

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Diskripsi Teori

1. Pengetahuan

Menurut Patrick Philip yang dikutip oleh Nurul Qamar, pengetahuan disebut dengan *knowledge*, yang berarti penjelasan mengenai adanya informasi, pemahaman, keahlian (*skill*) yang didapatkan melalui pendidikan atau pengalaman.⁸ Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), pengetahuan diartikan segala sesuatu yang diketahui berkenaan dengan kepandaian.

David Hume menjelaskan bahwa manusia sejak lahir tidak memiliki pengetahuan sama sekali, pengetahuan didapatkan dari penginderaan. Pengamatan indera kemudian menghasilkan ide (*idea*) dan kesan (*impression*).⁹ Padanan kata pengetahuan dalam bahasa Arab adalah *al-irfan*. Pengetahuan manusia berasal dari Allah dan terbatas. Manusia dilahirkan tanpa ilmu dan tidak mengetahui apapun, manusia diberi pendengaran agar memperoleh ilmu dengan pendengaran, diberi penglihatan agar memperoleh ilmu dengan melihat kenyataan, dan diberi

⁸ Nurul Qamar dkk., *Metode Penelitian Hukum (Legal Research Methods)*, (Makassar: CV. Social Politic Genius, 2017), 58.

⁹ Izzatur Rusuli, & Zakiul Fuady M. Daud, "Ilmu Pengetahuan dari John Locke ke Al-Attas," *Jurnal Pencerahan* ISSN: 1693-7775 Vol. 9, No. 1 (2015), 14, diakses 7 Februari 2021, doi: <https://doi.org/10.13170/jp.9.1.2482>

hati dan akal agar memperoleh ilmu dengan proses memahami atau penalaran.¹⁰

Aristoteles mengemukakan pengetahuan dibagi menjadi dua yaitu pengetahuan inderawi dan pengetahuan akali. Pengetahuan inderawi diartikan sebagai hasil tangkapan keadaan konkrit benda tertentu yang mengarah pada ilmu pengetahuan umum. Sedangkan pengetahuan akali merupakan hasil tangkapan hakikat, jenis benda tertentu.¹¹

Pengetahuan produk adalah kumpulan berbagai informasi mengenai produk meliputi karakteristik produk, merek, terminologi produk, fitur dan atribut produk, harga produk, dan kepercayaan mengenai produk. Jenis pengetahuan produk meliputi:

- a) Pengetahuan mengenai karakteristik dan atribut produk, terbagi menjadi atribut fisik dan atribut abstrak. Atribut fisik menggambarkan ciri fisik produk, sedangkan atribut abstrak menggambarkan karakteristik subjektif dari produk berdasarkan persepsi konsumen.
- b) Pengetahuan mengenai manfaat produk, terdiri dari manfaat fungsional (manfaat yang dirasakan secara psikologis) dan manfaat psikososial (manfaat yang menyangkut aspek psikologis manusia seperti suasana hati, perasaan, dan emosi).

¹⁰ Ahmad Tufik Nasution, *Filsafat Ilmu: Hakikat Mencari Pengetahuan*, (Yogyakarta: Deepublish Publisher, 2016), 3.

¹¹ Nasution, *Filsafat Ilmu: Hakikat*, 14.

- c) Pengetahuan mengenai kepuasan yang didapatkan dari produk, pengetahuan tersebut akan mempengaruhi keputusan pembelian.¹²

2. Promosi

Promosi merupakan unsur yang digunakan untuk menginformasikan dan membujuk pasar mengenai produk atau jasa perusahaan dengan media iklan, publikasi, *sales promotion*, maupun penjualan pribadi. Promosi bertujuan untuk menginformasikan produk yang ditawarkan dan berusaha menarik calon konsumen sesuai keinginan dan kebutuhan.¹³ Tujuan dari promosi diantaranya:

- a) Menumbuhkan persepsi pelanggan terhadap kebutuhan (*category need*).
- b) Memperkenalkan dan memberikan pemahaman kepada pelanggan mengenai produk perusahaan (*brand awareness*).
- c) Mendorong pelanggan untuk pemilihan produk (*brand attitude*).
- d) Membujuk pelanggan untuk membeli suatu produk perusahaan (*brand purchase intention*).
- e) Mengimbangi kelemahan unsur bauran pemasaran yang lain (*purchase facilitation*).

¹² Suprpto, & Zaky Wahyudin Azizi, *Buku Ajar Manajemen*, 20.

¹³ Rambat Lupiyoadi, *Manajemen Pemasaran Jasa*, (Jakarta: Salemba Empat, 2016), 178.

- f) Menanamkan citra produk dari perusahaan (*positioning*).¹⁴

Promosi dapat dilakukan melalui:

- a) Periklanan (*advertising*)

Sebagai sarana promosi untuk menginformasikan produk yang ditawarkan dalam upaya mempengaruhi calon konsumen, periklanan dapat dilakukan menggunakan berbagai media seperti pemasangan *billboard* ditempat strategis, pencetakan brosur untuk disebar ditempat umum, pemasangan spanduk, pemasangan iklan melalui majalah, koran, televisi, dan radio.

- b) Promosi penjualan (*sales promotion*)

Untuk meningkatkan penjualan untuk menarik minat konsumen dapat dilakukan dengan pemberian harga khusus atau potongan harga (*discount*), pemberian undian bagi konsumen yang membeli dalam jumlah tertentu, pemberian cenderamata kepada konsumen yang loyal.

- c) Publisitas (*publicity*)

Publisitas dapat menjadi media promosi untuk meningkatkan pamor perusahaan dan produk yang ditawarkan melalui kegiatan pameran, bakti sosial, maupun kegiatan yang sifatnya menarik minat calon konsumen.

¹⁴ Warnadi, & Aris Triyono, *Manajemen Pemasaran*, (Yogyakarta: Deepublish Publisher, 2019), 94-95.

d) Penjualan pribadi (*personal selling*)

Promosi jenis ini dapat dilakukan secara pribadi oleh *salesman* atau *salesgirl* dengan menawarkan produk kepada calon konsumen.¹⁵

Menurut Kotler dan Keller dalam Yuli Astari menjelaskan indikator promosi sebagai berikut:

- a) Jangkauan promosi, diartikan sebagai jumlah promosi yang dilakukan sebuah perusahaan dalam waktu tertentu dengan media yang tersedia.
- b) Kuantitas media promosi, yaitu penilaian yang diberikan konsumen dari promosi yang telah dilakukan perusahaan dengan media yang tersedia.
- c) Kualitas penyampaian pesan, sebagai tolak ukur penilaian masyarakat mengenai promosi yang dilakukan apakah dapat diterima atau tidak.¹⁶

3. Minat

Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) mendefinisikan minat sebagai kecenderungan hati yang tinggi terhadap sesuatu. Menurut Chauhan minat pada orang dewasa merupakan sesuatu untuk mengembangkan diri seseorang yang dapat meningkatkan produktivitas. Zhanta Al Bayan menjelaskan bahwa minat adalah rasa ketertarikan terhadap sesuatu bukan karena paksaan namun adanya rasa ingin tahu

¹⁵ Arif Yusuf Hamali, *Pemahaman Strategi Bisnis & Kewirausahaan*, (Jakarta: Penadamedia Group, 2016), 209.

