

BAB II

TINJAUAN PUSAKA

A. Landasan Teori

1. Bank

a. Pengertian Bank

Menurut UU RI No. 21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah yang dimaksud dengan bank adalah badan usaha yang kegiatannya menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya kembali kepada masyarakat dalam bentuk kredit atau bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat.

Kata bank sendiri berasal dari Bahasa Latin *banco* yang artinya bangku atau meja. Pada abad ke 12 kata *banco* menunjuk pada meja, counter atau tempat penukaran (*money changer*) (Andri, 2012). Setelah itu penggunaannya lebih diperluas yaitu untuk menunjukan meja tempat penukaran uang yang digunakan para pemberi pinjaman dan para pedagang mata uang Eropa pada Abad pertengahan untuk memperlihatkan uang mereka (Muslehuddin, 2004).

b. Jenis-Jenis Bank

Bank dapat dibedakan berdasarkan jenis-jenisnya yang terbagi dalam beberapa bagian, hal ini dikarenakan adanya

spesifikasi bank dalam lalu lintas keuangan. Menurut Kasmir (2009), jenis-jenis bank dapat ditinjau dari berbagai segi, antara lain:

1) Bank Berdasarkan Fungsinya

a) Bank Umum

Bank umum adalah bank yang melaksanakan kegiatan usaha secara konvensional atau berdasarkan prinsip syariah yang dalam kegiatannya memberikan jasa dalam lalu lintas pembiayaan. Sifat jasa yang diberikan adalah umum, dalam arti dapat memberikan seluruh jasa perbankan yang ada. Begitu pula dengan wilayah operasinya dapat dilakukan di seluruh wilayah. Bank umum sering disebut bank komersil.

b) Bank Perkreditan Rakyat (BPR)

Bank Perkreditan rakyat (BPR) adalah bank yang melaksanakan kegiatan usaha secara konvensional atau berdasarkan prinsip syariah yang dalam kegiatannya tidak memberikan jasa dalam lalu lintas pembayaran. Artinya disini kegiatan BPR jauh lebih sempit jika dibandingkan dengan bank umum.

2) Bank Berdasarkan Kepemilikan

Ditinjau dari segi kepemilikan berarti siapa saja yang memiliki bank tersebut. Kepemilikan dapat dilihat dari akte

pendirian dan penguasaan saham yang dimiliki bank yang bersangkutan. Ditinjau dari segi kepemilikan bank terbagi menjadi:

a) Bank Milik Pemerintah

Bank milik pemerintah baik akte pendirian maupun modalnya dimiliki oleh pemerintah sehingga seluruh keuntungan bank yang dimiliki oleh pemerintah.

b) Bank Milik Swasta Nasional

Bank jenis ini seluruh atau sebagian besar dimiliki oleh swasta nasional serta akte pendiriannya pun didirikan oleh swasta, begitu pula pembagian keuntungannya juga untuk swasta.

c) Bank Milik Koperasi

Kepemilikan saham-saham bank ini dimiliki oleh perusahaan yang berbadan hukum koperasi.

d) Bank Milik Asing

Bank jenis ini merupakan cabang dari bank yang ada diluar negeri, bank milik swasta atau pemerintah asing. Kepemilikannya pun dimiliki oleh pihak luar negeri.

e) Bank Milik Campuran

Kepemilikan saham bank campuran dimiliki oleh pihak asing dan pihak swasta nasional. Kepemilikan sahamnya secara mayoritas dipegang oleh warga Indonesia.

3) Bank Berdasarkan Status

a) Bank Devisa

Merupakan bank yang mampu melaksanakan transaksi ke luar negeri atau yang mampu melaksanakan transaksi ke luar negeri atau yang berhubungan dengan mata uang asing secara keseluruhan, misalnya transfer keluar negeri, inkaso ke luar negeri, *travelers cheque*, pembukaandan pembayaran *Letters of Credit* dan transaksi lainnya. Persyaratan untuk menjadi bank devisa ini ditentukan oleh Bank Indonesia.

b) Bank Non Devisa

Merupakan bank yang belum mempunyai izin untuk melaksanakan transaksi sebagai bank devisa sehingga tidak dapat melaksanakan transaksi seperti halnya bank devisa. Jadi, bank *non devisa* merupakan kebalikan dari bank devisa, dimana transaksi yang dilakukan masih dalam batas-batas negara.

4) Bank yang Berdasarkan Cara Menentukan Harga

a) Bank yang Berdasarkan Cara Konvensional

Mayoritas bank yang berkembang di Indonesia dewasa ini adalah bank yang berorientasi pada prinsip konvensional. Hal ini tidak terlepas dari sejarah bangsa

Indonesia dimana asal mula bank di Indonesia dibawa oleh colonial Belanda.

