

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Deskripsi Teori

1. Pengetahuan Instansi

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) (2003), Pengetahuan adalah segala sesuatu yang diketahui berkenaan dengan sesuatu hal. Menurut Tafsir (2003: 16) pengetahuan adalah keadaan tahu atau semua yang diketahui. Pengetahuan muncul ketika seseorang menggunakan akal pikirannya untuk mengenali benda atau kejadian tertentu yang belum pernah dilihat atau dirasakan sebelumnya. Misalnya ketika seseorang mencicipi masakan yang baru dikenalnya, ia akan mendapatkan pengetahuan tentang bentuk, rasa, dan aroma masakan tersebut.

Instansi menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) (2003), adalah badan atau lembaga. Jadi, pengetahuan instansi perbankan syariah adalah segala sesuatu yang diketahui berkenaan dengan instansi atau lembaga perbankan Syariah (Noor dan Sanrego, 2014:66).

2. Prinsip-Prinsip Perbankan Syariah

Bank syari'ah adalah bank yang beroperasi tidak mengandalkan pada bunga. Bank Islam adalah lembaga perbankan yang operasional dan produknya dikembangkan berlandaskan pada Al-Qur'an dan Hadits Nabi SAW. Bank Islam adalah lembaga keuangan yang usaha pokoknya memberikan pembiayaan dan jasa-jasa lainnya

peredaran uang yang pengoperasiannya disesuaikan dengan prinsip syariah Islam. (Wilardjo, 2005 : 2).

Perbankan Syariah merupakan bank yang menerapkan nilai-nilai syariah salah satu di antaranya pelarangan riba. Sebagaimana firman Allah dalam ayat-ayat Al-Qur'an yang berkaitan dengan pelarangan *riba* adalah sebagai berikut:

a. Surat *Ar Ruum* ayat 39

وَمَا تَنْبِتُمْ مِنْ رَبِّا لِيَرْبُوَ فِيْ أَمْوَالِ النَّاسِ فَلَا يَرْبُوَ عِنْدَ اللَّهِ ۖ وَمَا أُتْبِتُمْ مِنْ زَكَاةٍ تُرِيدُونَ
وَجَهَ اللَّهِ فَأُولَئِكَ هُمُ الْمُضْعِفُونَ (٣٩)

“Dan sesuatu riba (tambahan) yang kamu berikan agar dia bertambah pada harta manusia, maka riba itu tidak menambah pada sisi Allah. Dan apa yang kamu berikan berupa zakat yang kamu maksudkan untuk memperoleh keridaan Allah, maka itulah orang-orang yang melipatgandakan (pahalanya). (Almumayyaz, 2014: 408)

b. Surat *An Nisa* ayat 161

وَأَخَذَهُمُ الرَّبُّا وَقَدْ هُمُوا عَنْهُ وَأَكْلِهِمْ أَمْوَالِ النَّاسِ بِالْبَاطِلِ ۖ وَأَعْتَدْنَا لِلْكَافِرِينَ مِنْهُمْ
عَذَابًا أَلِيمًا (١٦١)

“Dan karena mereka menjalankan riba, padahal sesungguhnya mereka telah dilarang darinya dan karena mereka memakan harta orang dengan cara yang tidak sah (*bathil*). Kami telah menyediakan untuk orang-orang kafir diantara mereka azab yang pedih”. (Almumayyaz, 2014: 103)

c. Surat *Ali Imran* ayat 130

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا الرِّبَا أَضْعَافًا مُضَاعَفَةً ۖ وَاتَّقُوا اللَّهَ لَعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ (١٣٠)

“Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu memakan riba dengan berlipat ganda dan bertakwalah kamu kepada Allah supaya kamu mendapat keberuntungan”.

d. Surat *Al Baqarah* 275- 276

الَّذِينَ يَأْكُلُونَ الرِّبَا لَا يَقُومُونَ إِلَّا كَمَا يَقُومُ الَّذِي يَتَخَبَّطُهُ الشَّيْطَانُ مِنَ الْمَسِّ ذَلِكَ بِأَنَّهُمْ قَالُوا إِنَّمَا الْبَيْعُ مِثْلُ الرِّبَا ۗ وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا ۗ فَمَنْ جَاءَهُ مَوْعِظَةٌ مِّن رَّبِّهِ فَانْتَهَىٰ فَلَهُ مَا سَلَفَ ۗ وَأَمْرُهُ إِلَى اللَّهِ ۗ وَمَنْ عَادَ فَأُولَٰئِكَ أَصْحَابُ النَّارِ ۗ هُمْ فِيهَا خَالِدُونَ (٢٧٥) يَمْحَقُ اللَّهُ الرِّبَا وَيُزِيلُ الصَّدَقَاتِ ۗ وَاللَّهُ لَا يُحِبُّ كُلَّ كَفَّارٍ أَثِيمٍ (٢٧٦)