¹⁶ Yuli Astari, "Pengaruh Pengetahuan, Promosi, dan Karakteristik *Marketing* Syariah terhadap Minat Masyarakat Menabung di BRI Syariah KCP Ngronggo Kediri," (Skripsi, IAIN Ponorogo, 2020), 25.

untuk mencapai suatu tujuan. Sehingga dapat meningkatkan produktivitas dalam diri.¹⁷

Berdasarkan bentuk pengekspresian, minat diklasifikasikan menjadi empat jenis, antara lain:

- a) Minat yang diekspresikan melalui verbal yang menunjukkan seseorang menyukai atau tidaknya objek atau aktifitas (*expressed interest*).
- b) Minat yang disimpulkan dari keikutsertaan individu dalam kegiatan tertentu (*manifest interest*).
- c) Minat yang disimpulkan dari tes pengetahuan atau keterampilan dalam suatu kegiatan (*tested interest*).
- d) Minat yang diungkapkan dari daftar aktifitas dan kegiatan sesuai pernyataan (*inventoried interest*).¹⁸

Crow and corow dalam Muhammad Nuril Mubin menjelaskan ada tiga faktor yang mempengaruhi timbulnya minat antara lain:

- a) Dorongan dari dalam individu, artinya kebutuhan yang timbul dari dalam diri yang berhubungan dengan dorongan fisik, motif, mempertahankan diri dan yang lainnya.

¹⁷ Zhanta Al Bayan, *Muda Berkarya: Produktif Berkarya Lewat Komunitas*, (Jakarta: PT. Gramedia, 2015), 118-119.

¹⁸ Edy Syahputra, *Snowball Throwing: Tingkatan Minat dan Hasil Belajar*, (Sukabumi: Haura Publishing, 2020), 18-19.

- b) Motif emosional, artinya sesuatu yang timbul dan berkaitan erat dengan emosi atau perasaan. Keberhasilan yang didorong oleh minat akan menumbuhkan rasa puas dan senang serta memperkuat minat yang sudah ada. Sebaliknya kegagalan akan mengurangi minat suatu individu.
- c) Motif sosial, artinya aktivitas untuk memenuhi kebutuhan sosial dan penyesuaian individu terhadap lingkungan sekitarnya.¹⁹

4. Lembaga Keuangan Syariah

Lembaga keuangan syariah diartikan sebagai perusahaan yang kegiatan usahanya bergerak dalam bidang keuangan berdasarkan prinsip-prinsip syariah. Prinsip syariah merupakan prinsip yang menghilangkan unsur yang menjadi larangan dalam Islam dan menggantikannya dengan akad-akad sesuai ajaran Islam.²⁰

Prinsip-prinsip operasional lembaga keuangan syariah dalam menjalankan kegiatan usahanya menghindari hal-hal sebagai berikut:

- a) *Maysir* (spekulasi)

Secara bahasa *maysir* berarti judi, secara umum berarti kegiatan yang sifatnya untung-untungan (spekulasi). *Maysir* merupakan suatu transaksi yang digantungkan kepada keadaan yang tidak pasti, walaupun terdapat manfaat material berupa keuntungan yang sangat

¹⁹ Muhammad Nuril Mubin, "Pengaruh Promosi, Pengetahuan dan Citra Perusahaan terhadap Minat Masyarakat menjadi Nasabah Bank Syariah dengan Religiusitas sebagai Variabel Moderasi (Studi Kasus Masyarakat Desa Regunung)," (Skripsi, IAIN Salatiga, 2019), 15-16.

²⁰ Madani, *Aspek Hukum Lembaga*, 2.

besar dan mudah, tetapi kerusakan yang ditimbulkan jauh lebih besar baik secara material atau immateri.

b) *Gharar*

Gharar secara bahasa berarti ketidakpastian, menipu, memperdaya. *Gharar* berarti menjalankan usaha secara buta tanpa pengetahuan yang cukup tanpa mengetahui dengan pasti akibat yang ditimbulkan. Hal ini terjadi pada transaksi yang objeknya tidak jelas, tidak dimiliki, tidak dapat diketahui keberadaannya.

c) Haram

Haram secara bahasa berarti larangan, penegasan. Dalam transaksi ekonomi manusia diharapkan menghindari aktivitas yang haram, baik zatnya maupun selain zatnya.

d) Riba

Secara bahasa riba berarti bertambah dan tumbuh. Riba merupakan penambahan pendapatan secara tidak sah dalam transaksi pertukaran barang sejenis yang tidak sama kualitas, kuantitas, waktu penyerahan, maupun pinjam meminjam yang mengharuskan peminjam mengembalikan dana melebihi pokok pinjaman karena berjalannya waktu.

e) *Bathil*

Secara bahasa *Bathil* berarti tidak sah atau batal. Artinya melakukan aktivitas yang sifatnya merugikan orang lain dengan menipu,

memaksa, mengurangi timbangan, mencampurkan barang rusak, menimbun untuk memperoleh keuntungan lebih banyak.²¹

Struktur lembaga keuangan syariah di Indonesia terdiri atas lembaga keuangan syariah bank dan lembaga keuangan syariah non bank.²² Lembaga keuangan syariah bank meliputi:

a) Bank Umum Syariah

Dalam Undang-Undang Nomor 21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah dijelaskan bahwa bank syariah merupakan bank syariah menjalankan kegiatan usahanya berdasarkan prinsip syariah yang dikeluarkan lembaga yang berwenang dibidang syariah.²³ Bank syariah berfungsi untuk menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya kepada masyarakat serta memberikan jasa dalam lalu lintas pembayaran.²⁴

Bank syariah berfungsi sebagai manajer investasi yang mengelola dana nasabah, penyedia jasa keuangan, serta pelaksanaan kegiatan sosial yang menghimpun, mengadministrasikan, dan mendistribusikan dana zakat maupun dana sosial. Penghimpunan dana dapat dilakukan dengan akad *wadiah*, investasi dengan akad *mudharabah* dan *mudharabah mutlaqah*. Sedangkan pada penyaluran

²¹ Andri Soemitra, *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah*, ed 2, (Jakarta: Kencana, 2009), 34-35.