Dalam mencari keuntungan dan menentukan harga kepada para nasabahnya, bank yang berdasarkan prinsip konvensional menggunakan dua metode, yaitu:

- 1) Menetapkan bunga sebagai harga, baik untuk produk simpanan sebagai giro, tabungan maupun deposito. Demikian pula harga untuk produk pinjamannya (kredit) juga ditentukan berdasarkan tingkat suku bunga. Penentuan harga ini disebut dengan *spread based*.
- 2) Untuk jasa-jasa bank lainnya pihak perbankan barat menggunakan atau menerapkan berbagai biaya-biaya dalam nominal atau presentase tertentu. Sistem pengenaan biaya ini dikenal dengan istilah *fee based*.

b) Bank yang Berdasarkan Prinsip Syariah

Bank berdasarkan prinsip syariah belum lama berkembang di Indonesia. Namun, di luar negeri terutama negara-negara Timur Tengah bank yang berdasarkan prinsip syariah sudah berkembang pesat sejak lama.

Bank berdasarkan prinsip syariah adalah aturan perjanjian berdasarkan hukum Islam antara bank dengan

pihak lain untuk menyimpan dana atau pembiayaan usaha atau kegiatan perbankan lainnya. Dalam menentukan harga atau mencari keuntungan bagi bank yang berdasarkan prinsip syariah adalah sebagai berikut :

- 1) Pembiayaan berdasarkan prinsip bagi hasil (*mudharabah*).
- 2) Pembiayaan berdasarkan prinsip penyertaan modal (*musyarakah*)
- 3) Prinsip jual beli barang modal berdasarkan sewa murni tanpa pilihan (*murabahah*)
- 4) Pembiayaan barang modal berdasarkan sewa murni tanpa pilihan (*ijarah*).
- 5) Atau dengan adanya pilihan pemindahan kepemilikan atas barang yang disewa dari pihak bank oleh pihak lain (*ijarah wa iqtina*).

Bank berdasarkan prinsip syariah mengharamkan penggunaan harga produknya dengan bunga tertentu. Bagi bank yang berdasarkan prinsip syariah bunga adalah riba.

2. Bank Syariah

a. Pengertian Bank Syariah

Bank pada zaman Nabi SAW dan sahabat dapat diartikan sebagai satu lembaga yang melaksanakan 3 fungsi utama, yaitu:

menerima simpanan uang, meminjamkan uang, dan memberikan jasa pengiriman uang. Meskipun pada masa Nabi SAW belum mengenal lembaga yang bernama bank, akan tetapi praktik-praktik perbankan seperti menerima titipan harta, meminjamkan uang untuk keperluan konsumsi dan bisnis, serta melakukan pengiriman uang sudah dilakukan dan hamper sama dengan fungsi utama perbankan modern saat ini (Adiwarman, 2004).

Menurut Muhammad (2015), bank syari'ah adalah bank yang aktivitasnya meninggalkan masalah riba. Bank Islam atau disebut dengan bank syari'ah adalah bank yang beroperasi dengan tidak mengandalkan pada bunga, atau dengan kata lain bank syariah adalah lembaga keuangan atau perbankan yang usaha pokoknya memberikan kredit dan jasa-jasa dalam lalu lintas pembayaran serta peredaran uang yang pengoperasiannya disesuaikan dengan prinsip-prinsip syari'ah islam, yang dikembangkan berlandaskan Al-Qur'an dan Hadist Nabi SAW.

Dalam buku Umam (2016), perbankan syariah merupakan institusi yang memberikan layanan jasa perbankan berdasarkan prinsip syariah. Prinsip syariah adalah prinsip hukum Islam dalam kegiatan perbankan berdasarkan fatwa yang dikeluarkan oleh lembaga yang memiliki kewenangan dalam penetapan fatwa di bidang syariah. Prinsip ini menggantikan bunga yang terdapat dalam system perbankan konvensional.

Dimensi keberhasilan pada perbankan syariah tidak hanya keberhasilannya pada dunia saja, namun berorientasi pada akhirat juga (*long term oriented*) yang sangat memperhatikan kebersihan pada sumber, kebenaran pada proses, dan kemanfaatan hasil.

b. Karakteristik Bank Syariah di Indonesia

Dalam buku Ascarya (2008) karakteristik perbankan syariah di Indonesia dapat dilihat melalui beberapa hal berikut ini:

1) Sistem Keuangan dan Perbankan

Indonesia merupakan negara yang menganut sistem ekonomi kapitalis hingga mulai tahun 1992, dengan dikeluarkannya Undang-Undang Perbankan No. 7 Tahun 1992, Indonesia mulai memperkenalkan sistem keuangan dan perbankan ganda karena bank boleh beroperasi dengan prinsip bagi hasil. Sistem perbankan ganda mulai terarah semenjak dikeluarkannya Undang-Undang perbankan yang baru No. 10 tahun 1998, sehingga banyak muncul lembaga keuangan syariah yang beroperasi berdampingan dengan lembaga keuangan konvensional.

2) Aliran Pemikiran

Mayoritas penduduk Muslim Indonesia menganut mazhab Syafi'i, namun ulama Indonesia mengaplikasikan prinsip syariah dalam dunia perbankan dengan hati-hati dan cenderung memiliki pendapat yang sama dengan ulama Timur Tengah.

