperoleh besar maka penyedia dana dan pekerja menikmati bersama sesuai dengan kesepakatan sebelumnya dan jika rugi usaha maka harus dirasakan bersama. Inilah keadilan yang sempurna, keuntungan samadinikmati, dan kerugian sama dirasakan.

Pembagian keuntungan dan kerugian berdasarkan penerapan bagi hasil akan mempengaruhi keputusan dalam memilih suatu produk karena sistem bagi hasil cenderung mempererat hubungan antara pemilik dana dan pengusaha. Selain itu pada tahap pengambilan keputusan pada produk jasa, keuntungan yang akan diperoleh konsumen dari sistem bagi hasil akan sangat berpengaruh dalam mempertimbangkan produk yang akan digunakan.

### 4. Hubungan Agama dengan Minat Memilih Produk Perbankan Syariah

Agama adalah penghayatan seseorang yang menyangkut simbol, keyakinan, nilai dan perilaku yang didorong oleh kekuatan spiritual. Agama dapat digambarkan sebagai adanya konsistensi kepercayaan sebagai unsur kognitif dan perasaan beragama sebagai unsur afektif dan perilaku terhadap agama sebagai unsur psikomotorik. (Rahmat dalam Astogini, 2011).

Agama, menurut Schiffman dan Kanuk (2007) dalam Asih (2015) telah berperan penting dalam masyarakat muslim di Amerika Serikat dalam mempengaruhi keputusan membeli produk. Masyarakat muslim di Amerika

menganggap masalah halal adalah perkara penting di dalam memilih suatu produk yang akan dikonsumsi. Hal serupa juga terdapat di Indonesia berdasarkan beberapa penelitian yang menemukan kecenderungan konsumen muslim untuk mempertimbangkan masalah kehalalan dalam memilih produk yang akan dikonsumsi. Kemudian dalam Schiffman dan Kanuk, agama dimasukkan sebagai sub budaya dalam kelompok sosio-kultural yang juga memberikan pengaruh eksternal dalam proses memilih produk perbankan.

Kelompok agama cenderung membuat keputusan pembelian yang dipengaruhi oleh identitas keagamaan mereka (Schiffman, 2010). Menurut Kotler dan Keller, perilaku pembelian konsumen akan dipengaruhi oleh subbudaya agama sehingga hal itu akan mempengaruhi keputusan pembelian suatu produk (Kotler dan Keller, 2009).

### **1.3 Kerangka Pemikiran**

Banyak hal yang memotivasi seseorang untuk berhubungan dengan lembaga perbankan, baik sebagai kreditor maupun debitor. Alasan masyarakat berhubungan dengan lembaga perbankan antara lain: balas jasa dari modal yang disetor, keamanan, fasilitas/kemudahan, pemerolehan jasa pembiayaan, dan pertimbangan sistem perbankan yang berlaku.

Ahmad Samsudin meneliti tentang faktor yang mempengaruhi minat masyarakat memilih Perbankan Syariah Di Kabupaten Tangerang. Berdasarkan hasil penelitian faktor pengetahuan dan agama memberi pengaruh yang signifikan terhadap minat masyarakat memilih Perbankan Syariah Di Kabupaten Tangerang.

Studi literatur mengenai kriteria pemilihan Bank Islam di Malaysia yang dilakukan Nawi (2016). Kontribusi non-Muslim terhadap pengembangan Bank Syariah di Malaysia sangat luar biasa, beberapa bank melaporkan bahwa lebih dari setengah produk keuangan Islam mereka digunakan oleh nasabah non-Muslim. Berdasarkan kajian komprehensif dan literatur, ditemukan enam alasan mengapa nasabah memilih Bank Syariah, yaitu pemahaman konsep Bank Syariah, pemenuhan aturan syariah, kontradiksi agama, kualitas dan daya tarik yang ditawarkan, kesediaan berhubungan dengan Bank Syariah, prospek dan potensi Bank Syariah. Namun karakteristik dan preferensi ini akan terus berubah

karena industri perbankan bersifat dinamis (Nawi, Farah Amalina: 143-151). Dalam rangka bersaing dengan Bank Konvensional, Bank Syariah harus mampu memahami persepsi masyarakat bahwa sistem Bank Syariah lebih baik daripada sistem konvensional. Oleh karena itu, dalam lingkungan yang kompetitif, Bank Syariah perlu sebuah studi mengenai minat nasabah dalam memilih perbankan untuk membantu memasarkan produk mereka secara efektif.