²² Darmawan, & Muhammad, *Manajemen Lembaga Keuangan*, 107-108.

²³ Undang-Undang Nomor 21 Tahun 2008, *Perbankan Syariah*, Pasal 1, ayat (7 & 12).

²⁴ Ikatan Bankir Indonesia, *Memahami Bisnis Bank Syariah*, (Jakarta: PT. Gramedia, 2016),

dana dapat dilakukan menggunakan prinsip jual beli dengan akad *bai' murabahah*, *bai' as-salam*, dan *bai' al-istishna*, prinsip sewa dengan akad *ijarah*, serta prinsip bagi hasil dengan akad *musyarakah* dan *mudharabah*.²⁵

b) Unit Usaha Syariah

Menurut Undang-Undang Nomor 21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah, unit usaha syariah merupakan unit kerja dari kantor bank pusat bank umum konvensional yang berfungsi sebagai kantor induk dari unit yang melaksanakan kegiatan usaha berdasarkan prinsip syariah atau unit kerja di kantor cabang dari kantor pusat yang berada diluar negeri yang melaksanakan kegiatan usahanya sebagai kantor induk dari kantor cabang pembantu syariah.

c) Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS)

Bank perkreditan rakyat syariah merupakan bank yang dalam kegiatannya tidak memberikan jasa lalu lintas pembayaran.²⁶ Dalam operasioalnya BPRS bisa diartikan sebagai lembaga keuangan konvensional namun menggunakan prinsip syariah.²⁷

Jasa-jasa keuangan syariah pada BPRS yaitu menghimpun dana masyarakat berupa simpanan *amanah*, tabungan *wadiah*, deposito

²⁵ Heri Sudarsono, *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah: Diskripsi dan Ilustrasi*, (Yogyakarta: Ekonisia, 2013), 65-78.

²⁶ Undang-Undang Nomor 21 Tahun 2008, *Perbankan Syariah*, Pasal 1 ayat (9).

²⁷ Sudarsono, *Bank dan Lembaga Keuangan*, 93.

wadiah mudharabah. Sedangkan dalam hal penyaluran dana berupa pembiayaan *mudharabah*, pembiayaan *musyarakah*, dan pembiayaan *bai' bitsaman ajil*. BPRS juga dapat bertindak sebagai lembaga *baitul maal*, yaitu menerima dana dari zakat, infak, sedekah, hibah atau dana sosial lainnya yang kemudian disalurkan kepada yang berhak berupa santunan atau pinjaman kebajikan (*qardul hasan*).²⁸

Sedangkan lembaga keuangan syariah non bank meliputi:

a) Asuransi Syariah

Asuransi syariah dalam bahasa Arab adalah *ta'min*, *takaful*, atau *tadhamun*. Dalam Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah, *ta'min* adalah perjanjian antara dua orang atau lebih dimana penanggung mengikatkan dirinya kepada tertanggung dengan penerimaan *premi* untuk menerima penggantian kerugian, kerusakan, atau tanggung jawab hukum lainnya akibat suatu kejadian yang tidak terduga.²⁹

Ketentuan umum dalam asuransi syariah antara lain:

- 1) *Ta'min*, *takaful*, *tadhamun* adalah usaha tolong-menolong atau saling melindungi antara sejumlah orang melalui investasi berupa aset yang memberikan pola pengembalian risiko tertentu melalui akad sesuai prinsip syariah.

²⁸ Sudarsono, *Bank dan Lembaga Keuangan*), 95-97.

²⁹ Kompilasi Hukum Syariah Pasal 20 ayat 26.

- 2) Akad yang digunakan menghindari *gharar* (penipuan), *maysir* (perjudian), *riba*, *risywah* (suap), *haram* dan maksiat.
- 3) Akad *tijarah* yakni akad yang dilakukan untuk tujuan komersial.
- 4) Akad *tabarru'* yakni akad yang dilakukan untuk tujuan kebajikan dan tolong-menolong, bukan komersial.
- 5) Premi adalah kewajiban peserta yang harus dibayarkan kepada perusahaan asuransi syariah sesuai kesepakatan.
- 6) Klaim adalah hak peserta asuransi yang harus ditanggung perusahaan asuransi sesuai kesepakatan.

Akad dalam asuransi syariah adalah akad *tijarah* dan *tabarru'*. Akad *tijarah* berupa *mudharabah* yaitu perusahaan sebagai *mudharib* (pengelola) dan peserta sebagai *shahibul maal* (pemegang polis). Dan dalam akad *tabarru'* berupa hibah yakni peserta memberikan hibah kepada peserta lain yang terkena musibah, dan perusahaan bertindak sebagai pengelola dana hibah.³⁰

b) Reksadana Syariah

Reksa berasal dari kata "*reksa*" yang berarti jaga dan "*dana*" yang berarti uang. Sehingga reksadana diartikan sebagai wadah untuk menghimpun dana dari pemodal yang kemudian diinvestasikan dalam portofolio efek. Reksadana sebagai sarana bagi masyarakat yang

³⁰ Mardani, *Hukum Bisnis Syariah*, (Jakarta: Prenada Media, 2017), 197-198.

memiliki modal dan berkeinginan untuk berinvestasi tetapi memiliki keterbatasan waktu dan pengetahuan. Reksadana syariah dalam pengelolaan dan kebijakan investasinya sesuai syariah.³¹

Jenis reksadana syariah antara lain:

- 1) Reksadana Pasar Uang (*Money Market Fund*), yaitu reksadana yang melakukan investasi pada efek bersifat utang dalam jangka waktu kurang dari 1 (satu) tahun.
- 2) Reksadana Pendapatan Tetap (*Fixed Income Fund*), yaitu reksadana yang melakukan investasi sekurang-kurangnya 80% dari aktiva dalam bentuk efek bersifat utang.
- 3) Reksadana Saham (*Equity Fund*), yaitu reksadana yang melakukan investasi sekurang-kurangnya 80% dari efek yang bersifat ekuitas.
- 4) Reksadana Campuran (*Discretionary Fund*), yaitu reksadana yang melakukan investasi dalam bentuk efek yang bersifat ekuitas dan utang.³²

c) Dana Pensiun Syariah

Dana pensiun syariah merupakan lembaga yang mengelola program yang menjanjikan manfaat pensiun berdasarkan prinsip syariah untuk kesejahteraan karyawan perusahaan. Pengelola dana

³¹ Sudarsono, *Bank dan Lembaga Keuangan*, 219.