3) Kedudukan Bank Syariah dalam Undang-Undang

Bank syariah di Indonesia, baik yang berbentuk bank umum syariah, unit usaha syariah, maupun bank pengkreditan rakyat syariah, berada dibawah Undang-Undang Perbankan (UU No. 10 Tahun 1998) dan sepenuhnya diakomodasi oleh Undang-Undang.

4) Kedudukan Dewan Syariah

Otoritas Syariah tertinggi di Indonesia berada pada Dewan Syariah Nasional – Majelis Ulama Indonesia (DSN – MUI). Tugas DSN – MUI di bidang keuangan dan perbankan pada prinsipnya tidak berbeda dengan tugas *National Advisory Council on Islamic Banking and Takaful* (NSAC) Malaysia yang merupakan satu-satunya badan otoritas yang memberikan saran kepada institusi terkait (Bank Indonesia, Departemen Keuangan, atau Bapepam) berkaitan dengan operasi perbankan syariah atau lembaga keuangan syariah lainnya, mengkoordinasi isu-isu Syariah tentang keuangan dan perbankan syariah, dan menganalisis dan mengevaluasi aspek-aspek Syariah dari skim atau produk baru yang diajukan oleh institusi perbankan dan lembaga keuangan syariah lainnya.

5) Strategi Pengembangan Perbankan Syariah dan Produksinya

Strategi pengembangan perbankan syariah dan produk yang dipilih Indonesia adalah produk pertama, pendekatan yang

bertahap dan berkesinambungan (*gradual and sustainable*) sehingga memungkinkan perkembangan yang sesuai dengan keadaan dan kesiapan pelaku tanpa dipaksakan serta membentuk system yang kokoh dan tidak rapuh. Kedua, yang sesuai syariah (*comply to sharia principle*) dan tidak mengadopsi akad-akad yang kontroversional, dimaksudkan menjamin produk-produk yang ditawarkan terjamin kemurnian syariahnya dan dapat diterima masyarakat luas.

c. Fungsi dan Peran Bank Syariah

Fungsi dan peran bank syariah adalah:

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

d. Prinsip dan Ciri-Ciri Bank Syariah

1) Prinsip Bank Syariah

Prinsip syariah adalah aturan perjanjian berdasarkan hukum islam antara bank dan pihak lain untuk penyimpanan dana dan /atau pembiayaan kegiatan usaha, atau kegiatan yang sesuai dengan syariah. Beberapa prinsip atau hukum yang dianut oleh sistem perbankan syariah antara lain:

- a) Pembayaran terhadap pinjaman tidak dengan sistem bunga, karena dalam bank syariah nilai tidak ditentukan diawal.
- b) Pemberi dana harus turut berbagi keuntungan dan kerugian sebagai akibat hasil usaha institusi yang meminjam dana.
- c) Islam tidak memperbolehkan “menghasilkan uang dengan uang”. Uang hanya media pertukaran dan bukan komoditas karena tidak memiliki nilai intrinsik.
- d) Unsur gharar (ketidakpastian, spekulasi) tidak diperkenankan. Kedua belah pihak harus mengetahui dengan baik hasil yang akan mereka peroleh dari sebuah transaksi.
- e) Investasi hanya diberikan pada usaha-usaha yang tidak diharamkan dalam islam. Usaha minuman keras misalnya tidak boleh didanai oleh perbankan syariah.

Prinsip utama yang digunakan dalam kegiatan syariah adalah sebagai berikut :

- a) Larangan riba dalam berbagai bentuk transaksi.
- b) Melakukan kegiatan usaha perdagangan berdasarkan perolehan keuntungan yang sah.
- c) Memberikan zakat (Arifin, 2006).

2) Ciri-Ciri Bank Syariah

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

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

Perbedaan dalam bank syariah dapat dilihat berdasarkan beberapa hal, yaitu: beban biaya, maksudnya adalah beban biaya yang disepakati diantara para pihak untuk transaksi pembiayaan, atau disebut dengan istilah biaya administrasi. Dalam hal demikian dihindari penggunaan yang besar untuk melipatgandakan secara otomatis beban biaya dan pokok pinjaman karena sesuatu hal yang terlambat. Selain itu, tidak ada keuntungan yang pasti dalam bank syariah, karena dalam system muamalah islami kontrak yang dilakukan baik dalam pembiayaan al-mudharabah maupun al-musyarakah yang pada hakikatnya merupakan system bagi hasil. Apabila di awal telah ditetapkan maka yang terjadi adalah penerapan bunga, sedangkan dalam bank syariah pelarangan adanya riba (bunga), oleh karena itu salah satu ciri bank syariah yaitu tidak adanya keuntungan yang pasti.

e. Produk-Produk Bank Syariah

Dalam bukunya Antonio (2001), produk diartikan sebagai segala sesuatu yang ditawarkan kepada konsumen (masyarakat) baik berupa barang maupun jasa agar mendapat perhatian masyarakat yang nantinya akan dibeli dan digunakan oleh masyarakat. Produk atau prinsip-prinsip dasar perbankan syariah meliputi:

1) Prinsip Titipan atau Simpanan (*Depositary / Al-Wadi'ah*)

Al-wadi'ah berarti titipan murni dari satu pihak ke pihak lain, baik individu maupun badan hukum, yang harus dijaga dan

dikembalikan kapan saja si penitip menghendaki. Prinsip ini dikembangkan dalam bentuk simpanan, yaitu giro wadiah dan tabungan wadiah.