”Orang-orang yang memakan riba' tidak dapat berdiri melainkan seperti berdirinya orang yang kemasukan setan karena gila. Yang demikian itu, karena mereka berkata bahwa jual beli sama dengan riba', padahal Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba'. Barangsiapa mendapat peringatan dari Tuhannya, lalu dia berhenti, Maka apa yang telah diperolehnya dahulu menjadi miliknya, dan urusannya (terserah) kepada Allah. Barangsiapa mengulangi, maka mereka itu penghuni neraka, mereka kekal di dalamnya”.
 “Allah Memusnahkan riba dan menyuburkan sedekah. Allah tidak menyukai setiap orang yang tetap dalam kekafiran dan bergelimang dosa”. (Almumayyaz, 2014: 47).

Fatwa Majelis Ulama Indonesia (MUI) No.1/2004 tentang Bunga (*Interest/Fa'idah*) juga menjelaskan hukum pelarangan *riba'* sebagai berikut :

a. Bunga (*Interest/Fa'idah*) adalah tambahan yang dikenakan dalam transaksi pinjaman uang (*Al-qardh*) yang diperhitungkan dari pokok pinjaman tanpa mempertimbangkan pemanfaatan/hasil pokok tersebut,

berdasarkan tempo waktu, diperhitungkan secara pasti di muka, dan pada umumnya berdasarkan persentase.

- b. Riba adalah tambahan (*ziyadah*) tanpa imbalan yang terjadi karena penangguhan dalam pembayaran yang diperjanjikan sebelumnya, Dan inilah yang disebut riba *nasi'ah*.
- c. Praktek pembunga-an uang saat ini telah memenuhi kriteria *riba'* yang terjadi pada zaman Rasulullah SAW, yakni *riba nasi'ah*. Dengan demikian, praktek pembunga-an uang termasuk salah satu bentuk *riba'*, dan *riba'* haram hukumnya.
- d. Praktek pembunga-an tersebut hukumnya adalah haram, baik dilakukan oleh Bank, Asuransi, Pasar Modal, Pegadaian, Koperasi, dan Lembaga Keuangan lainnya maupun dilakukan oleh individu.

**Tabel 2.1 Perbedaan Bank Syariah Dan Bank Konvensional
(Sumber: Skripsi, Abdurrahman Zain 2017)**

Bank Syariah	Bank Konvensional
melakukan investasi-investasi yang halal saja Berdasarkan prinsip bagi hasil, jual, atau sewa profit dan falah oriented	Investasi yang halal dan haram Memakai perangkat bunga <i>Profit oriented</i>
Hubungan nasabah dalam bentuk kemitraan	Hubungan dengan nasabah dalam bentuk hubungan debitur-debitur
Penghimpunan dan penyaluran dana harus sesuai dengan pengawas syariah	Tidak terdapat dewan sejenis

Selain perbedaan di atas ada beberapa perbedaan lagi diantara bank syariah dan bank konvensional, (Kuncor, 2001) yaitu :

a. Bank Syariah

- 1) Besar kecilnya bagi hasil antara nasabah dan bank, nominal deposito nasabah, rata-rata saldo deposito untuk jangka waktu tertentu yang ada pada bank, jangka waktu deposito karena berpengaruh pada lamanya investasi
- 2) Bank syariah memberi keuntungan kepada deposan dengan pendekatan FDR (*Financing to Deposit Ratio*), yaitu mempertimbangkan rasio antara dana pihak ketiga dengan pembiayaan yang di berikan.
- 3) Dalam perbankan syariah, FDR bukan saja mencerminkan keseimbangan tetapi juga keadilan, karena bank benar-benar membagi hasil riil dari dunia usaha kepada penabung (deposit).

b. Bank Konvensional

- 1) Besar kecilnya bunga yang diperoleh deposan tergantung pada : tingkat bunga yang berlaku, nominal deposito, jangka waktu deposito.
- 2) Semua bunga yang diberikan kepada deposan menjadi beban langsung.
- 3) Tanpa memperhitungkan beberapa pendapatan yang dihasilkan dari dana yang dihimpun.