³² Sudarsono, *Bank dan Lembaga Keuangan*, 224-225.

pensiun disebut *trust* yakni badan khusus sejenis lembaga keuangan dan pengelola *trust* disebut *trustee*. Dana pensiun syariah menggunakan akad *wakalah* dan *mudharabah*.³³

Jenis dana pensiun syariah yang pertama yaitu Dana Pensiun Pemberi Kerja (DPPK) syariah, yaitu dana pensiun yang diselenggarakan oleh lembaga atau badan pemberi kerja untuk karyawannya. Pendiri DPPK harus mendapatkan pengesahan dari Menteri Keuangan. Kedua, Dana Pensiun Lembaga Keuangan (DPLK) syariah yaitu dana pensiun yang didirikan oleh bank atau perusahaan asuransi jiwa untuk menyelenggarakan program pensiun bagi perorangan, baik karyawan maupun pekerja mandiri.³⁴

d) Pasar Modal Syariah dan Pasar Uang Syariah

Pasar modal syariah merupakan kegiatan perdagangan surat berharga yang ditawarkan kepada publik yang akan/telah diterbitkan emiten berkaitan dengan penanaman modal atau peminjaman uang dalam jangka menengah dan jangka panjang berdasarkan ketentuan syariah.³⁵

Akad-akad yang digunakan dalam penerbitan efek syariah dalam pasar modal syariah antara lain:

³³ Mardani, *Aspek Hukum Lembaga*, 207-213.

³⁴ Mardani, *Aspek Hukum Lembaga*, 205.

³⁵ Sudarsono, *Bank dan Lembaga Keuangan*, 199.

- 1) *Ijarah*, yaitu perjanjian (akad) dimana pemberi sewa atau yang memiliki barang sewa untuk menyerahkan hak penggunaan dan pemanfaatan barang sewa kepada penyewa dalam waktu tertentu dengan pembayaran upah (*ujrah*).
- 2) *Kafalah*, yaitu perjanjian (akad) dimana penjamin (*kafil/guarantor*) memberikan jaminan kepada pihak yang dijamin (*makfuul 'anhu/debitur*) untuk memenuhi kewajiban pihak yang dijamin kepada pihak lain (*makfuul lahu/kreditur*).
- 3) *Mudharabah*, yakni perjanjian (akad) dimana pemilik dana (*shahibul maal*) menyerahkan dananya kepada pengelola dana (*mudharib*) untuk kemudian dikelola.
- 4) *Wakalah*, yakni perjanjian (akad) dimana pemberi kuasa (*muwakil*) memberikan kuasa kepada penerima kuasa (*wakil*) untuk melaksanakan kegiatan tertentu.³⁶

Pasar uang syariah hampir sama dengan pasar modal syariah, yakni perdagangan surat berharga yang ditawarkan kepada publik yang diterbitkan emiten berkaitan dengan peminjaman atau penempatan uang jangka pendek berdasarkan ketentuan syariah. Jangka pendeknya antara satu tahun atau kurang dari satu tahun. Surat berharga jangka pendek dapat berupa Sertifikat Bank Indonesia (SBI),

³⁶ Ali Geno Berutu, *Pasar Modal Syariah Indonesia: Konsep dan Produk*, (Salatiga: LP2M IAIN Salatiga, 2020), 21-22.

Surat Berharga Pasar Uang (SBPU), *Commercial Paper Notes* (CPN), dan lainnya.

e) Pegadaian Syariah

Gadai dalam hukum fikih Islam disebut *al-Rahn* dari kata "*rahana-yarhanu-rahnan*" yang bearti menetapkan sesuatu. Secara bahasa bearti tetap, kekal, dan menahan suatu barang sebagai pengikat utang. Secara istilah menurut Ibn Qudamah, *rahn* adalah suatu benda yang dijadikan kepercayaan atas hutang, untuk dipenuhi dari harganya, bila yang berhutang tidak sanggup membayar.³⁷

Dalam operasional pegadaian syariah, terdapat prinsip-prinsip pembiayaan yang diterapkan, meliputi:

1) Prinsip Tauhid (*Tawhid*)

Gadai dengan prinsip tauhid mengukuhkan bahwa ketaatan pada Tuhan diletakkan pada posisi puncak, manusia dan alam dalam posisi sejajar yang saling membutuhkan. Manusia diberikan amanat untuk memanfaatkan alam dan menghasilkan *output* yang bermanfaat bagi semua pelaku ekonomi. *Output* yang didapat tidak dimiliki sepenuhnya karena terdapat hak orang lain yang membutuhkan.

³⁷ Ade Sofyan Mulazid, *Kedudukan Sistem Pegadaian Syariah*, (Jakarta: Kencana, 2016), 1-2.

2) Prinsip Tolong-Menolong (*Ta'awun*)

Prinsip tolong-menolong yaitu prinsip saling membantu sesama manusia guna meningkatkan taraf hidup melalui kerjasama ekonomi dan bisnis. Prinsip ini berdasarkan prinsip sosial dimana sesama manusia membantu meringankan beban saudaranya yang tertimpa musibah.

3) Prinsip Bisnis (*Tijarah*)

Bisnis (perdagangan) merupakan kegiatan berupa pencarian laba yang dianjurkan dalam Islam. Namun harus dilaksanakan dengan cara yang dibenarkan oleh syariah. Dalam kegiatannya, kedua pihak harus merasa ridha dan tidak merasa dirugikan atau didzalimi, proporsi keuntungan sewajarnya, dan tidak melakukan investasi pada usaha yang diharamkan atau sejenisnya.³⁸

f) Leasing Syariah

Leasing syariah merupakan sewa guna usaha yang kegiatan usahanya berupa pembiayaan untuk keperluan barang-barang modal baik dengan hak opsi (*finance lease*) atau tanpa hak opsi (*operating lease*) untuk digunakan penyewa dalam jangka waktu tertentu dengan pembayaran secara angsuran sesuai dengan prinsip syariah. Dalam sewa guna usaha terdapat orang yang menyewakan atau pemberi pembiayaan (*lessor*), penyewa atau penerima pembiayaan (*lessee*),