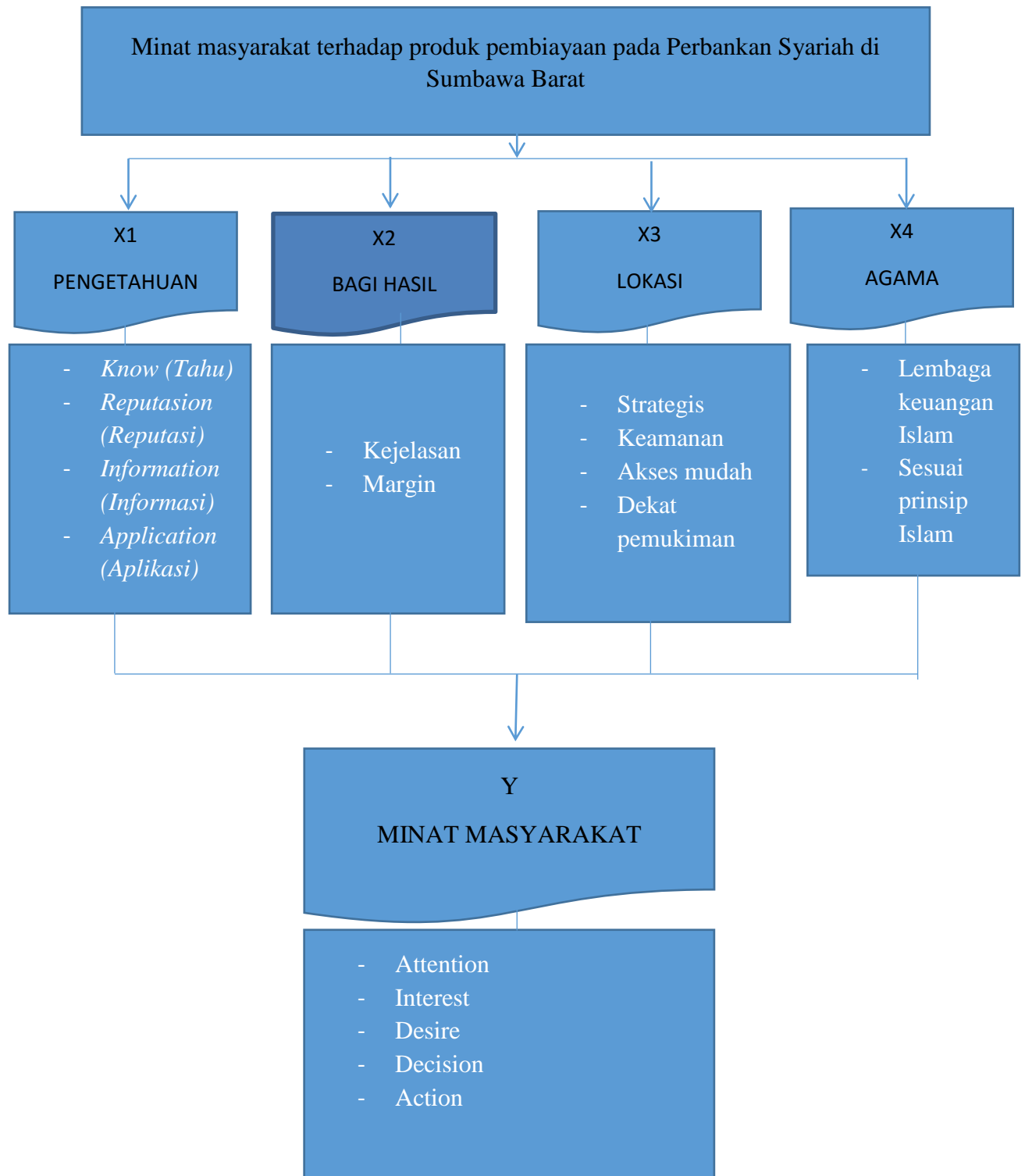
Dengan demikian, minat masyarakat dalam memilih Perbankan Syariah dipengaruhi oleh:

- a. Faktor yang secara umum dapat dikategorikan menjadi: (1) variabel pengetahuan, (2) variabel lokasi, (3) variabel bagi hasil, dan (4) variabel agama.
- b. Pendapat atau respon masyarakat tentang Perbankan Syariah tergantung kepada konsep Perbankan Syariah dan karakteristik masyarakat yang akan menjadi responden. Maka dari itu, sebelum responden memberikan pendapat tentang Perbankan Syariah, terlebih dahulu konsep Perbankan Syariah perlu dipahami secara baik oleh responden. Jawaban yang diberikan diperkirakan akan tergantung pada pengetahuan, lokasi, bagi hasil dan agama.