- 4) Konsekwensinya, bank dapat menanggung biaya bunga pinjaman yang ternyata lebih kecil dibandingkan dengan kewajiban bunga deposit. Hal inilah yang disebut dengan *spread* atau keuntungan negatif (Tamrin, 2011 : 406)

Berikut prinsip-prinsip perbankan syariah Menurut Muhammad (2006:

16) yaitu:

- a. Prinsip *Wadiah* pada dasarnya berarti harta titipan. Dikenal wadiah amanah dimana harta tersebut tidak boleh digunakan oleh pihak yang dititipi dan wadiah dhamanah dimana harta yang dititipi boleh digunakan pihak yang dititipi. Biasanya yang diterapkan dalam bank syariah adalah wadiah diamanah. Bank boleh menggunakan dana ini untuk kepentingannya dengan ijin pemilik yang disetujui dalam akad pembukaan rekening. Dalam sistem ini keuntungan dan kerugian dari penyaluran dana oleh bank menjadi hak milik dan ditanggung oleh bank. Bank harus menjaga keutuhan barang titipan dan harus memberikan kembali uang itu kapanpun diminta oleh pemiliknya. Bank boleh memberikan bonus kepada pemilik dana jika untung namun tidak boleh diperjanjikan dimuka. Produk tabungan dan giro syariah dapat dijalankan dengan prinsip ini.
- b. Bagi Hasil (*Syirkah*) adalah suatu konsep yang meliputi tata cara pembagian hasil usaha antara penyedia dan pengelola dana. Pembagian hasil usaha ini dapat terjadi antara bank dengan penyimpan dana maupun antara bank dengan nasabah penerima

dana. Bentuk produk yang berdasarkan prinsip ini adalah *mudharabah* dan *musyarakah*. Prinsip *Mudharabah* ini dapat digunakan sebagai dasar baik produk pendanaan (tabungan dan deposito) maupun pembiayaan, sedangkan *musyarakah* lebih banyak untuk pembiayaan dan penyertaan.

c. Prinsip Jual Beli (*At-Tijarah*) merupakan suatu konsep yang menerapkan tata cara jual beli, dimana bank akan membeli terlebih dahulu barang yang dibutuhkan atau mengangkat nasabah sebagai agen bank dalam melakukan pembelian barang atas nama bank. Bank menjual barang tersebut kepada nasabah dengan sejumlah harga beli ditambah keuntungan (margin). Implikasinya dapat berupa: *murabahah*, *salam*, dan *istishna'*.

d. Prinsip Sewa (*Al-Ijarah*) secara garis besar terdiri dari dua jenis. Pertama, *ijarah* (sewa murni) seperti halnya penyewaan traktor dan alat-alat produk lainnya. Secara teknik bank dapat membeli dahulu barang yang dibutuhkan oleh nasabah, kemudian barang tersebut disewakan dalam waktu yang telah disepakati oleh nasabah. Kedua, *bai al-takjiri* (Kontrak Sewa) atau *ijarah muntahiya bitamlik* (Kepemilikan Suatu Manfaat/Jasa), yang merupakan penggabungan sewa dan beli dimana penyewa mempunyai hak untuk memiliki barang pada akhir masa sewa.

e. Prinsip Jasa/*Fee* (*Al-Ajr Walumullah*) meliputi seluruh layanan non pembiayaan yang diberikan bank. Bentuk produk yang berdasarkan

prinsip ini antara lain: Bank Garansi, *Kliring, Inkaso(Penagihan Pembayaran)*, Jasa, Transfer dan lain-lain.

3. Produk Perbankan Syariah

Menurut Yudiana (2014: 17) “secara garis besar produk perbankan syariah dapat dibagi menjadi tiga bagian”, yaitu :

a. Penghimpunan Dana (*funding*)

Penghimpunan dana di bank syariah dapat berbentuk giro, tabungan dan deposito. Prinsip operasional syariah yang diterapkan adalah prinsip *Wadi'ah* dan *mudharabah*. *Wadi'ah* yang diterapkan adalah *wadi'ah yad dhamanah* (Akad Penitipan Barang/Uang) yang diterapkan pada produk rekening giro. Berbeda dengan *wadi'ah amanah* yang mempunyai prinsip harta titipan tidak boleh di manfaatkan oleh yang dititipkan. Pada *wadi'ah yad dhamanah* pihak yang dititipi (bank) bertanggung jawab atas keutuhan harta titipan sehingga boleh memanfaatkan harta titipan tersebut. *Mudharabah* disini dimana bank sebagai mudharib (pengelola) dan deposan sebagai shohibul mal (pemilik modal).

