

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Landasan Teori

1. Perbankan Syariah

a. Pengertian Perbankan Syariah

Berdasarkan Undang-undang Nomor 21 Tahun 2008 Pasal 1 Ayat 1, perbankan syariah adalah segala sesuatu yang menyangkut tentang Bank Syariah dan Unit Usaha Syariah, dimana mencakup kelembagaan, kegiatan-kegiatan usaha, serta cara dan proses dalam melaksanakan kegiatan usahanya yang berlandaskan prinsip syariah. Adapun menurut Undang-undang Nomor 21 Tahun 2008 Pasal 1 Ayat 12, prinsip perbankan syariah itu sendiri berlandaskan prinsip hukum islam dimana setiap kegiatan perbankan itu berdasarkan fatwa yang dikeluarkan oleh lembaga yang mempunyai wewenang dalam menetapkan fatwa di bidang syariah seperti Majelis Ulama Indonesia yang disebut dengan Fatwa Dewan Syariah Nasional.

Prinsip hukum Islam tersebut juga mengatur aktivitas manusia yang berisi perintah dan larangan yang menyangkut interaksi vertikal dengan Tuhan maupun interaksi horisontal dengan sesama manusia. Berdasarkan ketentuan tersebut, dapat disikapi bahwa perbankan syariah dalam menjalankan kegiatan usahanya bukan hanya mementingkan hubungan antar sesama manusia namun juga harus menyikapinya dengan bukti ketaqwaan manusia kepada Allah SWT

dalam melaksanakan perintah-Nya. Adanya kehadiran perbankan syariah diharapkan dapat memberikan perubahan serta sumbangan dalam meningkatkan kesejahteraan dan pendapatan ekonomi masyarakat melalui produk pembiayaan yang ditawarkan oleh bank Islam (Muhammad, 2011).

Karakteristik sistem yang digunakan oleh perbankan syariah berdasarkan prinsip bagi hasil menjadi alternatif dalam sistem perbankan yang menguntungkan bagi masyarakat dan perbankan. Adapun dalam bertransaksi, perbankan syariah lebih menonjolkan aspek keadilan, investasi yang beretika, mengedepankan nilai persaudaraan atau kebersamaan serta menghindari spekulasi dalam transaksi keuangan (Fathurrahman, 2010).

Undang-undang Nomor 10 Tahun 1998 mengelompokkan jenis bank menjadi tiga yaitu Bank Umum Syariah, Unit Usaha Syariah dan Bank Perkreditan Rakyat Syariah yang mana di dalam Undang-undang Nomor 21 tahun 2008 tentang Perbankan Syariah diganti nama dengan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah. Dikategorikan Bank Umum Syariah karena seluruh struktur organisasi bank tersebut tunduk pada ketentuan syariah, baik dari kantor pusat sampai kantor layanan seluruhnya melaksanakan kegiatan syariah. Selanjutnya, dikategorikan Unit Usaha Syariah atau biasa disebut Cabang Syariah Bank Konvensional karena dalam organisasinya pada tingkat direksi dan keatasnya menjadi satu dengan Bank Konvensional, dan satu tingkat dibawah direksi sampai

unit kerja paling bawah memiliki fungsi yang terpisah dalam menjalankan kegiatan usaha konvensional dan menjalankan kegiatan usaha syariah. Kemudian kelompok Bank Pembiayaan Rakyat Syariah merupakan kelompok Bank Perkreditan Rakyat yang menjalankan kegiatan usaha berlandaskan prinsip syariah serta tidak memberikan jasa lalu lintas pembayaran.

Berdasarkan Buku Saku Perbankan Syariah (2013), perbankan syariah harus aktif dalam mensosialisasikan produk-produk pembiayaan yang dimilikinya agar dapat meningkatkan kesejahteraan ekonomi umat Islam, khususnya golongan masyarakat ekonomi lemah, sehingga dapat meningkatkan gairah sektor riil dengan mempercepat aktivitas ekonomi.

b. Fungsi Perbankan Syariah

Fungsi Perbankan Syariah yaitu sebagai penghubung antara pihak yang kelebihan dana (*surplus fund*) dengan pihak yang kekurangan dana (*defisit fund*) karena secara umum bank berfungsi dalam menghimpun dana masyarakat dan menyalurkan kepada yang membutuhkan sehingga perbankan syariah juga sering disebut sebagai mediator bidang keuangan (Wirosa, 2011). Menurut Yaya (2009) terdapat 4 fungsi dari perbankan syariah yaitu sebagai berikut :

1) Fungsi Manajer Investasi

Posisi perbankan syariah menjadi manajer investasi dari pemilik dana (*shohibul maal*) yang dihimpun dan ditanamkan pada

sektor produktif yang tidak melanggar syariah karena penyaluran dana akan memberikan manfaat atau risiko kepada pemilik dana (*shohibul maal*) dari dana yang dihimpun, sehingga dibutuhkan keahlian, ketelitian, kehati-hatian, serta profesionalisme perbankan syariah sebagai manajer investasi dalam mengelola dana. Dana yang dihimpun dengan prinsip *mudharabah*, keuntungan hasil usaha tersebut dibagi kepada dua pihak, dimana imbalan yang didapatkan perbankan syariah dan pemilik dana menggunakan konsep nisbah bagi hasil dan tergantung pada pendapatan yang dihasilkan oleh bank dari mengelola investasi atas dana nasabah.

Besarnya penyaluran dana untuk investasi yang dilakukan oleh perbankan syariah bukan merupakan indikasi pendapatan atau bagi hasil yang diterima oleh pemilik dana lebih besar, melainkan tergantung pada kualitas penyaluran dana investasi yang dilakukan oleh perbankan syariah.

2) Fungsi Investor

Perbankan syariah berfungsi sebagai investor dalam penyaluran dana, baik menggunakan prinsip bagi hasil (*mudharabah* dan *musyarakah*), prinsip jual beli (*murabahah*, *salam* dan *istishna'*), ataupun prinsip sewa-menyewa (*ijarah*). Sebagai pemilik dana, perbankan syariah akan menanamkan dana ke sektor yang produktif dan minim resiko agar penerimaan pendapatan dan kualitas aktiva baik.