Kerangka pemikiran atau kerangka teoritis adalah sebuah model konseptual mengenai hubungan antara beberapa faktor atau konsep untuk menjawab masalah penelitian (Sekaran, 2009). Dalam penelitian ini terdapat variabel bebas (*independent*) yaitu: bagi hasil, lokasi, pengetahuan, dan agama. Sedangkan variabel terikat (*dependent*) yaitu minat masyarakat terhadap pembiayaan perbankan.



**Gambar 2.10 Diagram Kerangka Pemikiran**



#### 1.4 Hipotesis Penelitian

Menurut Sekaran (2009), hipotesis bisa didefinisikan sebagai hubungan yang diperkirakan secara logis di antara dua atau lebih variabel yang diungkapkan dalam bentuk pernyataan yang dapat diuji. Hubungan tersebut diperkirakan berdasarkan beberapa faktor yang dirumuskan untuk studi penelitian. Mengacu pada rumusan masalah yang telah dikemukakan sebelumnya, maka hipotesis yang diajukan sebagai jawaban sementara dan masih harus dibuktikan kebenarannya adalah sebagai berikut:

- H01 = Tidak terdapat pengaruh signifikan variabel pengetahuan terhadap keputusan memilih produk Perbankan Syariah.
- H02 = Tidak terdapat pengaruh signifikan variabel lokasi terhadap keputusan memilih produk Perbankan Syariah.
- H03 = Tidak terdapat pengaruh signifikan variabel bagi hasil terhadap keputusan memilih produk Perbankan Syariah.
- H04 = Tidak terdapat pengaruh signifikan variabel agama terhadap keputusan memilih produk Perbankan Syariah.
  
- Ha1 = Terdapat pengaruh signifikan variabel pengetahuan terhadap keputusan memilih produk Perbankan Syariah.
- Ha2 = Terdapat pengaruh signifikan variabel lokasi terhadap keputusan memilih produk Perbankan Syariah.
- Ha3 = Terdapat pengaruh signifikan variabel bagi hasil terhadap keputusan memilih produk Perbankan Syariah.
- Ha4 = Terdapat pengaruh signifikan variabel agama terhadap keputusan memilih produk Perbankan Syariah.

#### 1.5 Jurnal Terdahulu

1.5.1. Berdasarkan penelitian terdahulu oleh Neng Kamarni (Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan 2012), dengan judul penelitian “Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Masyarakat dalam Berhubungan dengan Bank Syariah di Kota Padang”, menggunakan analisis regresi metode pendekatan maximum likelihood spss v.15.0 terdapat:

1. Variable pekerjaan, tingkat pengeluaran, tingkat pendapatan dan preferensi berpengaruh terhadap minat masyarakat dalam memilih Bank Syariah di Kota Padang.
2. Variabel agama dan pengetahuan tidak berpengaruh terhadap minat masyarakat dalam memilih Bank Syariah di Kota Padang.

1.5.2. Dita Pertiwi, Haroni Doli H. Ritonga (Jurnal Ekonomi dan Keuangan 2012), dengan judul ‘‘Analisis Minat Menabung Masyarakat pada Bank Muamalat di Kota Kisaran’’, terdapat tiga faktor yang mempengaruhi pengambilan keputusan untuk menabung yaitu: faktor pelayan (pelayanan sarana dan pelayanan bertransaksi), faktor keyakinan dan faktor lokasi (jarak). Faktor keyakinan dan kesesuaian dengan syariah menjadi faktor dominan untuk mendorong masyarakat Kisaran menabung di Bank Muamlat.

1.5.3. Ghazali Maski (Journal of Indonesian Applied Economics 2010), dalam jurnalnya yang berjudul ‘‘Analisis Keputusan Nasabah Menabung: Pendekatan Komponen dan Model Logistik Studi pada Bank Syariah di Malang’’. Meneliti minat memilih menggunakan pendekatan Komponen dan Model Logistik diperoleh keputusan:

1. Keputusan nasabah dalam memilih atau tidak memilih Bank Syariah dalam menabung dipengaruhi oleh variable karakteristik Bank Syariah, variable pelayanan dan kepercayaan pada bank, variabel pengetahuan dan variabel objek fisik bank
2. Variabel pelayanan dan kepercayaan memiliki pengaruh yang dominan terhadap keputusan nasabah dalam menabung.