2) Prinsip Bagi Hasil (*Profit-Sharing*)

Dalam prinsip ini menjelaskan tentang tatacara pembagian hasil antara penyedia dana dan pengelola dana. Secara umum, prinsip bagi hasil dalam perbankan syariah dapat dilakukan dalam empat akad utama, yaitu *al-musyarakah*, *al-mudharabah*, *al-muzara'ah*, dan *al-musaqah*. Diantar 4 prinsip ini yang sering digunakan hanya prinsip *al-musyarakah* dan *al-mudharabah*.

3) Prinsip Jual Beli (*Sale and Purchase*)

Prinsip ini merupakan suatu sistem yang menerapkan tata cara jual beli, dimana bank akan membeli terlebih dahulu barang yang dibutuhkan atau nasabah sebagai agen bank melakukan pembelian barang dengan atas nama bank, kemudian bank akan menjual barang tersebut kepada nasabah dengan harga sesuai harga beli ditambah dengan keuntungan (*margin*). Ada tiga jenis jual beli yang dijadikan sandaran pokok dalam pembiayaan modal kerja dan investasi dalam perbankan syariah, yaitu *Ba'i Al-Murabahah*, *Ba'I As-Salam* dan *Ba'I Al-Isthisna'*.

4) Prinsip Sewa (*Operational lease and financial lease / Al-Ijarah*)

Al-Ijarah yaitu akad pemindahan hak guna atas barang atau jasa, melalui pembayaran upah sewa tanpa diikuti dengan pemindahan kepemilikan (*ownership/milkiyyah*) atas barang itu sendiri.

5) Prinsip Jasa (*Fee based service*)

Prinsip jasa ini merupakan seluruh layanan non-pembiayaan yang diberikan bank, meliputi *Al-Wakalah, Al-Kafalah, Al-Hawalah, Ar-rahn dan Al-Qardh*.

f. Perbedaan Sistem Bank Syariah dan Bank Konvensional

Bank sebagai lembaga intermediasi keuangan (*financial intermediary institution*) selain melakukan kegiatan penghimpunan dana dari masyarakat, ia juga akan menyalurkan dana tersebut ke masyarakat dalam bentuk kredit atau pembiayaan. Istilah kredit banyak dipakai dalam perbankan konvensional yang berbasis pada bunga (*interest based*), sedangkan dalam perbankan syariah lebih dikenal dengan istilah pembiayaan (*financing*) yang berbasis pada keuntungan riil yang dikehendaki (*margin*) ataupun bagi hasil (*profit sharing*) (Umam, 2016).

Meskipun ada beberapa persamaan antara bank konvensional dan bank syariah, namun tetap terdapat perbedaan yang termasuk mendasar

antara keduanya. Perbedaan tersebut menyangkut aspek legal, struktur organisasi, usaha yang dibiayai, dan lingkungan kerja. Pada umumnya perbedaan antara perbankan syariah dan perbankan konvensional dapat dilihat dalam tabel 2.1 berikut:

Tabel 2.1
Perbedaan Sistem Perbankan Syariah dan Konvensional

No	Perbedaan	Sistem Syariah	Sistem Konvensional
1.	Investasi	Melakukan investasi pada yang halal saja.	Investasi pada semuanya, baik yang halal maupun haram.
2.	Prinsip yang digunakan	Berdasarkan prinsip bagi hasil, jual-beli, atau sewa.	Dengan prinsip dan prinsip bunga.
3.	Orientasi	Profit dan <i>falah oriented</i> (mencari kemakmuran di dunia dan kebahagiaan di akhirat).	Hanya <i>profit oriented</i> .
4.	Hubungan dengan nasabah	Hubungan dengan nasabah dalam bentuk hubungan keitraan.	Hubungan dengan nasabah dalam bentuk kreditur-debitur.
5.	Dewan Pengawas	Penghimpun dan penyaluran dana harus sesuai dengan fatwa Dewan Pengawas Syariah.	Aktivitas tanpa ketentuan syariah karena tidak memiliki Dewan Pengawas Syariah.

Sumber: Bank Syariah dari Teori ke Praktik (2001);
Muhammad Syafi'I Antonio.