3) Fungsi Jasa Layanan Perbankan

Fungsi perbankan syariah tidak jauh berbeda dengan fungsi perbankan konvensional, seperti memberi layanan transfer, kliring, pembayaran gaji, dan sebagainya yang berlandaskan prinsip syariah. Sebagai contoh, perbankan syariah memberikan jasa transfer dan kliring menggunakan prinsip *wakalah*, menyediakan tempat menyimpan barang dan surat berharga dengan prinsip *wadi'ah*, memberikan layanan bank garansi dengan prinsip *kafalah*, serta memberikan jasa penukarang mata uang asing dengan prinsip *sharf*, dan lain sebagainya.

4) Fungsi Sosial

Perbankan syariah harus memberikan pelayanan sosial seperti melalui dana kebajikan (*Qardh*), melalui zakat, dan dana sumbangan seperti dana *infaq* dan *shadaqah* yang berlandaskan prinsip islam. Selain itu, perbankan syariah juga memiliki peran dalam mengembangkan sumber daya manusianya dan memberikan kontribusi terhadap pengembangan serta perlindungan lingkungan. Perbankan syariah juga harus memegang amanah dalam menerima *zakat*, *infaq* dan *shadaqah* serta dana kebajikan lainnya untuk disalurkan kepada pihak yang layak menerima dan dibuat laporan sebagai alat mempertanggungjawabkan amanah tersebut.

2. Produk-produk Pembiayaan pada Perbankan Syariah

Perbankan syariah menyediakan beragam produk pembiayaan serta layanan jasa perbankan yang sangat beragam dengan skema keuangan yang variatif sehingga perbankan syariah dapat menjadi alternatif sistem perbankan yang kredibel dan dapat dinikmati oleh seluruh golongan masyarakat Indonesia (Fathurrahman, 2010). Adapun menurut Ascarya (2006) secara garis besar, produk-produk yang dimiliki oleh perbankan syariah adalah sebagai berikut :

1) Akad *wadi'ah*

Akad *wadi'ah* merupakan akad yang berpola titipan dari pihak penitip (*muwaddi'*) yang memiliki sesuatu yang berharga seperti barang, uang, dokumen, atau yang lainnya kepada pihak penyimpan (*mustawda'*) yang diberi kepercayaan untuk menjaga dari kerusakan, kerugian, keutuhan, keamanan, serta bersedia dikembalikan kapan saja ketika penyimpan menghendaki.

2) Akad *mudharabah*

Mudharabah merupakan akad kerjasama usaha antara dua pihak, dimana pihak pertama sebagai pemilik modal (*shohibul maal*) dan pihak kedua sebagai pengelola (*mudharib*). Pihak pengelola memiliki usaha dan kemampuan mengelola usaha namun kesulitan pendanaan, kemudian pihak pemilik modal menyertakan modalnya untuk di kelola oleh

pihak pengelola. Ketika usaha tersebut menghasilkan keuntungan maka dibagi sesuai kesepakatan nisbah bagi hasil, namun ketika mengalami kerugian maka ditanggung oleh pemilik modal selama kerugian tersebut bukan karena kelalaian dan kecerobohan pengelola dana.

3) Akad *musyarakah*

Musyarakah merupakan akad bagi hasil dimana dua atau lebih pemilik modal bekerja sama sebagai mitra usaha. Mitra usaha pemilik modal berhak ikut dalam manajemen tetapi bukan sebuah keharusan. Proporsi keuntungan dibagi menurut kesepakatan awal sesuai dengan nisbah bagi hasil, namun ketika mengalami kerugian, maka yang menanggung adalah semua mitra namun disesuaikan dengan porsi investasinya.

4) Akad *murabahah*

Murabahah dalam istilah Fiqih Islam merupakan bentuk jual beli dimana penjual menyatakan harga barang dan biaya yang dikeluarkan untuk memperoleh barang tersebut serta keuntungan (*margin*) yang diinginkan yang telah disepakati antara penjual dan pembeli.

5) Akad *ijarah*

Ijarah merupakan akad sewa-menyewa atau pemindahan hak guna atau manfaat suatu barang dalam waktu tertentu dengan pembayaran sewa (*ujrah*).

6) Akad *istishna'*

Istishna' adalah bentuk jual beli dengan pemesanan produksi barang tertentu yang kriteria dan syarat yang telah disepakati antara pemesan (*mustashni*) dan penjual (*shani'*). Penjual akan menyiapkan barang yang dipesan sesuai dengan kriteria yang sudah disepakati, dimana penjual dapat menyiapkan barang tersebut sendiri atau melalui pihak lain (*istishna' paralel*).

7) Akad *as-salam*

Akad *as-salam* merupakan jual beli dengan pembayaran di muka dan penyerahan barang dikemudia hari dengan harga, kualitas, kuantitas, dan waktu penyerahan yang sudah disepakati di awal akad.

8) Akad *qardh*

Qardh merupakan pinjaman kebajikan tanpa imbalan yang biasanya dipergunakan dalam pembelian barang *fungible* atau barang yang dapat diperkirakan dan diganti sesuai dengan berat, ukuran dan jumlahnya. Pinjaman *qardh* biasanya

diberikan oleh bank kepada nasabah dalam bentuk fasilitas pinjaman talangan ketika nasabah mengalami kesulitan likuiditas.

3. Akad *As-Salam*

a. Pengertian Akad *As-Salam*

As-salam berasal dari kata *as-salaf* yang berarti pendahuluan, dikarenakan pemesan barang menyerahkan uangnya di muka. *As-salam* merupakan jual beli dengan pembayaran di muka dan penyerahan barang dikemudian hari dengan harga, kualitas, kuantitas, dan waktu penyerahan yang sudah disepakati di awal akad. Barang yang dipesan atau diperjualbelikan belum tersedia pada saat akad transaksi, sehingga barang tersebut harus diproduksi terlebih dahulu. *As-salam* biasanya digunakan dalam produk-produk pertanian jangka pendek dan dapat diperkirakan jumlah, berat serta ukurannya. Dalam pembiayaan ini, perbankan syariah bertindak sebagai pembeli produk pertanian yang memberikan uangnya terlebih dahulu kepada nasabah, kemudian nasabah menggunakan uang tersebut untuk mengelola pertaniannya, dan setelah panen baru kemudian produk pertanian diberikan kepada perbankan syariah (PAPSI, 2003).