1.5.4. Evi Yupitri dan Raina Linda Sari (Jurnal Ekonomi dan Keuangan 2012), dengan judul penelitian ‘‘Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Non Muslim Menjadi Nasabah Bank Syariah Mandiri di Medan’’. Peneliti meneliti minat objek di bedakan atas muslim dan non muslim di Medan. Dengan menggunakan Uji validitas dan reliabilitas dapat disimpulkan: Variabel fasilitas (X1) memiliki pengaruh yang sedang yaitu 0,469 terhadap nasabah non muslim untuk menjadi nasabah di Bank Syariah Mandiri, Variabel promosi (X2) memiliki pengaruh yang kuat yaitu 0,730 terhadap nasabah non muslim untuk menjadi

nasabah di Bank Syariah Mandiri, Variabel produk (X3) memiliki pengaruh yang kuat yaitu 0,529 terhadap nasabah non muslim untuk menjadi nasabah di Bank Syariah Mandiri.

1.5.5. Toni Prasetyo Utomo (2012), dengan penelitian yang berjudul ‘’Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah dalam Memilih Jasa Perbankan Syariah (Studi pada Bank Syariah Mandiri, Kantor Cabang Malang)’’. Diperoleh kesimpulan:

1. Faktor pelayanan Bank Syariah, faktor pengetahuan tentang konsep Bank Syariah, dan faktor harga/biaya berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah dalam memilih Bank Syariah.
2. Faktor karakteristik Bank Syariah, faktor lokasi dan faktor promosi tidak berpengaruh secara signifikan.
3. Faktor yang dominan terhadap keputusan nasabah dalam memilih jasa Perbankan Syariah adalah faktor pengetahuan tentang konsep Bank Syariah. Adanya pengetahuan yang mempunyai tentang bagaimana konsep Bank Syariah akan meningkatkan kecenderungan untuk menggunakan jasa Perbankan Syariah.

1.5.6. Chusnul Chotimah (2010), dalam penelitian yang berjudul ‘’Naskah Publikasi Pengaruh Produk, Pelayanan, Promosi dan Lokasi terhadap Masyarakat Memilih Bank Syariah Di Surakarta’’. Dengan menggunakan metode kuantitatif dan alat analisis regresi berganda diperoleh:

1. H1 ditolak karena  $t_{hitung} < t_{tabel}$ . Terbukti besarnya nilai  $t_{hitung}$  variabel produk 1,394 sedangkan besarnya nilai  $t_{tabel}$  dengan tingkat keyakinan 95% atau (0,05) adalah 1,660 sehingga variabel produk tidak berpengaruh terhadap keputusan masyarakat memilih Bank Syariah.
2. H2 diterima karena  $t_{hitung} > t_{tabel}$ . Terbukti besarnya nilai  $t_{hitung}$  variabel pelayanan 3,051 sedangkan besarnya nilai  $t_{tabel}$  dengan tingkat keyakinan 95% atau (0,05) adalah 1,660 sehingga variabel pelayanan berpengaruh terhadap keputusan masyarakat memilih Bank Syariah.

3. H3 ditolak karena  $t_{hitung} < t_{tabel}$ . Terbukti besarnya nilai  $t_{hitung}$  variabel promosi 0,830 sedangkan besarnya nilai  $t_{tabel}$  dengan tingkat keyakinan 95% atau (0,05) adalah 1,660 sehingga variabel promosi tidak berpengaruh terhadap keputusan masyarakat memilih Bank Syariah.
4. H4 diterima karena  $t_{hitung} > t_{tabel}$ . Terbukti besarnya nilai  $t_{hitung}$  variabel lokasi 2,803 sedangkan besarnya nilai  $t_{tabel}$  dengan tingkat keyakinan 95% atau (0,05) adalah 1,660 sehingga variabel lokasi berpengaruh terhadap keputusan masyarakat memilih Bank Syariah.