Selain perbedaan diatas adapula perbedaan yang sangat mendasar antara bank syariah dan konvensional yaitu tentang sistem bagi hasil dan sistem bunga. Dalam perbankan syariah, bank menawarkan sistem bagi hasil (*profit and loss sharing*) yang menjanjikan adanya keadilan dan tidak

ada pihak yang tereksplorasi. Dalam sistem bagi hasil, keuntungan dan kerugian ditanggung bersama oleh kedua belah pihak. Sedangkan dalam bank konvensional, sistem riba, *flat money*, *commodity money*, *fractional reserve system* dalam perbankan, dan pembolehan spekulasi menyebabkan penciptaan uang (kartal dan giral) dan tersedotnya uang di sektor moneter untuk mencari keuntungan tanpa risiko. Akibatnya uang atau investasi yang seharusnya tersalur ke sektor riil untuk tujuan produktif sebagian besar lari ke sektor moneter dan menghambat pertumbuhan bahkan menyusutkan sektor riil (Ascarya, 2008). Adapun perbedaan bunga dan bagi hasil dirinci pada tabel 2.2 berikut ini:

Tabel 2.2
Tabel Perbedaan Antara Bunga
dan Bagi Hasil

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

Sumber: : Antonio, 2001.

3. Riba

Riba secara Bahasa bermakna: *ziyadah* yang berarti tambahan. Dalam pengertian lain, secara linguistik, riba juga berarti *tumbuh* dan *membesar*. Adapun menurut istilah teknis, riba berarti pengambilan tambahan dari harta pokok atau modal secara batil. Ada beberapa pendapat dalam menjelaskan riba, namun secara umum terdapat benang merah yang menegaskan bahwa riba adalah pengambilan

tambahan, baik dalam transaksi jual beli maupun pinjam-meminjam secara batil atau bertentangan dengan prinsip muamalah Islam (Antonio, 2001).

Adanya perbankan syariah adalah agar umat muslim tidak mengambil sedikitpun riba dalam apapun jenisnya. Larangan umat muslim untuk tidak terlibat dalam riba bersumber di berbagai surah dalam Al-Qur'an. Salah satunya yaitu dalam surah QS : an-Nisaa' ayat 160-161 :

فَظُلْمٌ مِّنَ الَّذِينَ هَادُوا حَرَّمْنَا عَلَيْهِمْ طَيِّبَاتٍ أُحِلَّتْ لَهُمْ وَبِصَدِّهِمْ عَنِ سَبِيلِ

اللَّهِ كَثِيرًا ۖ وَأَخَذَهُمُ الرِّبَا وَقَدَّحُوا عَنْهُ وَأَكَلِهِمْ أَمْوَالَ النَّاسِ بِالْبَاطِلِ ۗ

وَأَعْتَدْنَا لِلْكَافِرِينَ مِنْهُمْ عَذَابًا أَلِيمًا ۖ

Yang artinya :

“Maka disebabkan kezaliman orang-orang Yahudi, Kami haramkan atas (memakan makanan) yang baik-baik (yang dahulunya) Dihalalkan bagi mereka, dan karena mereka banyak menghalangi (manusia) dari jalan Allah,(160) dan disebabkan mereka memakan riba, Padahal Sesungguhnya mereka telah dilarang daripadanya, dan karena mereka memakan harta benda orang dengan jalan yang batil.

Kami telah menyediakan untuk orang-orang yang kafir di antara mereka itu siksa yang pedih.(161). “

Dalam bukunya antonio (2001) menyebutkan bahwa, secara garis besar riba dikelompokkan menjadi dua bagian, diantaranya :

a. Riba Utang-piutang

- 1) *Riba Qardh*, yaitu suatu manfaat atau tingkat kelebihan tertentu yang disyaratkan terhadap yang berutang.
- 2) *Riba Jahiliyyah*, yaitu hutang dibayar lebih dari pokoknya karena si peminjam tidak mampu membayar utangnya pada waktu yang ditetapkan.

b. Riba Jual beli

- 1) *Riba Fadhl*, yaitu pertukaran antar barang sejenis dengan kadar atau takaran yang berbeda, sedangkan barang yang dipertukarkan itu termasuk dalam jenis barang ribawi.
- 2) *Riba Nasi'ah*, yaitu penangguhan penyerahan atau penerimaan jenis barang ribawi yang dipertukarkan dengan jenis barang ribawi lainnya. Riba dalam nasi'ah muncul karena adanya perbedaan, perubahan, atau tambahan antara yang diserahkan saat ini dan yang diserahkan kemudian.

4. Minat

Minat dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia berarti kecenderungan hati yang tinggi terhadap suatu gairah, keinginan.

Minat merupakan kecenderungan seseorang untuk memilih suatu

aktivitas di antara beberapa aktivitas yang lainnya. Minat digambarkan sebagai situasi seseorang sebelum melakukan tindakan, yang dapat dijadikan dasar untuk memprediksi perilaku atau tindakan tersebut. Minat adalah suatu perangsang keinginan (*what*) dan daya penggerak kemauan kerja seseorang, sehingga minat mempunyai tujuan tertentu yang ingin dicapai (Irfan, 2006).