Tujuan dari akad *as-salam* itu sendiri untuk membantu para petani dalam memenuhi kebutuhan dasar mereka, sehingga para petani memiliki modal untuk memproduksi hasil pertanian untuk menghidupi keluarganya sampai waktu panen tiba. Akad tersebut diperbolehkan

oleh Rasulullah SAW asalkan memenuhi syarat-syarat yang sudah disepakati sehingga tidak ada unsur *gharar* di dalamnya, karena telah ditentukan kualitas, kuantitas, harga, dan waktu penyerahan barang, sehingga diharapkan tidak ada pihak yang dirugikan. Harga barang yang telah disepakati juga tidak dapat berubah selama jangka waktu akad tersebut berjalan (Ascarya, 2006).

Menurut Fatwa Dewan Syariah Nasional (2000), *as-salam* merupakan jual beli barang dengan cara memesan dan pembayaran dilakukan diawal dengan syarat dan spesifikasi tertentu. Sedangkan *salam paralel* merupakan *salam* yang dilakukan oleh lembaga keuangan syariah kepada produsen barang atas transaksi *salam* dari pihak lain. Sehingga, ketika bank bertindak sebagai penjual, maka bank akan memesan barang kepada pihak lain untuk menyediakan barang pesanan tersebut dengan cara *as-salam* maka dapat disebut dengan akad *salam paralel*.

Pendanaan sektor pertanian dengan menggunakan akad *as-salam* dapat mengurangi tingkat kemiskinan khususnya di pedesaan dengan melalui tersedianya dana untuk mengelola pertaniannya dan memprioritaskan membeli hasil pertanian dari petani kecil. Melalui akad *as-salam* ini dapat mengendalikan *volatilitas* harga pangan dengan cara mengunci harga pangan di masa depan melalui perjanjian yang tertulis pada awal akad (Kaleem dan Ahmad, 2010). Sebenarnya pertumbuhan ekonomi tidak hanya dipengaruhi oleh industri

perbankan syariah, namun juga dipengaruhi oleh faktor aset, kredit dan pendanaan, meskipun persentasenya relatif kecil dibanding variabel sektor usaha pertanian dan industri (Medyawati dan Yunanto, 2011).

b. Landasan Hukum dan Syariah Akad *As-Salam*

1) Al-Qur'an

(a) Firman Allah QS. Asy-Syu'ara (26) : 181-184

﴿١٨١﴾ وَزِنُوا بِالْقِسْطَاسِ
﴿١٨٢﴾ أَوْفُوا الْكَيْلَ وَلَا تَكُونُوا مِنَ الْمُخْسِرِينَ
﴿١٨٣﴾ وَلَا تَبْخَسُوا النَّاسَ أَشْيَاءَهُمْ وَلَا تَعْتُوا فِي الْأَرْضِ
﴿١٨٤﴾ مُفْسِدِينَ وَاتَّقُوا الَّذِي خَلَقَكُمْ وَالْجِيلَ الْأَوَّلِينَ

“Sempurnakanlah takaran dan janganlah kamu merugikan orang lain. Dan timbanglah dengan timbangan yang benar. Dan janganlah kamu merugikan manusia dengan mengurangi hak-haknya dan janganlah membuat kerusakan di bumi. Dan bertawakallah kepada Allah yang telah menciptakan kamu dan umat-umat yang terdahulu”.

(b) Firman Allah QS. Al-Maidah (5) : 1

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا أَوْفُوا بِالْعُقُودِ

“Hai orang yang beriman! Penuhilah akad-akad itu...”

2) Hadits

(a) Hadits Nabi SAW :

عَنْ أَبِي سَعِيدٍ الْخُدْرِيِّ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُ أَنَّ رَسُولَ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَآلِهِ وَسَلَّمَ قَالَ: إِيمَانُ الْبَيْعِ عَنْ تَرَاضٍ،
(رواه البيهقي وابن ماجه وصححه ابن حبان)

“Dari Abu Sa’id Al-Khudri bahwa Rasulullah SAW bersabda, Sesungguhnya jual beli itu harus dilakukan suka sama suka.” (HR. Al-Baihaqi dan Ibnu Majah).

(b) Hadits Riwayat Bukhari dari Ibn ‘Abbas, Nabi bersabda :

مَنْ أَسْلَفَ فِي شَيْءٍ فَفِي كَيْلٍ مَعْلُومٍ وَوَزْنٍ مَعْلُومٍ إِلَى أَجَلٍ مَعْلُومٍ

“Barang siapa melakukan salaf (salam), hendaknya ia melakukan dengan takaran yang jelas dan timbangan yang jelas, untuk jangka waktu yang diketahui” (HR. Bukhari, Shahih Al-Bukhari)

3) Fatwa Dewan Syariah Nasional

Ketentuan syariah yang tercantum dalam Fatwa Dewan Syariah Nasional nomor 05/DSN-MUI/IV/2000 yang menjelaskan tentang akad jual beli *as-salam*.

c. Prinsip-prinsip Akad Salam

Berdasarkan Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 21 Tahun 2008 Pasal 1 Ayat 12, akad *as-salam* diharuskan untuk menerapkan asas dari transaksi syariah. Menurut Yaya (2009) transaksi yang syariah itu didasarkan pada prinsip seperti berikut :

1) Persaudaraan (*ukhuwah*)

Transaksi syariah dalam memperoleh manfaat harus menjunjung tinggi nilai kebersamaan, sehingga tidak ada pihak yang saling dirugikan. Dalam transaksinya juga harus atas dasar rasa suka sama suka dan tetap menjunjung tinggi semangat persaudaraan saling tolong menolong.

2) Kemaslahatan (*maslahah*)

Transaksi syariah harus menjunjung tinggi prinsip kemaslahatan dan harus dapat memenuhi segala unsur yang ditetapkan oleh syariah, sehingga ketika transaksi tersebut patuh terhadap ketentuan syariah yang telah ditetapkan, maka akan membawa manfaat dan kebaikan.

3) Keadilan (*'adalah*)

Selalu melakukan hal yang tidak merugikan orang lain, selalu menempatkan sesuatu hanya pada yang berhak dan sesuai dengan prinsip Islam. Implementasi dari keadilan tersebut yaitu melarang adanya unsur : 1) riba, dimana merupakan tambahan pokok hutang yang dipersyaratkan dalam transaksi suatu barang; 2) *dzalim*, yaitu menempatkan sesuatu tidak sesuai dengan tempatnya baik itu *dzalim* terhadap diri sendiri, orang lain, atau lingkungan; 3) judi atau *maisir*, yaitu mendapatkan keuntungan tanpa ada kegiatan yang produktif dan tidak sesuai dengan prinsip syariah; 4) ketidakjelasan atau *gharar*, yaitu ketidakpastian dari segi kuantitas, kualitas, dan waktu penyerahan; dan 5) haram atau dilarang dalam Al-Qur'an dan As-Sunnah.