1.5.7. Aiyub (Jurnal E-Mabis 2007) FE Universitas Malang, dalam penelitiannya yang berjudul ‘Analisis Perilaku Masyarakat terhadap Keinginan Menabung dan Memperoleh Pembiayaan pada Bank Syariah di Nanggroe Aceh Darussalam’. Metode analisis data Regresi Logistik diperoleh kesimpulan:

1. Pengetahuan masyarakat mengenai sistem pengelolaan Bank Syariah masih sangat rendah, yaitu 4,9% mengetahui sistem bagi hasil dan 0,2% mengetahui *wadi'ah*.
2. Pengetahuan masyarakat terhadap produk Bank Syariah juga rendah, yaitu 3,2% mengetahui produk penghimpun dana, 2,4% produk penyalur dana dan 0% produk jasa.
3. Rendahnya pengetahuan masyarakat mempengaruhi persepsi terhadap Bank Syariah dan menyebabkan rendahnya keputusan masyarakat memilih Bank Syariah.
4. Variabel jenis kelamin, pendapatan, keberagaman, toleransi terhadap penyimpangan agama, akses terhadap informasi, kompatibilitas, kompleksitas dan triabilitas berpengaruh secara positif terhadap keinginan menabung di Bank Syariah. Variabel umur, pendidikan, pekerjaan, aksesibilitas wilayah dan keuntungan relatif mempunyai pengaruh secara negatif terhadap keinginan menabung di Bank Syariah.

## **BAB III**

### **METODOLOGI PENELITIAN**

#### **3.1 Jenis Penelitian**

Jenis penelitian ini adalah deskriptif kuantitatif, yaitu data yang diperoleh dari sampel penelitian dianalisis sesuai dengan metode statistik kemudian diinterpretasikan (Sugiyono, 2003).

#### **3.2 Ruang Lingkup Penelitian**

Penelitian ini dilakukan untuk menganalisis pengaruh faktor bagi hasil, lokasi, pengetahuan, dan agama terhadap rendahnya produk pembiayaan pada Perbankan Syariah Di Kecamatan Taliwang Kabupaten Sumbawa Barat. Yang menjadi objek dalam penelitian ini adalah responden merupakan masyarakat yang berada di Kecamatan Taliwang Kabupaten Sumbawa Barat dan belum memiliki akun di Bank Muamalat Taliwang dan PT Bank NTB Syariah. Penelitian akan dilaksanakan pada bulan Mei sampai Juni 2019.

#### **3.3 Jenis dan Sumber Data**

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan dua macam data, yaitu data primer dan data sekunder:

##### **1. Data Primer**

Data primer adalah data yang diambil dari sumber data primer atau utama di lapangan (Burhan Bungin, 2013). Data primer yang digunakan dalam penelitian ini adalah data yang diperoleh berdasarkan jawaban kuesioner yang dibagikan kepada masyarakat di Kecamatan Taliwang. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab (Sugiyono, 2012).

##### **2. Data Sekunder**

Data sekunder merupakan data yang diperoleh dari sumber data kedua (sesudah sumber data primer). Data sekunder meliputi kondisi kelembagaan perbankan, terutama jumlah dan sebarannya, dengan cara membaca buku, jurnal, dan berbagai dinas atau instansi teknis, perpustakaan, BPS, OJK, BI dan lembaga

lain dalam rangka identifikasi potensi dari sisi ekonomi yang berfungsi memberikan keterangan atau data pelengkap sebagai data pembanding (Burhan Bungin, 2013).

### 3.4 Populasi dan Sampel

#### 1. Populasi

Populasi merupakan sekumpulan objek yang menjadi sasaran penelitian untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya menjadi sumber data penelitian (Burhan Bungin, 2013). Jadi populasi bukan hanya manusia, tetapi juga objek, gejala dan benda-benda alam yang lain. Populasi juga bukan sekedar jumlah yang ada pada objek/subjek yang dipelajari, tetapi meliputi seluruh karakteristik atau sifat yang dimiliki oleh subjek atau objek itu.

Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat yang bertempat tinggal di Kecamatan Taliwang Kabupaten Sumbawa Barat sebanyak 54.085 orang.

Tabel jumlah penduduk di Kecamatan Taliwang Kabupaten Sumbawa Barat.

<b>Jumlah penduduk Kecamatan Taliwang berdasarkan rasio jenis kelamin</b>	
Laki-laki	27.279 orang
Perempuan	26.806 orang
<b>Jumlah</b>	<b>54.085 orang</b>

(Data: BPS Sumbawa Barat, 2017).