Minat menabung seseorang merupakan bagian dari motivasi seseorang menabung. Motivasi sendiri berarti hal yang menyebabkan, menyalurkan dan mendukung perilaku manusia. Motivasi semakin penting agar konsumen mendapatkan tujuan yang diinginkan secara optimum. Sehingga, motivasi dapat diartikan sebagai pemberi daya penggerak yang menciptakan kegairahan seseorang agar mereka mau bekerja sama, bekerja efektif, dan terintegrasi dengan segala upayanya untuk mencapai kepuasan (Nugroho, 2003)

Dalam pandangan islam sendiri, minat sudah menjadi pembicaraan pada surat pertama yang turun dalam Al-Qur'an. Pada ayat pertama dari surat pertama yang turun diperintahkan agar kita membaca. Membaca yang dimaksud bukan hanya membaca buku atau dalam arti tekstual, akan tetapi juga semua aspek. Apakah itu tuntunan untuk membaca cakrawala jagad yang merupakan kebesaran-Nya, serta membaca potensi diri, sehingga dengannya kita dapat memahami apa yang sebenarnya hal yang menarik minat dalam kita dalam kehidupan ini (Shaleh dan Wahab, 2004).

Minat mengarahkan individu akan suatu obyek atas dasar rasa senang atau tidak senang. Masyarakat mempunyai pilihannya sendiri sesuai dengan keinginan hatinya dalam menentukan dimana mereka akan menabung, apakah di bank konvensional atau di bank syariah. Orang lain tidak dapat memaksakan kehendak seseorang tersebut.

Maka dapat kita simpulkan bahwa kurangnya minat masyarakat muslim untuk menabung di bank syariah adalah karena kurangnya motivasi dalam diri individu sehingga tidak ada yang mendukung dan mendorong dari dalam dirinya untuk menabung di perbankan syariah.

5. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Muslim Tidak Menabung di Bank Syariah

a. Religiusitas

Menurut Majid (1992) religiusitas yaitu tingkah laku manusia yang sepenuhnya dibentuk oleh kepercayaan kepada keghaiban atau alam ghaib, yang berupa kenyataan-kenyataan supra-empiris. Dalam definisi lain religiusitas berarti suatu hubungan antara manusia dengan pencipta (Tuhannya), dimana terbentuk melalui ajaran agama yang menjadi kepercayaan di setiap individu seseorang, dan tercermin di dalam sikap, kepribadian dan perilaku sehari-hari.

Dalam agama islam sendiri religiusitas adalah kegiatan seseorang dalam beribadah kepada Allah SWT. Dimana terdapat pula aspek-aspek religiusitas yang berkaitan erat dengan ajaran

agama islam, seperti aspek keimanan, keislaman, pengetahuan, dan aspek sosial. Semakin baik tingkat ketaqwaan pada diri seseorang kepada Tuhannya (Allah) maka akan semakin baik seseorang tersebut dalam beribadah dan bersosialisasi kepada sesama manusia. Karena dalam ajaran islam seorang manusia hendaklah saling mengasihi dan berbagi diantaranya, baik agama yang satu maupun agama yang lainnya.

b. Lokasi

Dalam bukunya Lupiyoadi (2001), yang dimaksud lokasi adalah tempat dimana perusahaan harus bermarkas melakukan operasi. Dalam hal ini lokasi berarti suatu tempat yang dipilih dimana suatu jenis usaha atau bidang usaha dilaksanakan.

Untuk menentukan lokasi erat kaitannya dengan keputusan yang dibuat oleh perusahaan mengenai dimana operasi dan stafnya akan ditempatkan, yang terpenting dalam lokasi adalah tipe dan tingkat interaksi yang terlibat (Huryati, 2005). Menentukan suatu lokasi merupakan sebuah tugas yang sangat penting dalam segi pemasaran, kesalahan penetapan lokasi dapat menjadikan suatu kegagalan dalam bidang usaha. Lokasi kantor mempengaruhi minat nasabah untuk melakukan kegiatan transaksi, jika lokasi kantor tidak strategis dan jauh dari tempat tinggal para calon nasabah, hal ini akan menjadi salah satu faktor pendukung kurangnya minat nasabah untuk melakukan transaksi. Perlu adanya lokasi yang

strategis dimana masyarakat mapu dan mudah untuk menjangkau lokasi agar memudahkan nasabah untuk melakukan transaksi ataupun kegiatan yang lainnya.

c. Fasilitas

Fasilitas merupakan suatu paket jasa yang diartikan sebagai suatu bundel yang terdiri atas barang dan jasa yang disediakan dalam lingkungan tertentu (Tjiptono, 2000). Dalam bukunya Tjiptono juga menjelaskan bahwa fasilitas penunjang adalah sumber daya fisik yang harus ada sebelum suatu jasa dapat ditawarkan kepada konsumen.