4) Keseimbangan (*tawazum*)

Transaksi harus memperhatikan keseimbangan antara aspek privat dan publik, antar aspek spiritual dan material, antara bisnis

dan sosial, dan antara sektor keuangan dan sektor riil, sehingga dapat merasakan manfaat adanya kegiatan ekonomi tersebut.

5) Universalisme (*syumuliyah*)

Transaksi syariah dapat dilakukan oleh, dengan, dan untuk semua pihak tanpa membedakan agama, ras, suku dan golongan.

d. Tujuan dan Manfaat Akad *As-Salam*

1) Bagi Perbankan Syariah

(a) Sebagai bentuk penyaluran dana untuk mendapatkan barang tertentu yang sesuai dengan kebutuhan pemesan.

(b) Sebagai peluang mendapatkan *margin* ketika harga di pasar lebih tinggi saat barang diserahkan kepada pihak perbankan daripada jumlah pembiayaan yang diberikan oleh bank.

(c) Mendapatkan pendapatan dalam bentuk *margin* hasil dari transaksi pembayaran barang yang diserahkan kepada nasabah akhir.

2) Bagi Nasabah

(a) Mendapatkan barang yang sedang dibutuhkan yang sesuai dengan spesifikasi yang diinginkan.

(b) Mendapatkan pendanaan di muka yang dapat digunakan sebagai modal kerja untuk memproduksi barang yang dipesan oleh pemesan.

e. Rukun, Syarat, dan Ketentuan Akad *As-Salam*

Menurut Ascarya (2006), rukun yang harus dipenuhi dalam transaksi *as-salam* adalah sebagai berikut :

- 1) Adanya pelaku akad, yaitu pembeli dan penjual;
- 2) Adanya objek akad, yaitu barang hasil produksi beserta spesifikasi dan harga; dan
- 3) Adanya *shighat* atau *ijab* dan *qabul*.

Berdasarkan rukun di atas, adapun syarat-syarat dalam transaksi *as-salam* yang harus di penuhi adalah sebagai berikut :

- 1) Pelaku harus cakap hukum dan *baligh*.
- 2) Pemesan harus sudah membayar penuh barang yang akan dipesan saat akad salam disepakati, karena jika pembayaran tidak dibayarkan secara penuh maka akan terjadi penjualan hutang sehingga tujuan dasar akad *as-salam* tidak terpenuhi.
- 3) *As-salam* hanya diperbolehkan dalam jual beli barang yang kualitas dan jumlahnya dapat ditentukan (*fungible goods*).
- 4) *As-salam* tidak dapat dilakukan untuk jual beli barang tertentu dari lahan pertanian tertentu karena kemungkinan hasil panen dapat rusak sebelum waktu penyerahan dan tidak tepatnya waktu penyerahan.
- 5) Kualitas dari barang yang diproduksi harus memiliki spesifikasi yang jelas dan harus disebutkan secara eksplisit.

- 6) Kuantitas dari barang produksi harus disepakati dengan tegas. Jika barang tersebut dapat dikuantifikasi dengan berat maka harus ditimbang, jika dapat dikuantifikasikan dengan diukur, maka ukuran pastinya harus sudah diketahui.
- 7) Jika barang pesanan tidak ada saat waktu yang telah disepakati, maka akad akan menjadi rusak sehingga pembeli berhak memilih untuk menunggu atau membatalkan akad sehingga penjual harus mengembalikan uang yang telah diterima kepada pembeli.
- 8) Jika barang yang dikirim tidak sesuai dengan akad yang telah disepakati atau terdapat suatu kecacatan, pembeli berhak melakukan *khiar*, yaitu menolak atau menerima. Jika menolak maka si penjual harus mengembalikan dana yang sudah diberikan, jika tidak bisa mengembalikan maka dianggap hutang.
- 9) Jika barang yang dikirim kualitasnya lebih baik, maka penjual tidak boleh meminta tambahan pembayaran, dan ini dianggap sebagai pelayanan dalam memenuhi kepuasan pembeli.
- 10) Jika barang yang dikirim kualitasnya yang lebih rendah, maka pembeli boleh menerima atau menolak. Apabila menerima, maka pembeli tidak boleh meminta pengurangan harga barang tersebut.
- 11) Barang diperbolehkan jika dikirim lebih cepat dari kesepakatan awal asalkan kualitas dan kuantitas harus sesuai dengan yang telah disepakati dan tidak boleh meminta tambahan pembayaran.

12) Jika barang yang dipesan kuantitasnya melebihi akad yang disepakati, dapat dilakukan akad *as-salam* selanjutnya agar tidak ada pihak yang merasa dirugikan.

13) Waktu dan tempat penyerahan barang harus jelas dan pasti.

4. Teori *Marketing*

Marketing adalah salah satu cabang ilmu dalam ekonomi yang hadir sebagai jawaban dari permasalahan kebutuhan manusia yang dinamis serta merupakan kebutuhan perusahaan untuk mendapatkan pelanggan melalui strategi pemasaran produk yang tepat. Fungsi marketing juga antara lain sebagai sarana dalam menjual produk, memuaskan pelayanan penjualan, membangun citra perusahaan yang baik di mata masyarakat, membangun branding di masyarakat serta menciptakan pelanggan yang loyal kepada perusahaan (Kotler dan Armstrong, 1997).

Menurut Tjiptono (2004) *marketing mix* merupakan kombinasi dari empat variabel dalam sistem pemasaran. Variabel tersebut yaitu *product* (produk), *price* (harga), *place* (tempat), dan *promotion* (promosi).