#### 2. Sampel

Sampel adalah wakil semua unit strata yang berada di dalam populasi, merupakan bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Burhan Bungin, 2013). Dalam suatu penelitian, peneliti tidak perlu untuk meneliti semua individu dalam populasi karena akan memerlukan banyak biaya, tenaga dan waktu. Oleh karena itu, jumlah sampel dalam penelitian ini adalah 45 responden. Menetapkan jumlah responden dengan *quota sampling*. Pemilihan responden berdasarkan rasio jenis kelamin dengan menggunakan *Proporsional Random Sampling*, yaitu teknik yang digunakan bila populasi mempunyai anggota atau unsur yang tidak homogen dan berstrata secara proporsional (Sugiyono,

2010). Kemudian pemilihan responden pada masing-masing rasio jenis kelamin dilakukan dengan cara *Porposive Sampling*, yaitu teknik pengambilan sampel atau sumber data mengutamakan tujuan penelitian daripada sifat populasi (Burhan Bungin, 2013).

Untuk menentukan besarnya sampel pada setiap rasio jenis kelamin dilakukan dengan alokasi proporsional agar sample yang diambil lebih proporsional dengan cara:

$$\text{Jumlah sampel laki-laki } (n) = \frac{p}{N} \times A$$

$$\text{Jumlah sampel perempuan } (n) = \frac{p}{N} \times B$$

Dimana:

$n$  = Besarnya sampel

$p$  = Jumlah kuota sampel

$N$  = Jumlah populasi

$A$  = Jumlah rasio laki-laki

$B$  = Jumlah rasio perempuan

Dengan menggunakan rumus di atas, maka perhitungan proporsional sampel sebagai berikut:

$$\text{Jumlah sampel laki-laki} = \frac{\text{jumlah sampel}}{\text{jumlah populasi}} \times \text{jumlah laki-laki}$$

$$\begin{aligned} \text{Jumlah sampel laki-laki} &= \frac{45}{54.085} \times 27.279 \\ &= 22,6967 = 23 \text{ sampel laki-laki} \end{aligned}$$

$$\text{Jumlah sampel perempuan} = \frac{\text{jumlah sampel}}{\text{jumlah populasi}} \times \text{jumlah perempuan}$$

$$\begin{aligned} \text{Jumlah sampel perempuan} &= \frac{45}{54.085} \times 26.806 \\ &= 22,3 = 22 \text{ sampel perempuan} \end{aligned}$$

Jadi jumlah sampel yang diambil sebanyak 45 responden terdiri dari 23 responden laki-laki dan 22 responden perempuan yang berada Di Kecamatan Taliwang Kabupaten Sumbawa Barat.



### 3.5 Metode Analisis Data

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif. Metode ini disebut metode kuantitatif karena data penelitian disimpulkan dengan angka-angka dan menggunakan analisis statistik (Burhan Bungin, 2013). Terdapat dua macam statistik yang digunakan untuk analisis data dalam penelitian, yaitu statistik deskriptif dan statistik inferensial (Sugiyono, 2012). Pada penelitian ini, penulis menggunakan statistik deskriptif. Statistik deskriptif adalah statistik yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi (Sugiyono, 2012).

Sebelum dianalisis lebih lanjut, data primer yang diperoleh dari pengumpulan data disimpan dalam sebuah file *Microsoft Excel 2013*. Selain digunakan untuk mengelola data, *Microsoft Excel 2013* juga digunakan untuk mengelola data karakteristik responden. Setelah data primer dimasukkan kedalam file *Microsoft Excel 2013*, data tersebut kemudian dianalisis dengan menggunakan *software SPSS 16.0* dan diinterpretasikan.

#### 1. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut (Imam Ghazali, 2011).

Uji validitas dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan analisis, yang menghitung koefisien korelasi antara skor item dengan skor totalnya, dengan menggunakan prosedur statistik *person's product moment correlation*. Dalam penelitian ini jumlah responden sebanyak 45 orang.

responden dan  $r_{tabel} = df = N - 2 = 0.199$  syarat minimum yang dapat memenuhi syarat adalah jika  $r > 0.374$ . Apabila ada korelasi dengan skor total kurang dari 0.199 atau  $\text{sig} > 5\%$  maka item dalam instrumen tersebut dinyatakan tidak valid, sehingga harus diperbaiki atau dibuang (Sugiyono, 2012).