³⁸ Mulazid, *Kedudukan Sitem Pegadaian*, 23-26.

perusahaan yang menyediakan barang (*supplier*), bank sebagai penyedia dana bagi *lessor*, serta asuransi yang menanggung perjanjian antara *lessor* dan *lessee*. Dalam usaha leasing dapat menggunakan *akad ijarah* dan *ijarah muntahiyah bittamlik*.³⁹

g) *Baitul Mal wa Tamwil* (BMT)

Baitul Mal wa Tamwil (BMT) adalah lembaga keuangan syariah non perbankan berupa balai usaha mandiri yang kegiatannya mengembangkan usaha-usaha produktif dan investasi bagi pengusaha kecil atau mikro untuk meningkatkan kualitas kegiatan ekonomi.⁴⁰

Secara konseptual, BMT memiliki dua fungsi. Pertama, fungsi sebagai *baitul mal* yaitu menerima titipan dari dana zakat, infak, dan sedekah serta mengoptimalkannya untuk kemudian disalurkan kepada yang berhak menerimanya sesuai amanat yang diteima. Kedua, fungsi sebagai *baitut tamwil* yaitu melakukan kegiatan pengembangan usaha mikro dan investasi untuk meningkatkan kualitas ekonomi masyarakat kecil seperti menabung dan pembiayaan.⁴¹

h) Lembaga Pengelola Zakat dan Wakaf

Zakat merupakan ibadah amaliah setara dengan shalat, puasa, dan haji yang pelaksanaannya melalui kekayaan harta umat muslim.

³⁹ Nur Rianto Al Arif, *Lemabaga Keuangan Syariah: Suatu Kajian Teoriris Praktis*, (Bandung: Pustaka Setia, 2012), 251-253.

⁴⁰ Nurul Huda dkk, *Baitul Mal wa Tamwil: Sebuah Tinjauan Teoritis*, (Jakarta: Amzah, 2016), 35.

⁴¹ Huda, *Baitul Mal wa Tamwil*, 37.

Untuk penertiban pengelolaan maka harta zakat dapat disalurkan melalui lembaga yang berwenang yaitu Badan Amil Zakat (BAZ) yang dikelola pemerintah dan Lembaga Amil Zakat (LAZ) yang dikelola swasta. Alasannya untuk menjamin ketaatan pembayaran, menghilangkan rasa canggung antara muzakki (orang yang berzakat) dan mustahik (orang yang menerima zakat), serta mengefesienkan pengelolaan zakat.⁴²

Wakaf adalah penahanan hak milik atas benda untuk diambil manfaatnya dalam jangka waktu tertentu atau selamanya. Menahan hak milik yaitu harta benda tersebut tidak boleh diwariskan, dihibahkan, digadaikan, disewakan. Harta atau benda wakaf dapat disalurkan melalui Badan Wakaf Indonesia (BWI) untuk dikelola sebagaimana mestinya. Adapun tugas dan wewenang BWI yaitu melakukan pembinaan, mengangkat, dan memberhentikan *nadzir* (pengelola wakaf), melakukan pengelolaan dan pengembangan harta wakaf baik nasional maupun internasional, memberikan persetujuan dan izin atas perubahan dan status harta wakaf, serta memberikan saran dan pertimbangan kepada pemerintah mengenai wakaf.⁴³

B. Kajian Pustaka

Buku dengan judul “Kewirausahaan Pola Pikir, Pengetahuan, dan Keterampilan” oleh Sarfilianty Anggiani (2018) dengan penerbit Kencana di

⁴² Al Arif, *Lembaga Keuangan Syariah*, 396.

⁴³ Al Arif, *Lembaga Keuangan Syariah*, 423-424.

Jakarta. Dalam buku tersebut dijelaskan bahwa promosi berpengaruh besar terhadap penjualan sebuah usaha sehingga perlu adanya perencanaan, pengendalian, dan pengawasan terhadap kegiatan promosi.⁴⁴

Buku karya Darmawan (2020) dengan judul “Manajemen Lembaga Keuangan Syariah” dengan penerbit UNY Press Yogyakarta. Dalam buku tersebut menjelaskan bahwa lembaga keuangan bank meliputi Bank Umum Syariah, Unit Usaha Syariah, dan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah. Sedangkan lembaga keuangan syariah non-bank berupa perusahaan asuransi syariah, reksadana syariah, pasar modal syariah, pasar uang, koperasi, dana pensiun, perusahaan modal ventura, perusahaan anjak piutang, leasing syariah, pegadaian syariah, dan lembaga pembiayaan konsumen, serta lembaga keuangan mikro yakni lembaga zakat, lembaga pengelola wakaf, serta *Baitul Maal Wattamwil*.⁴⁵

Skripsi dengan judul “Pengaruh Pengetahuan Mahasiswa Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidempuan terhadap Minat Menggunakan Jasa Perbankan Syariah” oleh Rohima Harahap mahasiswi Perbankan Syariah FEBI IAIN Padangsidempuan tahun 2016. Hasil penelitian bahwa 68,6% variabel definisi, prinsip-prinsip, lokasi, dan produk mempengaruhi minat mahasiswa dan sisanya 31,4% dipengaruhi oleh

⁴⁴ Sarfilianty Anggiani, *Kewirausahaan Pola Pikir, Pengetahuan, dan Keterampilan*, (Jakarta: Kencana, 2018), 141 .

⁴⁵ Darmawan, & Muhammad, *Manajemen Lembaga Keuangan*, 107-108.

variabel lain.⁴⁶ Perbedaan dengan penelitian ini pada objek dan lokasi penelitian. Rohima Harahap menggunakan objek mahasiswa FEBI, sedangkan penelitian ini menggunakan objek siswa SMK TAQ Sadamiyyah.

Skripsi Ratna Rizky Amalia mahasiswi Perbankan Syariah FEBI UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta tahun 2018 dengan judul “Analisis Pengaruh Pengetahuan, Religiusitas, Promosi dan Tingkat Pendapatan terhadap Minat Masyarakat menjadi Nasabah di Bank Syariah (Studi Kasus pada Masyarakat Petani Desa Ringinharjo Bantul)”. Hasil penelitian menjelaskan bahwa keempat faktor yakni pengetahuan, religiusitas, promosi, dan tingkat pendapatan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat masyarakat menjadi nasabah bank syariah.⁴⁷ Perbedaan dengan penelitian ini yakni lokasi penelitian yang berbeda.