Berikut adalah penjelasan mengenai variabel-variabel dalam *marketing* :

a. *Product* (Produk)

Produk merupakan sesuatu yang dapat ditawarkan kepada konsumen atau pasar untuk mendapatkan perhatian, untuk dibeli, dipergunakan dan dikonsumsi yang dapat memberikan kepuasan dan dapat memenuhi kebutuhannya. Adapun strategi dalam persoalan produk yaitu harus memperhatikan mutu, dimana mutu tersebut awet,

handal, tepat, dan mudah digunakan serta diperbaiki. Selain itu sifat produk juga merupakan alat bersaing dalam membedakan antara produk perusahaan satu dengan produk perusahaan yang lainnya.

b. *Price* (Harga)

Harga merupakan bagian dari unsur *marketing mix* yang mana merupakan jumlah dari nilai yang ditagihkan atau dipertukarkan konsumen untuk memiliki dan menggunakan suatu jasa atau produk. Dalam menetapkan harga, produsen atau perusahaan dapat memperhitungkannya berdasarkan biaya dan persaingan. Penetapan harga berdasarkan biaya maka harus dilihat biaya standar dalam memproduksi jasa atau barang tersebut, menetapkan harga dengan laba sasaran dan menetapkan harga berdasarkan nilai. Sedangkan, dalam menetapkan harga berdasarkan persaingan, dapat ditetapkan dengan cara mengikuti harga kompetitor ataupun berdasarkan pendapat perusahaan. Hal ini dapat digunakan ketika perusahaan mengikuti lelang.

c. *Place* (Penempatan)

Penempatan ini merupakan gabungan antara lokasi dan keputusan atas saluran distribusi yang berhubungan dengan cara penyampaian produk kepada konsumen. Lokasi yang baik adalah lokasi yang mudah dijangkau, strategis, dan perusahaan mudah dalam melakukan kegiatan operasionalnya.

d. *Promotion* (Promosi)

Unsur promosi merupakan tindakan dalam menginformasikan, memberi tahu, atau mengingatkan pelanggan mengenai suatu jasa, produk, atau merek tertentu. Adapun aktivitas dalam promosi terdapat beberapa macam, yaitu sebagai berikut :

- 1) Iklan, dimana merupakan salah satu komunikasi impersonal yang dilakukan oleh perusahaan.
- 2) *Personal selling*, biasanya perusahaan akan mengiklankan dengan target konsumen yang berpotensi.
- 3) *Sales promotion*, promosi ini menggunakan jasa promosi yang bertugas untuk menyampaikan pesan perusahaan dalam menarik konsumen.
- 4) *Public relation*, biasanya digunakan melalui kegiatan yang sifatnya publik atau umum.
- 5) *Word of mouth*, strategi ini dilakukan dengan cara menceritakan keunggulan jasa atau produk kepada konsumen agar tertarik dan membeli jasa atau produk tersebut.

Berdasarkan penjelasan mengenai konsep *marketing mix* secara umum, terdapat pula konsep *marketing mix* yang sesuai dengan syariah. Dari segi *product* (produk), jasa atau barang yang dijual atau ditawarkan harus halal dari segi dzatnya maupun sifatnya serta harus mengandung kemaslahatan atau dengan kata lain memiliki manfaat dan tidak bertentangan dengan prinsip syariah. Dari segi *price* (harga), dalam

menetapkan harga harus mengerti batas wajar dan harga harus sesuai dengan keadaan pasar dan tidak boleh *dzolim* atau semena-mena dalam menetapkan harga. Selanjutnya dari segi *place* (penempatan), Islam mengajarkan untuk memilih lokasi yang strategis namun tetap memperhatikan aspek kemaslahatan, kemudian dilarang melakukan *ikhtikar* atau menimbun barang yang dibutuhkan orang banyak, misalnya kebutuhan pokok. Yang terakhir dari segi *promotion* (promosi) harus mengedepankan prinsip akhlak dalam setiap kegiatan promosi, serta tidak diperbolehkan melakukan *tadlis* (penipuan) karena dapat merugikan orang lain (Tjiptono, 2004).

5. Minat

Minat merupakan salah satu aspek psikologis yang memiliki pengaruh terhadap keputusan yang akan dilakukan. Minat juga merupakan sumber motivasi yang akan mengarahkan seseorang untuk melakukan sesuatu. Menurut Susila (2014), minat merupakan keinginan yang muncul dari diri sendiri tanpa adanya suatu paksaan dari orang lain. Minat juga merupakan rasa tertarik atau suka pada suatu aktivitas atau objek dan biasanya terdapat kecenderungan untuk mencari objek yang disenangi tersebut. Minat lebih dikenal sebagai keputusan untuk memakai, membeli dan menggunakan jasa atau produk tertentu.

Menurut Suyanto, dkk (2002), ciri-ciri kecenderungan minat seseorang terhadap suatu jasa atau produk adalah sebagai berikut :

- a. Kemauan untuk mencari informasi atas suatu jasa atau produk yang diminati. Biasanya konsumen akan mencari informasi detail mengenai jasa atau produk yang diminati dengan tujuan untuk mengetahui spesifikasi jasa atau produk tersebut sebelum mengambil keputusan untuk menggunakan jasa atau produk tersebut.
- b. Bersedia untuk membayar jasa atau produk yang diminati. Minat tersebut dapat dilihat dari pengorbanan yang dilakukan untuk mendapatkan jasa atau produk tersebut.
- c. Menceritakan hal yang positif kepada konsumen lain atas jasa atau produk yang diminati. Jadi, ketika konsumen berminat menggunakan suatu jasa atau produk, biasanya konsumen cenderung menceritakan yang positif kepada konsumen lain agar ikut menggunakan jasa atau produk tersebut.
- d. Memiliki kecenderungan merekomendasikan kepada konsumen lain atas jasa atau produk yang diminati dan digunakan.

Adapun faktor-faktor yang mempengaruhi minat yaitu :

- a. Perbedaan pekerjaan, dimana minat dan perbedaan pekerjaan akan mempengaruhi aktivitas yang dilakukan, penggunaan waktu, dan lain-lain.
- b. Perbedaan sosial ekonomi, seseorang yang sosial ekonominya tinggi akan lebih mudah untuk mencapai dan mendapatkan apa yang diinginkan.

- c. Perbedaan jenis kelamin, dimana minat perempuan akan berbeda dengan minat laki-laki, misalkan dalam pola belanja.
- d. Perbedaan usia, dimana usia anak-anak, remaja, dewasa dan orang tua akan sangat berbeda minatnya terhadap suatu aktivitas maupun penggunaan suatu jasa atau produk.
- e. Perbedaan pendidikan, dimana tingkat pendidikan seseorang akan mempengaruhi minat karena ketika tingkat pendidikannya tinggi maka akan mengerti manfaat atau keunggulan suatu jasa atau produk sehingga minat menggunakannya sangat tinggi karena didukung oleh informasi yang cukup.