Fasilitas merupakan sesuatu yang sudah menjadi kewajiban, agar menunjang keberlangsungan dan kelancaran layanan jasa yang diberikan. Tanpa adanya fasilitas yang memadai maka konsumen akan merasa ada kekurangan yang mengakibatkan berkurangnya dorongan pada diri konsumen untuk melakukan kegiatan jasa pada suatu badan usaha tersebut. Pengoptimalan fasilitas termasuk kunci utama dari upaya pemuasan pelanggan, dan menjadi suatu keharusan yang dilakukan pada suatu bidang usaha untuk mencerminkan kualitas daripada bidang usaha tersebut.

Menurut Tjiptono (2006) dalam Apriani (2011) desain dan tata letak fasilitas jasa erat kaitannya dengan pembentukan persepsi pelanggan. Persepsi yang terbentuk di masyarakat yang terjadi

karena adanya interaksi antara pelanggan dengan fasilitas akan berpengaruh terhadap kualitas atas jasa dalam suatu usaha tersebut. Dalam hal ini, kebutuhan konsumen akan perbankan juga membutuhkan fasilitas penunjang yang sesuai pada perkembangan zaman dan kebutuhan konsumen. Pada perbankan sendiri dibutuhkan fasilitas yang *Tangible* (Berwujud) seperti adanya fasilitas Anjungan Tunai Mandiri (ATM), *Electronic Data Capture* (EDC), *Mobile banking*, dll. Perbankan sangat perlu untuk menyediakan fasilitas-fasilitas yang sesuai dengan kebutuhan para nasabahnya agar meningkatkan minat para nasabah dalam menggunakan jasa perbankan tersebut.

d. Promosi

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

Promosi merupakan kegiatan yang ditunjukkan untuk mempengaruhi konsumen agar mereka dapat menjadi kenal akan

produk yang akan ditawarkan oleh perusahaan kepada mereka dan kemudian mereka menjadi senang lalu membeli produk tersebut. Dalam promosi hal yang perlu di perhatikan adalah pemilihan bauran promosi (*promotion mix*), bauran promosi terdiri dari iklan, promosi penjualan, dan hubungan masyarakat (Sukron, 2012).

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

1) Periklanan

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

2) Penjualan Perseorangan (Personal Selling)

Penjualan perseorangan mempunyai peran penting dalam pemasaran jasa karena adanya interaksi secara personal antara penyedia jasa dan konsumen. Contohnya, pihak bank presentasi

langsung secara lisan kepada calon nasabah yang ditunjukkan untuk menggunakan jasa perbankan syariah.

3) Promosi Penjualan

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

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

Kiat pemasaran penting lainnya dalam promosi adalah melakukan hubungan masyarakat, disini perusahaan tidak hanya berhubungan dengan pelanggan saja namun juga harus memiliki hubungan baik dengan kumpulan kepentingan publik yang lebih besar untuk membangun citra, mendukung aktifitas komunikasi lainnya, serta mengatasi isu maupun permasalahan yang ada. Publisitas juga merupakan informasi yang disebarluaskan mengenai produk, jasa, unit usaha, atau organisasi yang ditunjukkan kepada masyarakat atau nasabah dalam bentuk berita yang tidak dibayar oleh sponsor.

B. Hasil Penelitian Terdahulu

Wardani (2015) melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Motivasi, Pengetahuan, Kualitas Pelayanan dan Lokasi Strategis terhadap Minat Menabung di Perbankan Syariah (Studi Masyarakat di Pulau Lombok)”. Penelitian ini menggunakan data primer dengan memberikan kuisioner kepada 120 masyarakat di pulau Lombok. Penelitian ini

menggunakan metode purposive sampling. Berdasarkan analisis yang telah dilakukan diperoleh hasil bahwa variabel kualitas pelayanan dan lokasi strategis memiliki pengaruh yang positif namun tidak signifikan terhadap minat menabung masyarakat Pulau Lombok di Perbankan Syariah. Hal ini dikarenakan terbatasnya pengetahuan masyarakat di Pulau Lombok mengenai prinsip-prinsip dasar perbankan syariah serta kurangnya pemahaman mengenai berbagai macam produk yang dimiliki oleh perbankan.

Adapun penelitian lain yang dilakukan oleh Afifah (2016) yang berjudul “Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Masyarakat Muslim Tidak menabung Di bank Syariah Di Kota Yogyakarta”. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah purposive sampling dengan responden berjumlah 100 orang yang terpilih. Alat analisis yang digunakan untuk mengolah data adalah Regresi Linier Berganda. Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan, pengetahuan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan masyarakat muslim tidak menabung di bank syariah, sedangkan lokasi, persepsi dan fasilitas berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan masyarakat muslim tidak menabung di bank syariah. Secara simultan, variabel lokasi, pengetahuan, persepsi, dan fasilitas mempengaruhi keputusan masyarakat muslim tidak menabung di bank syariah secara positif dan signifikan.