Skripsi Rahmi Syafriani mahasiswi Perbankan Syariah FEBI IAIN Bengkulu tahun 2020 dengan judul “Analisis Pengetahuan Pemilik Toko Kelontong di Pasar Minggu Kota Bengkulu terhadap Minat menjadi Nasabah Asuransi Syariah”. Penelitian tersebut menjelaskan bahwa pengetahuan berpengaruh positif terhadap minat menjadi nasabah asuransi syariah sebesar

⁴⁶ Rohima Harahap, “Pengaruh Pengetahuan Mahasiswa Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidimpuan terhadap Minat Menggunakan Jasa Perbankan Syariah” (Skripsi, Institut Agama Islam Negeri Padangsidimpuan, 2016), 78.

⁴⁷ Ratna Rizky, “Analisis Pengaruh Pengetahuan, Religiusitas, Promosi dan Tingkat Pendapatan terhadap Minat Masyarakat menjadi Nasabah di Bank Syariah (Studi Kasus pada Masyarakat Petani Desa Ringinharjo Bantul),” (Skripsi, Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2018), 106-107.

0,351 dan tingkat signifikan $0,045 < 0,05$.⁴⁸ Perbedaan dengan penelitian ini terletak pada lokasi dan jumlah variabel penelitian yang digunakan.

Skripsi dengan judul “Pengaruh Tingkat Pendidikan, Pendapatan, Motivasi, dan Promosi terhadap Keputusan menjadi Nasabah Lembaga Keuangan Syariah” oleh Arinal Khasanah mahasiswi Perbankan Syariah FEBI IAIN Salatiga tahun 2016. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial pendidikan berpengaruh positif dan tidak signifikan, pendapatan berpengaruh negatif dan signifikan, motivasi berpengaruh positif dan signifikan, promosi berpengaruh positif dan signifikan dengan tingkat *sig.* 0,747, 0,046, 0,002, dan 0,000. Secara simultan pendidikan, pendapatan, motivasi, dan promosi berpengaruh terhadap minat menjadi nasabah lembaga keuangan syariah dengan objek BMT Al-Muaawanah Bringin.⁴⁹ Perbedaan dengan penelitian ini pada lokasi dan objek penelitian.

Skripsi Feti Rukmanasari mahasiswi Perbankan Syariah FEBI IAIN Salatiga tahun 2017 yang berjudul “Pengaruh Pengetahuan, Promosi, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Jasa Pegadaian Syariah (Studi Kasus pada Pegadaian Syariah Majapahit Semarang)”. Hasil penelitian bahwa pengetahuan dan promosi tidak berpengaruh signifikan, sedangkan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah

⁴⁸ Rahmi Syafriani, “Analisis Pengetahuan Pemilik Toko Kelontong di Pasar Minggu Kota Bengkulu terhadap Minat menjadi Nasabah Asuransi Syariah,” (Skripsi, Institut Agama Islam Negeri Bengkulu, 2020), 60.

⁴⁹ Arinal Khasanah, “Pengaruh Tingkat Pendidikan, Pendapatan, Motivasi, dan Promosi terhadap Keputusan menjadi Nasabah Lembaga Keuangan Syariah,” (Skripsi, Institut Agama Islam Negeri Salatiga, 2016), 79-80.

menggunakan jasa pegadaian syariah.⁵⁰ Perbedaan dengan penelitian ini terletak pada objek dan lokasi penelitian.

Skripsi yang berjudul “Pengaruh Bauran Pemasaran, Pengetahuan dan Kepercayaan terhadap Keputusan Masyarakat menjadi Nasabah Bank Syariah (Studi Kasus pada BTN Syariah KC Semarang)” oleh Tika Yuliani mahasiswi Perbankan Syariah FEBI IAIN Salatiga tahun 2018. Hasil penelitian bahwa produk, harga, lokasi, promosi berpengaruh positif namun tidak signifikan, pengetahuan berpengaruh negatif dan tidak signifikan, kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan. Secara simultan variabel produk, harga, lokasi, promosi, pengetahuan, dan kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan.⁵¹ Perbedaannya, Penelitian tersebut menggunakan tiga variabel *independent*, sedangkan penelitian ini menggunakan dua variabel *independent*.

Skripsi yang berjudul “Pengaruh Pemahaman Mahasiswa Perbankan Syariah atas Bunga dan Bagi Hasil terhadap Minat menjadi Nasabah Bank Syariah (Studi Kasus Mahasiswa Perbankan Syariah IAIN Purwokerto Angkatan 2016-2019)” oleh Kilau Permata Hati mahasiswi Perbankan Syariah FEBI IAIN Purwokerto tahun 2020. Hasil penelitian bahwa pemahaman mengenai bunga dan bagi hasil berpengaruh positif dan

⁵⁰ Feti Rukmanasari, “Pengaruh Pengetahuan, Promosi, dan Kualitas Pelayanan terhadap Minat Nasabah Menggunakan Jasa Pegadaian Syariah (Studi Kasus pada Pegadaian Syariah Majapahit Semarang),” (Skripsi, Institut Agama Islam Negeri Salatiga , 2017), 38.

⁵¹ Tika Yuliani, “Pengaruh Bauran Pemasaran, Pengetahuan dan Kepercayaan terhadap Keputusan Masyarakat Menjadi Nasabah Bank Syariah (Studi Kasus pada BTN Syariah KC Semarang),” (Skripsi, Institut Agama Islam Negeri Salatiga, 2018), 117.

signifikan terhadap minat menjadi nasabah bank syariah.⁵² Perbedaannya, penelitian tersebut menggunakan variabel bunga dan bagi hasil, sedangkan penelitian ini menggunakan variabel pengetahuan dan promosi.

Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam e-ISSN: 2579-6534 (Vol. 4, No. 2) tahun 2018 oleh Abdul Haris Romdhoni dan Dita Ratnasari mahasiswa STIE AAS Surakarta dengan judul “Pengaruh Pengetahuan, Kualitas Pelayanan, Produk, dan Religiusitas terhadap Minat Nasabah untuk Menggunakan Produk Simpanan pada Lembaga Keuangan Mikro Syariah”. Penelitian yang dilakukan di BMT Amanah Ummah Gumpang Kartasura menunjukkan bahwa pengetahuan berpengaruh secara signifikan, kualitas pelayanan tidak berpengaruh secara signifikan, produk tidak berpengaruh secara signifikan, dan religiusitas berpengaruh secara signifikan.⁵³ Perbedaan dengan penelitian ini terletak pada objek an jumlah variabel penelitian.