B. Hasil Penelitian Terdahulu

Penelitian tentang penerapan akad *salam* di Indonesia yang dilakukan oleh Widiananda dan Annisa (2017) menjelaskan bahwa akad *salam* memiliki potensi yang sangat strategis terhadap pengembangan bidang pertanian. Namun faktanya tidak adanya lembaga pembiayaan khusus untuk pertanian sehingga berimplikasi pada sulitnya petani mendapatkan modal untuk mengembangkan pertaniannya. Selama ini pembiayaan pertanian diserahkan saja pada bank umum dengan program kredit berbasis bunga yang disubsidi pemerintah, namun untuk mengakses pembiayaan tersebut memiliki persyaratan yang sangat ketat dan kehati-hatian yang tinggi karena sektor pertanian sangat berisiko tinggi. Dampaknya, ketika gagal panen maka petani tidak mampu mengembalikan pinjaman tersebut dan dapat terjebak dalam jeratan hutang yang semakin membengkak. Sehingga perlu sekali bank

syariah hadir di tengah petani menawarkan pembiayaan *salam* sebagai pembiayaan alternatif yang aman dan adil. Namun lembaga keuangan syariah juga harus memiliki strategi khusus dalam mensosialisasikan produk pembiayaan *salam* agar petani mengerti dan beralih kepada pembiayaan *salam* yang sesuai dengan prinsip syariah, sehingga proporsi pembiayaan *salam* perbankan syariah di Indonesia semakin meningkat.

Penelitian mengenai pembiayaan *salam* pada petani singkong di Jember yang dilakukan oleh Roziq, dkk (2014) menemukan bahwa tidak ada pembiayaan *salam* yang ditemukan pada lembaga keuangan syariah khusus untuk petani singkong, pengusaha tempe, keripik singkong, dan tepung ubi kayu. Hal ini membuat petani singkong kebingungan dalam mendapatkan akses permodalan, karena lembaga keuangan syariah merasa kesulitan ketika memasarkan produk pertanian singkong setelah panen, rendahnya kualitas singkong saat musim hujan, dan besarnya resiko gagal panen. Selain itu juga, lembaga keuangan syariah kekurangan modal untuk membayar di muka, resiko kerugian modal yang besar, dan petani cenderung memiliki *moral hazard* untuk menjual kepada pihak lain ketika harga komoditas pertanian tersebut sedang menguat.

Penelitian Qusthoniah (2016) mengenai analisis kritis akad *salam* di perbankan syariah menjelaskan bahwa *Bay' as salam* biasanya digunakan oleh petani sebagai pembiayaan jangka waktu pendek sekitar 2-6 bulan. Jangka waktu pembiayaan relatif pendek karena yang dibeli oleh bank adalah barang seperti padi, palawija, dan cabai sehingga bank tidak berniat untuk

menyimpannya sebagai *inventory*, maka dari itu bank cenderung menggunakan akad *salam paralel*, misalnya kepada pedagang di pasar, bulog, dan tengkulak. Namun sejauh ini skema pembiayaan *salam* masih belum banyak diterapkan oleh perbankan syariah dan produk yang ditawarkan masih berkisar pada *musyarakah*, *murabahah*, *mudharabah* dan *ijarah*, sehingga proporsi pembiayaan *salam* 0,00%. Salah satu strategi untuk mengembangkan perbankan syariah dapat dengan melakukan inovasi produk sehingga produk perbankan syariah tidak terkesan monoton, dan pihak perbankan syariah mesti bertindak tanggap dalam menghadapi kebutuhan masyarakat, karena jika tidak maka bank syariah akan terasing dibandingkan bank konvensional lainnya.

Penelitian mengenai prospek pembiayaan syariah pada sektor pertanian yang dilakukan oleh Ashari dan Saptana (2005) mengungkapkan bahwa salah satu permasalahan dalam pembangunan sektor pertanian adalah lemahnya permodalan. Meskipun pemerintah sudah mengeluarkan kredit program sektor pertanian, namun hasilnya masih kurang memuaskan bahkan menimbulkan masalah baru seperti membengkaknya hutang petani serta kredit macet. Lembaga keuangan syariah cukup prospektif untuk dijadikan alternatif modal dalam pertanian, serta perbankan syariah juga memiliki komitmen kuat untuk membiayai sektor riil sehingga dapat menjadi peluang besar bagi sektor pertanian. Peluang tersebut harus segera direspon dengan kebijakan yang dapat memunculkan sinergi perkembangan sistem pembiayaan syariah dengan usaha sektor pertanian. Kebijakan tersebut dapat

berupa membedah produk agar mudah diimplementasikan, mengencarkan sosialisasi pembiayaan syariah kepada petani dan pejabat publik yang menangani sektor pertanian, meningkatkan pemahaman baik sumber daya manusia pelaku pembiayaan dan pembuat kebijakan prinsip pembiayaan syariah, menyusun peta usaha yang layak dibiayai dengan pola pembiayaan syariah, perumusan skema pembiayaan yang aplikatif dan prosedur yang sederhana, membangun sistem insentif dan pinalti yang tegas, menjamin transparansi dan akuntabilitas transaksi, serta adanya peraturan hukum tingkat daerah atau pusat. Perbankan syariah dalam implementasi pembiayaannya dapat bekerjasama dengan perorangan, usaha patungan, koperasi atau kemitraan.

Penelitian yang dilakukan oleh Adnan dan Revisa (2015) menjelaskan bahwa faktor yang juga mempengaruhi akad *salam* yaitu karena tingginya resiko, banyaknya alternatif akad pembiayaan, kurangnya kualitas sumber daya manusia dari pihak bankir, aplikasinya atau skema yang tidak sederhana dan sangat merepotkan, bank syariah masih asing bagi masyarakat, tidak adanya nasabah yang mengajukan permintaan pembiayaan akad *as-salam*, skala ekonomi atau pangsa pasar perbankan syariah yang masih kecil, serta biaya operasional yang mahal. Dengan adanya faktor-faktor tersebut sudah dapat menjelaskan bagaimana proporsi pembiayaan akad *as-salam* di perbankan syariah, maka dari itu tidaklah kaget jika pembiayaan akad *salam* di Indonesia masih sangat kecil.

Penelitian yang dilakukan oleh Hilmi (2013) mengenai *salam* sebagai alternatif pembiayaan pengolahan tanaman padi di Sri Lanka menjelaskan bahwa mayoritas petani kesulitan untuk membeli bahan untuk kegiatan produksi pertanian mereka, bahkan untuk memenuhi pengeluaran konsumsi pribadi dari hasil pertanian pun sangat sulit. Dalam hal ini, pihak perbankan syariah harus lebih berhati-hati dan teliti dalam menawarkan dan mengaplikasikan pembiayaan *salam* untuk mengurangi resiko kegagalan yang disebabkan oleh kecerobohan dan kelalaian petani dalam mengelola dana yang diberikan oleh perbankan syariah. Selain itu juga, perbankan syariah harus memahamkan betul kepada para petani mengenai syarat dan ketentuan dalam mengimplementasikan akad *salam* tersebut.