#### 2. Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Pengukuran reliabilitas dalam penelitian ini menggunakan cara *one shot* dimana pengukurannya hanya dilakukan sekali dan kemudian hasilnya dibandingkan dengan pertanyaan lain atau mengukur korelasi antar jawaban pertanyaan. Menurut Imam Ghazali suatu konstruk atau variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai

$Cronbach\ Alpha > 0.60$  (Imam Ghazali, 2011).

### 3. Analisis Regresi Logistik Biner

Analisis ini menggunakan analisis logistic regresi model untuk menunjukkan probabilitas suatu minat masyarakat dalam berhubungan dengan Perbankan Syariah. Probabilitas ini didasarkan pada asumsi mengenai variabel random yang diteliti berbentuk logistic distribution function model. Model regresi logistik dengan persamaan:

$$\text{Log}_e \left( \frac{\pi}{1-\pi} \right) = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \dots + \beta_k X_k = \alpha + \sum_{i=1}^k \beta_i X_i \dots \dots \dots (1)$$

$\pi$  = probabilitas

$\pi/1-\pi$  = nilai odds

$\alpha$  dan  $\beta_o$  = konstanta

$y$  = variabel dependen

$x_i$  = variabel independen

Model tersebut dikembangkan dari konsep fungsi probabilitas kumulatif yang nilainya antara 0 sampai 1 sebagai berikut:

$$P_i = F(Z_i) = F(\alpha + \sum \beta X) = \frac{1}{1+e^{-z}} = \frac{1}{1+e^{-(\alpha + \sum \beta X)}} \dots \dots \dots (2)$$

Persamaan (2) di atas kemudian dikalikan dengan

$$1+e^{-z} \text{ menjadi } (1+e^{-z}) P_i = 1 \dots \dots \dots (3)$$

Dengan membagi persamaan tersebut dengan  $P_i$  diperoleh persamaan sebagai berikut:

$$e^{-Z} = \frac{1}{P_i} - 1 = \frac{1 - P_i}{P_i}, \text{ karena } e^{-Z} = \frac{1}{e^Z}, \text{ maka } \dots \dots \dots (4)$$

$$e^Z = \frac{P_i}{1 - P_i}, \text{ nilai kiri dan kanan di } -\log \text{ natural } (Ln), \text{ maka}$$

$$Z_i = L_n \left[ \frac{P_i}{1 - P_i} \right] = \dots \dots \dots (5)$$

Dengan demikian, persamaan *regresi logistik: odds* (kemungkinannya) adalah:

$$L_n \left[ \frac{P_i}{1 - P_i} \right] = Z_i = \alpha + \sum_{i=1}^k \beta_i X_i \dots \dots \dots (6)$$

$$Z_i = L_n \left[ \frac{P_i}{1 - P_i} \right] = \text{dimana } \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \dots \beta_9 X_9 \varepsilon \dots (7)$$

$$L_n \left[ \frac{P_i}{1 - P_i} \right] = \text{kemungkinan masyarakat dalam kondisi tertentu}$$

Nilai  $P_i$  = disebut odds

$1 - P_i$

$\beta_0$  = konstanta

$X_1$  = pengetahuan

$X_2$  = lokasi

$X_3$  = bagi hasil

$X_4$  = agama

#### 4. Analisis Indeks Jawaban

Analisis indeks jawaban per variabel ini bertujuan mengetahui gambaran deskriptif mengenai respondent dalam penelitian ini. Terutama mengenai variabel-variabel penelitian yang digunakan. Penelitian ini menggunakan teknik analisis indeks yang menggambarkan responden atas item-item pertanyaan yang diajukan.

Teknik skoring yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan skor 1 (setuju) dan 0 (tidak setuju), maka perhitungan indeks jawaban responden dengan rumus berikut:

$$\text{Nilai indeks} = (\%F_1 \times 3) + 10$$

Dimana :

F1 : adalah frekuensi responden yang menjawab 1 dari skor yang digunakan dalam daftar pertanyaan kuisioner.