Penelitian yang dilakukan oleh Machmudah (2009) dengan judul “Faktor-Faktor yang mempengaruhi Minat Nasabah Non Muslim Menjadi

Nasabah di Bank Syariah (Studi pada Bank CIMB Niaga Syariah)”. Dengan menggunakan variabel independen profit sharing, pelayanan, promosi, lokasi, reputasi dan religiusitas diperoleh hasil bahwa semua variabel independen secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah non muslim menjadi nasabah di bank syariah (Bank CIMB Niaga Syariah Cabang Semarang), dengan besarnya koefisien masing-masing adalah profit sharing (23,7), pelayanan (22,2), promosi (18,5), lokasi (12,7), reputasi (12,2), dan religious stimulasi (7,9).

Adapun penelitian lain dengan topik yang sama dilakukan oleh Apriyantini (2014) dengan judul “Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Non Muslim Menjadi Nasabah BRI Syariah Cabang Yos Sudarso Yogyakarta”. Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dengan subyek penelitian costumer service, sekretaris BRI Syariah, teller, marketing BRI Syariah dan 9 nasabah non muslim. Teknik pengumpulan data menggunakan observasi, wawancara dan dokumentasi. Keabsahan data diuji dengan cara membercheck dan triangulasi. Teknik analisis data menggunakan model Interaktif Miles data dan Hiberman, berupa pengumpulan data, reduksi data, penyajian data dan pengambilan kesimpulan. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa (1) Faktor promosi, fasilitas, reputasi, pelayanan, ekonomis dan agamis mempengaruhi non muslim menjadi nasabah BRI Syariah. (2) Faktor ekonomi menjadi alasan dominan non muslim bersedia menjadi nasabah di BRI Syariah. (3) Ditemukan faktor lain penyebab non muslim bersedia

menjadi nasabah BRI Syariah diluar dari kelima faktor diatas. Faktor tersebut adalah dukungan teman-teman dan agar bisa memotivasi karyawan nasabah non muslim untuk gemar menabung di BRI Syariah menjadi alasan non muslim bersedia menjadi nasabah BRI Syariah Cabang Yos Sudarso Yogyakarta.

Jasa (2014) melakukan penelitian dengan judul “Faktor-Faktor Yang Menyebabkan Mahasiswa Fakultas Agama Islam Program Studi Muamalat (Syariah) Universitas Muhammadiyah Surakarta Tidak Menabung Di Bank Syariah” dengan menggunakan metode deskriptif penelitian dilakukan dengan teknik pengumpulan data berupa wawancara dan dokumentasi dengan subyek dan lokasi penelitian adalah mahasiswa Fakultas Agama Islam program studi Syariah (Muamalah) di Universitas Muhammadiyah Surakarta yang tidak menabung di Bank Syariah dari mahasiswa angkatan 2009 sampai dengan 2012. Berdasarkan hasil survey yang dilakukan, faktor Lokasi perbankan yang kurang strategis dari pemukiman mahasiswa. Yang kedua, pelayanan bank syariah yang kurang memuaskan nasabah. Ketiga, pengadaan ATM hanya cenderung pada perkotaan saja tidak seperti bank konvensional yang merata. Keempat, terkait potongan administrasi bulanan pada bank syariah bahkan cenderung lebih tinggi dibandingkan dengan potongan pada bank konvensional terutama pada pembiayaan bulanan, potongan ketika transfer antar bank, dan potongan ketika penarikan tabungan pada mesin ATM yang berbeda. Kelima, responden belum percaya sepenuhnya terhadap

perbankan syariah dikarenakan citra pada bank syariah masih dipandang sama seperti bank konvensional.

C. Hipotesis

Hipotesis pada dasarnya merupakan suatu proporsi atau anggapan yang mungkin benar dan sering digunakan sebagai dasar pembuatan keputusan/pemecahan persoalan atau pun untuk dasar penelitian lebih lanjut. Anggapan atau asumsi dari suatu hipotesis juga merupakan data, akan tetapi karena kemungkinan bias salah, maka apabila akan digunakan sebagai dasar pembuatan keputusan harus diuji terlebih dahulu dengan menggunakan data hasil observasi.

Kesimpulan sementara yang akan dibuktikan kebenarannya dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

H1 : Religiusitas berpengaruh secara positif terhadap minat masyarakat muslim di kabupaten Cilacap untuk menabung di bank syariah.

H2 : Lokasi berpengaruh secara positif terhadap minat masyarakat muslim di Kabupaten Cilacap untuk menabung di bank syariah.

H3 : Fasilitas berpengaruh secara positif terhadap minat masyarakat muslim di Kabupaten Cilacap untuk menabung di bank syariah.

H4 : Promosi berpengaruh secara positif terhadap minat masyarakat muslim di Kabupaten cilacap untuk menabung di bank syariah.

D. Kerangka Pemikiran

Berdasarkan teori dan penjelasan yang telah diuraikan di atas dalam penelitian ini aspek-aspek yang diukur dari kurangnya minat masyarakat muslim untuk menabung di bank syariah meliputi faktor : faktor religiusitas, faktor lokasi, faktor fasilitas dan faktor promosi.