Penelitian yang dilakukan oleh Aziz dan Yusoff (2014) yang menyatakan bahwa resiko dan ketidakpastian melekat dalam proyek-proyek pertanian dan rantai pasokan komoditas. Mengingat besarnya resiko, para petani, pengusaha pertanian, lembaga internasional, dan lembaga perbankan semakin mencari strategi dan pendekatan yang efektif dan berkelanjutan untuk mengurangi dan mengatasi resiko yang melekat tersebut. Terdapat beberapa resiko yang dihadapi oleh pengusaha pertanian dan mengharuskan mereka membiayai proyek mereka menggunakan produk pembiayaan dari perbankan syariah. Dari penelitian ini, menunjukkan bahwa mayoritas responden bersedia untuk melanjutkan proyek pertanian mereka meskipun mereka menghadapi resiko dan faham mengenai keuntungan dan kerugian dari resiko tersebut. Selain itu, lembaga keuangan syariah harus

mempertimbangkan resiko-resiko dalam menyediakan dana moneter kepada para pengusaha pertanian untuk memastikan dana tersebut dapat mengatasi kerugian dan mendukung pengembangan proyek-proyek pertanian tersebut.

Penelitian yang dilakukan oleh Muneeza (2013) mengenai aplikasi *salam* di sistem perbankan islam Malaysia menjelaskan bahwa terdapat berbagai jenis produk perbankan islam yang dapat digunakan. Namun, akad *salam* tidak pernah digunakan sebagai model pembiayaan dalam negeri, namun digunakan untuk *sukuk* atau obligasi islami. *Salam* adalah akad yang telah dilegalkan untuk memfasilitasi masyarakat, terutama untuk masyarakat miskin. Petani di Malaysia masih mencari-cari model pembiayaan untuk operasional pertanian mereka, sehingga akad *salam* di Malaysia sangat penting. Namun sejauh ini, bank ragu untuk menawarkan produk ini karena faktor resiko. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis dan merumuskan cara yang layak untuk menerapkan akad *salam* di Malaysia. Dapat disimpulkan bahwa akad *salam* dalam hukum perdagangan Islam adalah metode investasi dalam perbankan islam yang memiliki peran penting dalam pembangunan ekonomi khususnya melalui sektor pertanian, sehingga dapat mendorong permintaan barang-barang pertanian menjadi stabil dan memudahkan para petani di Malaysia dalam hal pendistribusian hasil panen pertanian.

Menurut Amin (2010) dalam penelitiannya mengenai faktor yang menentukan pembiayaan *qardhul hasan*, mengungkapkan bahwa variabel sikap dan norma subjektif berpengaruh positif terhadap penerimaan

pembiayaan *qardhul hasan*, maka semakin tinggi sikap dan norma subjektif nasabah, maka akan semakin tinggi pula penerimaan nasabah terhadap pembiayaan *qardhul hasan*. Sedangkan variabel harga dalam pembiayaan *qardhul hasan* berpengaruh negatif terhadap pembiayaan *qardhul hasan*, maka semakin rendah harga pembiayaan *qardhul hasan* akan membuat semakin tinggi penerimaan nasabah terhadap pembiayaan *qardhul hasan*. Sehingga dapat disimpulkan bahwa niat petani menggunakan produk perbankan syariah dipengaruhi oleh sikap dan norma subjektif dari petani tersebut.

Penelitian yang dilakukan oleh Fadhli (2016) mengenai hukum islam dalam penerapan akad *as-salam* dalam transaksi *e-commerce* menjelaskan bahwa akad *as-salam* dapat dilakukan melalui transaksi *e-commerce*. Melalui akad *as-salam* dapat digunakan untuk mengkaji apakah transaksi *e-commerce* dapat dibenarkan secara syar'i atau tidak. Hasil dari penelitian tersebut menemukan bahwa transaksi *e-commerce* telah memenuhi ketentuan yang diperlukan dalam akad *as-salam* sehingga transaksi tersebut dipandang *shahih* dan dibenarkan secara syar'i asalkan obyek akad, ukuran, dan bobot jelas.

Penelitian yang dilakukan oleh Ridhwan dan Yusoff (2013) memfokuskan penelitiannya terhadap resiko yang dihadapi petani dalam pembiayaan pertanian yaitu meliputi resiko bisnis dan resiko finansial. Yang menjadi perhatian pada penelitian ini adalah bahwa petani mungkin tidak memiliki informasi maupun data untuk memperkirakan seberapa besar resiko

yang akan dihadapi. Adapun strategi untuk mengurangi resiko tersebut yaitu dengan mendiversifikasi pemasaran dan rencana produksi, memberikan asuransi formal, memasarkan koperasi produk hasil pertanian, melakukan kontrak masa depan dengan harga, serta melakukan pembiayaan diluar ekuitas.

Penelitian yang dilakukan oleh Hakimi dan Rizki (2015) mencoba mengungkap bagaimana sektor pertanian dalam memandang akad yang ada pada perbankan syariah merupakan pembiayaan yang fleksibel bagi sektor pertanian. Adapun petani di Malaysia cenderung mengkonsumsi sendiri hasil pertanian mereka dan tidak pernah menghitung tabungan serta pendapatan bulanan mereka. Selain itu, petani Malaysia banyak yang terjatuh hutang yang berkepanjangan sehingga perbankan syariah ataupun lembaga keuangan syariah di Malaysia harus mempertimbangkan elemen hutang dalam kehidupan petani agar tidak terjadi hal yang tidak diinginkan.

Penelitian yang dilakukan oleh Dchieche dan Aboulaich (2016) melakukan pendekatan terhadap model pembiayaan *as-salam* yang ada di Malaysia. Melalui penelitian ini, peneliti mendapatkan model pendekatan yang cocok adalah menggunakan prinsip *profit and loss sharing*. Dalam pendekatan ini, harga dan kuantitas sudah ditetapkan di awal dan ditambahkan *khiyar al ghabn* yang dihitung dengan prinsip *profit and loss sharing* untuk membatasi hilangnya bagian akad. Selain itu, juga terdapat *interval* dalam pelaksanaan kontrak selang waktu yang sudah disepakati pada awal akad. Ketika harga yang disepakati berada di luar *interval*, maka akad

dapat dibatalkan. Namun untuk penggunaan *khiyar al ghabn* dalam akad *as-salam* masih kontroversial.