Peneliti menentukan indeks persepsi responden terhadap variabel – variabel yang digunakan dalam penelitian ini. Jumlah pertanyaan dalam penelitian ini pada variabel independen (pengetahuan 4 pertanyaan, variabel lokasi 5 pertanyaan, variabel bagi hasil 4 pertanyaan dan variabel agama 2 pertanyaan) dan variabel dependen terdiri dari 5 pertanyaan (minat masyarakat). Total nilai indeks adalah 100 dengan menggunakan kriteria 3 kotak (*three box method*), maka rentang 100 (10-100) akan menghasilkan rentang sebesar 30 yang akan digunakan sebagai dasar interpretasi nilai indeks. Penggunaan 3 kotak (*three box method*) terbagi sebagai berikut (Ferdinand, 2006):

10,00 - 40,00 = rendah

40,01 - 70,00 = sedang

70,01 - 100 = tinggi

## DAFTAR PUSTAKA

- Abduh, Muhammad, Salina Kassim, dan Zainirin Dahari. (2012). *“Customer Satisfaction and Switching Behavior in Islamic Banking: Evidence from indonesia”*. School of Doctoral Studies (European Union) Journal.
- Aiyub. (2007). *“Analisis Perilaku Masyarakat terhadap Keinginan Menabung dan Memperoleh Pembiayaan pada Bank Syariah di Nanggroe Aceh Darussalam”*. Jurnal E-Mabis FE-Unimal..
- Arifin, Zainal. (2009). *“Dasar-Dasar Manajemen Bank Syariah”*. Jakarta: Azkia Publisher.
- Badan Pusat Statistik Kabupaten Sumbawa Barat (2017). *Kabupaten Sumbawa Barat*.
- Bank Indonesia. (2008). *“Undang-Undang RI No. 21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah”*. [www.bi.go.id](http://www.bi.go.id)
- Chotimah, Chusnul. (2014). *“Pengaruh Produk, Pelayanan, Promosi, dan Lokasi terhadap Masyarakat Memilih Bank Syariah di Surakarta”*. Naskah Publikasi: 1-13.
- Engel, F. James, Roger D. Blackwell, Paul W. Miniard. (1994). *“Perilaku Konsumen”*, Edisi Keenam Jilid I. Jakarta: Binarupa Aksara.
- Ernawati, Tatik. (2015). *“Pengaruh Produk, Pelayanan, Promosi, Lokasi, dan Bagi Hasil terhadap Keputusan Masyarakat Memilih Bank Syaria”*. Naskah Publikasi: 1-17.
- Karim, Adiwarman. (2014). *Bank Islam: Analisis Fiqh dan Keuangan*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.

- Karmani, Neng. (2012). *‘‘Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Masyarakat dalam Behubungan dengan Bank Syariah di Kota Padang’’*. Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan.
- Kotler, Philip dan Gary Amstrong. (2013). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Lovelock, Christopher. (2007). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Indeks.
- Maski, Ghozali. (2010). *‘‘Analisis Keputusan Nasabah Menabung: Pendekatan Kompoen dan Model Logisik Studi pada Bank Syariah di Malang’’*. Journal of Indonesian Applied Economics.
- Muhammad, Kautsar Audytra. (2014). *‘‘Pengaruh Pengetahuan Warga tentang Perbankan Syariah terhadap Minat Memilih Produk Bank Muamalat’’*. Skripsi UIN Jakarta.
- Mowen, John C. Michael Minor dialih bahasakan oleh Lina Salim. (2002). *Consumer Behavior 6<sup>th</sup> edition*. New Jersey, Pentice-Hall, Inc.
- Nawi.(2016). Farah Amalina Md, Yazid, Ahmad Shukri, dan Mohammed Mustafa Omar. *‘‘A Critical Literature Review FOR Islamic Banks Selection Criteria in Malaysia’’*. International Bussiness Research.
- Pertiwi, Dita, Haroni Doli H. Ritonga. (2012). Analisis Minat Menabung *‘‘Masyarakat pada Bank Muamalat di Kota Kisaran’’*.
- Samsudin, Ahmad. (2017). *‘‘Analisis Minat Masyarakat Terhadap Produk Perbankan Syariah Di Kabupaten Tangerang’’*. Diambil dari <http://repository.uinjkt.ac.id/41017/AHMAD%20SAMSUDIN-FEB.pdf>
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suwidi. (2015). *Kumpulan Fatwa MUI*. Jakarta: Erwandi Tarmizi.
- Sumbawa Barat Post. (2017). *‘‘Pemerintah KSB Terus Dorong Bank NTB Jadi Bank Syariah’’*. Diambil dari [www.sumbawabaratpost.com](http://www.sumbawabaratpost.com)

Utomo, Toni Prasetyo. (2014). *‘Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah dalam Memilih Jasa Perbankan Syariah’*. Jurnal Ilmiah.

Wahab, Abd. (2013). *‘Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Masyarakat Muslim dalam Memilih Perbankan Syariah Mandiri di Kota Makassar’*.