Jurnal Ekonomi Islam Al Sharf e-ISSN: 2723-5440 (Vol. 1, No. 22) tahun 2020 oleh Riyan Pradesyah mahasiswa Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara dengan judul “Pengaruh Promosi dan Pengetahuan terhadap Minat Masyarakat Melakukan Transaksi di Bank Syariah (Studi Kasus di Desa Rahuning)”. Hasil penelitian menunjukkan bahwa promosi berpengaruh terhadap minat masyarakat melakukan transaksi di bank syariah 4,32%,

⁵² Kilau Permata Hati, “Pengaruh Pemahaman Mahasiswa Perbankan Syariah atas Bunga dan Bagi Hasil terhadap Minat menjadi Nasabah Bank Syariah (Studi Kasus Mahasiswa Perbankan Syariah Institut Agama Islam Negeri Purwokerto Angkatan 2016-2019),” (Skripsi, IAIN Purwokerto, 2020), 76.

⁵³ Abdul Haris Romdhoni dan Dita Ratnasari, “Pengaruh Pengetahuan, Kualitas Pelayanan, Produk, dan Religiusitas terhadap Minat Nasabah untuk Menggunakan Produk Simpanan pada Lembaga Keuangan Mikro Syariah,” *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam* e-ISSN: 2579-6534 Vol. 4, No. 2 (2018), 146, diakses 12 Januari 2021, doi: <http://dx.doi.org/10.29040/jiei.v4i02.307>

sedangkan pengetahuan berpengaruh sebesar 1,31%.⁵⁴ Perbedaan dengan penelitian ini yaitu penelitian Riyan Pradesyah mengambil objek masyarakat Desa Rahuning, sedangkan penelitian ini mengambil objek siswa SMK TAQ Sadamiyyah.

Jurnal *Religi: Studi Agama-Agama* e-ISSN: 2548-4753 (Vol. 16, No. 1) tahun 2020 oleh Rosna Kurnia, Dety Aryani Relubun, Wahyu Ismail Kurnia, dan Roni Ismail dengan judul “Agama dan Filantropi: Pengaruh Promosi terhadap Minat Masyarakat menjadi Filantropis Zakat (Muzakki) pada Lembaga Amil Zakat di Kota Ambon”. Hasil penelitian bahwa promosi berpengaruh 78,9% dan sisanya 21,1% bersumber dari variabel lain.⁵⁵ Perbedaan dengan penelitian ini terletak pada jumlah variabel dan objek penelitian.

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

Judul	Persamaan	Perbedaan
Pengaruh Pengetahuan Mahasiswa Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN	Meneliti mengenai pengetahuan terhadap minat menjadi nasabah	Objek dan lokasi penelitian berbeda. Rohima Harahap menggunakan objek

⁵⁴ Riyan Pradesyah, “Pengaruh Promosi dan Pengetahuan terhadap Minat Masyarakat Melakukan Transaksi di Bank Syariah (Studi Kasus di Desa Rahuning),” *Jurnal Ekonomi Islam Al Sharf* e-ISSN: 2723-5440 Vol. 1, No. 22 (2020), 113-114, diakses 12 Januari 2021, doi: 10.30596/al-sharf.v%vi%i.65.

⁵⁵ Rosna Kurnia dkk, “Agama dan Filantropi: Pengaruh Promosi terhadap Minat Masyarakat menjadi Filantropis Zakat (Muzakki) pada Lembaga Amil Zakat di Kota Ambon,” *Jurnal Religi: Studi Agama-Agama* e-ISSN: 2548-4753 Vol. 16, No. 1(2020), 79-96, diakses 12 Januari 2021, doi: <https://doi.org/10.14421/rejusta.2020.1601-05>

<p>Padangsidimpuan terhadap Minat Menggunakan Jasa Perbankan Syariah oleh Rohima Harahap</p>	<p>bank syariah</p>	<p>mahasiswa FEBI, sedangkan penelitian ini menggunakan objek siswa SMK TAQ Sadamiyyah</p>
<p>Analisis Pengaruh Pengetahuan, Religiusitas, Promosi dan Tingkat Pendapatan terhadap Minat Masyarakat menjadi Nasabah di Bank Syariah (Studi Kasus pada Masyarakat Petani Desa Ringinharjo Bantul) oleh Ratna Rizkya Amalia</p>	<p>Meneliti mengenai pengetahuan dan promosi</p>	<p>lokasi penelitian yang berbeda</p>
<p>Analisis Pengetahuan Pemilik Toko Kelontong di Pasar Minggu Kota Bengkulu terhadap Minat menjadi Nasabah Asuransi Syariah oleh Rahmi Syafriani</p>	<p>Meneliti pengaruh pengetahuan</p>	<p>Jumlah variabel dan lokasi penelitian yang berbeda.</p>
<p>Pengaruh Tingkat</p>	<p>Meneliti tentang</p>	<p>Penelitian Arinal</p>