Kemudian penelitian yang dilakukan oleh Asaad (2011) yang menjelaskan peranan perbankan syariah melalui produk pembiayaan yang dimilikinya sebenarnya dapat membantu persoalan permodalan yang dibutuhkan oleh para petani. Peranan yang dimiliki oleh perbankan syariah sebenarnya dapat ditingkatkan melalui strategi mengembangkan jaringan kantor perbankan syariah pada daerah yang sektor pertaniannya luas khususnya daerah pedesaan. Selain itu, memberikan proporsi pembiayaan yang lebih besar kepada usaha sektor pertanian, memasarkan produk-produk pembiayaan yang ada kepada usaha sektor pertanian serta memberikan pembiayaan yang sesuai dengan usaha pertanian agar resiko kegagalan dapat diminimalisir.

Adapun perbedaan antara penelitian yang dilakukan oleh peneliti sekarang dengan penelitian terdahulu yaitu terletak pada variabel bebas dan variabel terikatnya. Pada penelitian ini, peneliti menggunakan variabel bebas atau variabel independen diantaranya yaitu variabel pengetahuan, promosi, dan lokasi, sedangkan untuk variabel terikat atau variabel dependen adalah minat. Lokasi penelitian ini dilakukan di Desa Bangunjiwo, Kasihan, Bantul yang mayoritas penduduknya bekerja sebagai petani dan desa tersebut merupakan wilayah yang memiliki area sawah paling luas di Kecamatan Kasihan, Kabupaten Bantul.

Peneliti menggunakan metode wawancara dan kuesioner untuk mendapatkan informasi dari petani mengenai minat mereka dalam menggunakan pembiayaan *as-salam* pada perbankan syariah. Selain itu, pada penelitian terdahulu masih sangat jarang yang melakukan penelitian dengan studi kasus petani pada sebuah desa, sehingga peneliti ingin mencoba meneliti minat para petani di Desa Bangunjiwo, Kasihan, Bantul dalam menggunakan pembiayaan *as-salam* pada perbankan syariah.

C. Hipotesis

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dijabarkan di atas, maka hipotesis dari penelitian ini adalah :

1. Pengaruh pengetahuan terhadap minat petani dalam menggunakan pembiayaan *as-salam* pada perbankan syariah.

Terdapat kaitan antara pengetahuan petani mengenai pengertian, mekanisme, konsep serta prinsip-prinsip perbankan syariah dan akad *as-salam* terhadap kurangnya minat petani dalam menggunakan akad *as-salam* yang ada pada perbankan syariah. Ketika tingkat pengetahuan petani terhadap perbankan syariah dan produk-produknya tinggi, maka peluang untuk menggunakan pembiayaan *as-salam* akan semakin tinggi, karena pengetahuan berpengaruh positif terhadap minat petani dalam menggunakan produk perbankan syariah (Emmang, 2016).

H1 : Pengetahuan mempengaruhi minat petani dalam menggunakan pembiayaan *as-salam* pada perbankan syariah.

2. Pengaruh promosi terhadap minat petani dalam menggunakan pembiayaan *as-salam* pada perbankan syariah.

Terdapat kaitan antara promosi terhadap minat petani dalam menggunakan pembiayaan *as-salam* pada perbankan syariah. Kebanyakan petani tidak menggunakan akad *as-salam* karena mereka tidak pernah mendapat sosialisasi dan perbankan syariah tidak menawarkan produk-produk yang mereka miliki kepada petani, sehingga petani tidak mengerti tentang produk-produk pembiayaan yang ada pada perbankan syariah. Variabel promosi berpengaruh positif terhadap variabel minat menggunakan produk perbankan syariah (Asaad, 2011).

H1 : Promosi mempengaruhi minat petani dalam menggunakan pembiayaan *as-salam* pada perbankan syariah.

3. Pengaruh lokasi terhadap minat petani dalam menggunakan pembiayaan *as-salam* pada perbankan syariah.

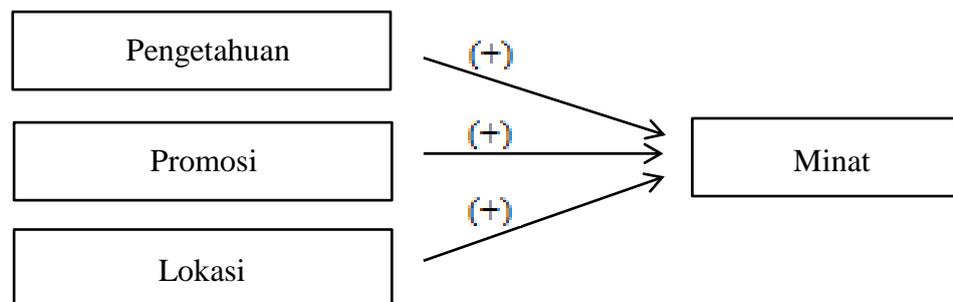
Terdapat keterkaitan antara lokasi terhadap minat petani dalam menggunakan pembiayaan *as-salam* pada perbankan syariah. Kebanyakan petani enggan menggunakan produk-produk dari perbankan syariah dikarenakan lokasi kantor yang jauh dari tempat tinggal, hal ini dikarenakan jaringan kantor perbankan syariah masih sedikit dan hanya ada di kabupaten saja. Lokasi kantor yang jauh, petani harus mengeluarkan biaya yang tinggi untuk dapat menjangkau kantor, sehingga banyak petani enggan menggunakan produk-produk pada perbankan syariah. Petani cenderung memilih perbankan konvensional karena jaringan kantor yang

luas dan lokasi kantor dengan rumah petani relatif dekat, sehingga variabel lokasi berpengaruh positif terhadap variabel minat (Emmang, 2016).

H1 : Lokasi mempengaruhi minat petani dalam menggunakan pembiayaan *as-salam* pada perbankan syariah.

D. Model Penelitian

Model penelitian ini adalah sebagai berikut :



Gambar 2.1
Model Penelitian

Berdasarkan tinjauan pustaka dan penelitian terdahulu yang telah dijabarkan diatas, maka hipotesis yang dapat dibuat untuk penelitian ini adalah variabel pengetahuan, promosi dan lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat petani dalam menggunakan pembiayaan *as-salam* pada perbankan syariah.