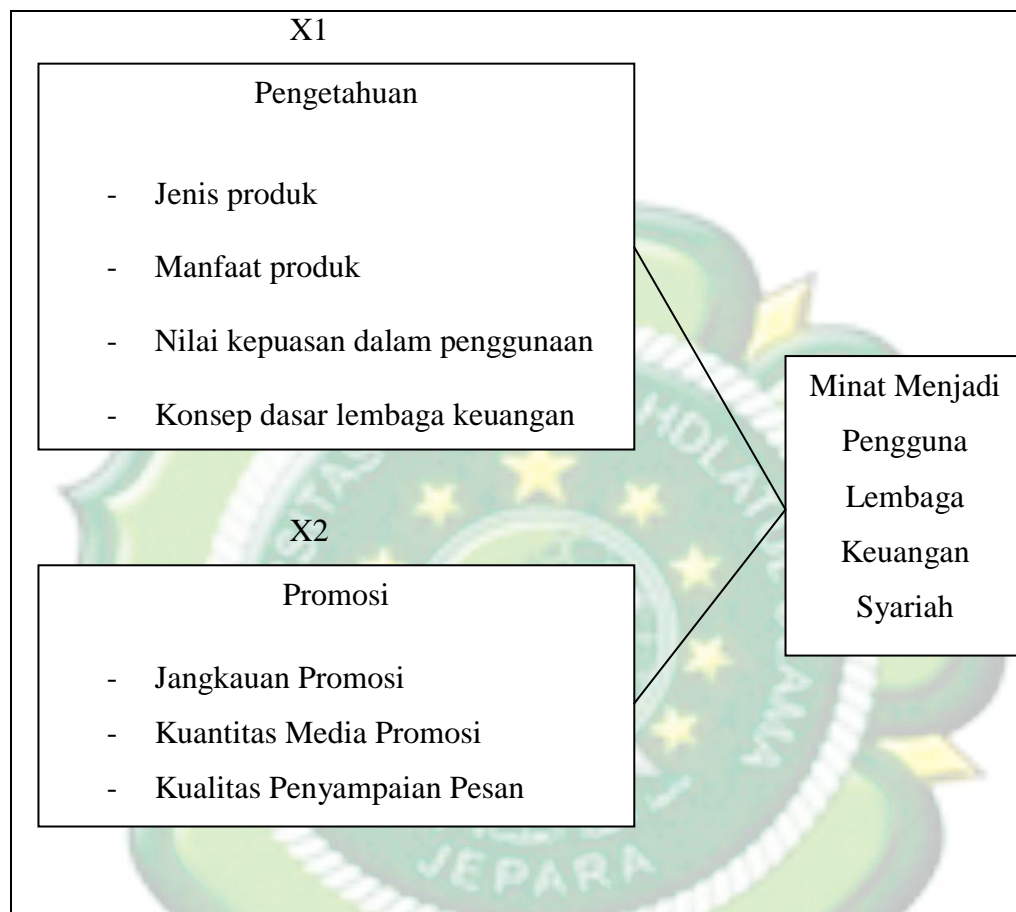
<p>Pendidikan, Pendapatan, Motivasi, dan Promosi terhadap Keputusan menjadi Nasabah Lembaga Keuangan Syariah oleh Arinal Khasanah</p>	<p>promosi dan pengetahuan</p>	<p>Khasanah menggunakan objek BMT Al-Muaawanah Bringin sedangkan objek penelitian ini siswa Perbankan Syariah SMK TAQ Sadamiyyah</p>
<p>Pengaruh Pengetahuan, Promosi, dan Kualitas Pelayanan terhadap Minat Nasabah Menggunakan Jasa Pegadaian Syariah (Studi Kasus pada Pegadaian Syariah Majapahit Semarang) oleh Feti Rukmanasari</p>	<p>Meneliti mengenai pengaruh promosi dan pengetahuan</p>	<p>objek dan lokasi penelitian</p>
<p>Pengaruh Bauran Pemasaran, Pengetahuan dan Kepercayaan terhadap Keputusan Masyarakat menjadi Nasabah Bank</p>	<p>Meneliti mengenai pengaruh promosi dan pengetahuan</p>	<p>Penelitian Tika Yuliani menggunakan tiga variabel <i>independent</i>, sedangkan penelitian ini menggunakan dua</p>

Syariah (Studi Kasus pada BTN Syariah KC Semarang) oleh Tika Yuliani		variabel <i>independent</i>
Pengaruh Pemahaman Mahasiswa Perbankan Syariah atas Bunga dan Bagi Hasil terhadap Minat Menjadi Nasabah Bank Syariah (Studi Kasus Mahasiswa Perbankan Syariah IAIN Purwokerto Angkatan 2016-2019) oleh Kilau Permata Hati	Meneliti mengenai minat mejadi asabah bank syariah	penelitian Kilau Permata Hati menggunakan variabel bunga dan bagi hasil, sedangkan penelitian ini menggunakan variabel pengetahuan dan promosi
Pengaruh Pengetahuan, Kualitas Pelayanan, Produk, dan Religiusitas terhadap Minat Nasabah untuk Menggunakan Produk Simpanan pada Lembaga Keuangan Mikro Syariah oleh Abdul Haris Romdhoni dan Dita	Meneliti mengenai pengaruh promosi	penelitian Abdul Haris Romdhoni dan Dita Ratnasari menggunakan empat variabel <i>independent</i> , sedangkan penelitian ini menggunakan dua variabel <i>independent</i> . Serta objek penelitian

Ratnasari		yang berbeda
Pengaruh Promosi dan Pengetahuan terhadap Minat Masyarakat Melakukan Transaksi di Bank Syariah (Studi Kasus di Desa Rahuning) oleh Riyan Pradesyah	Meneliti pengaruh pengetahuan dan promosi	Penelitian Riyan Pradesyah mengambil objek masyarakat Desa Rahuning, sedangkan penelitian ini mengambil objek siswa SMK TAQ Sadamiyyah
Agama dan Filantropi: Pengaruh Promosi terhadap Minat Masyarakat menjadi Filantropis Zakat (Muzakki) pada Lembaga Amil Zakat di Kota Ambon oleh Rosna Kurnia, Dety Aryani Relubun, Wahyu Ismail Kurnia, dan Roni Ismail.	Meneliti mengenai pengaruh promosi	Jumlah variabel dan objek penelitian yang digunakan

C. Kerangka Berpikir

Tabel 2.2 Kerangka Berpikir



D. Rumusan Hipotesis

Hipotesis merupakan kesimpulan sementara yang belum final, dugaan sementara yang masih diuji kebenarannya. Hipotesis disajikan dalam bentuk pernyataan yang menghubungkan variabel satu dengan variabel lainnya.⁵⁶

Hipotesis dalam penelitian ini dirumuskan sebagai berikut:

⁵⁶ Ismail Nurdin, & Sri Hartati, *Metodologi Penelitian Sosial*, (Surabaya: Media Sahabat Cendekia, 2019), 133.

H_0 : tidak ada pengaruh pengetahuan terhadap minat siswa Perbankan Syariah SMK TAQ Sadamiyyah menjadi pengguna lembaga keuangan syariah.

H_1 : ada pengaruh pengetahuan terhadap minat siswa Perbankan Syariah SMK TAQ Sadamiyyah menjadi pengguna lembaga keuangan syariah.

H_0 : tidak ada pengaruh promosi terhadap minat siswa Perbankan Syariah SMK TAQ Sadamiyyah menjadi pengguna lembaga keuangan syariah.

H_2 : ada pengaruh promosi terhadap minat siswa Perbankan Syariah SMK TAQ Sadamiyyah menjadi pengguna lembaga keuangan syariah.

H_0 : tidak ada pengaruh pengetahuan dan promosi secara simultan terhadap minat siswa Perbankan Syariah SMK TAQ Sadamiyyah menjadi pengguna lembaga keuangan syariah.

H_3 : ada pengaruh pengetahuan dan promosi secara simultan terhadap minat siswa Perbankan Syariah SMK TAQ Sadamiyyah menjadi pengguna lembaga keuangan syariah.