b. Penyaluran Dana (*financing*)

Dalam menyalurkan dananya, secara garis besar produk pembiayaan syariah terbagi kedalam empat kategori yang dibedakan kepada tujuan penggunaannya, yakni :

1) Pembiayaan dengan prinsip jual beli

Berdasarkan bentuk pembayarannya dan waktu penyerahan barangnya, dibedakan menjadi pembiayaan *murabahah*,

pembiayaan salam, dan pembiayaan *istishna*'. *Murabahah* disini dimana bank sebagai penjual dan nasabah sebagai pembeli. Harga jual adalah harga beli bank dari pemasok disertai dengan margin yang disepakati. Dalam *murabahah* penyerahan barang dilakukan setelah akad dan pembayaran dapat dilakukan secara cicilan. Salam adalah transaksi jual beli dengan barang yang belum ada. Disini pembayaran dilakukan secara tunai dan penyerahannya dilakukan setelahnya. Disini bank bertindak sebagai pembeli dan nasabah sebagai penjual. *Istishna* merupakan transaksi yang mirip dengan *salam*, akan tetapi pembayaran dapat dilakukan secara cicilan.

2) Pembiayaan dengan prinsip sewa

Prinsip syariah yang digunakan yakni *ijarah* dan *ijarah muntahiya bitamlik*. Pada *ijarah* objek transaksinya adalah jasa. Sedangkan IMBT merupakan sewa yang diikuti pemindahan kepemilikan.

3) Pembiayaan dengan prinsip bagi hasil

Produk pembiayaan syariah yang didasarkan atas prinsip bagi hasil adalah pembiayaan *Musyarakah* dan pembiayaan *mudharabah*. *Musyarakah* disini dimana baik bank dan nasabah sama memberikan kontribusi dengan keuntungan dan kerugian yang ditanggung bersama sesuai kesepakatan. *Mudharabah* dimana salah satu pihak sebagai pemilik modal dan yang satunya lagi sebagai pengelola.

4) Pembiayaan dengan akad pelengkap

Akad pelengkap ini tidak ditujukan untuk mencari keuntungan, tetapi ditujukan untuk mempermudah pelaksanaan pembiayaan. Yang termasuk dalam akad pelengkap ini adalah *Hiwalah* (peralihan utang), *rahn* (gadai), *qardh* (pinjaman uang), *wakalah* (perwakilan), dan *kafalah* (garansi bank).

c. Produk Jasa (*service*)

Bank syariah selain menghimpun dan menyalurkan dana, juga dapat memberikan jasa kepada nasabah dengan mendapatkan imbalan berupa sewa atau keuntungan (Yudiana, 2014: 22). Bentuk produknya antara lain bank garansi, *kliring*, *inkaso*, jasa transfer dan lain sebagainya. Jasa tersebut antara lain :

1) *Sharf* (jual beli valuta asing)

Jual beli mata uang asing yang tidak sejenis namun harus dilakukan pada waktu yang sama (*kurs spot*). Bank dalam hal ini dapat mengambil keuntungan untuk jasa jual beli tersebut.

2) *Ijarah* (sewa)

Menyewakan simpanan (*save deposit box*) dan jasa tata laksana administrasi dokumen. Dalam hal ini bank mendapatkan imbalan sewa dari jasa tersebut.

4. Minat

Dilihat dari segi Bahasa minat berarti “kecenderungan hati yang tinggi terhadap sesuatu; gairah; keinginan (Kamus, 2003) sedangkan Menurut Djali (2008: 121) bahwa minat pada dasarnya merupakan penerimaan akan

sesuatu hubungan antara diri sendiri dengan sesuatu di luar diri. Sardirman mengemukakan bahwa minat merupakan suatu kondisi yang terjadi apabila seseorang melihat sesuatu ciri atau arti yang memiliki hubungan dan keinginan-keinginan atau hubungannya sendiri. Oleh karena itu, apa yang dilihat seseorang sudah tentu akan membangkitkan minatnya sejauh apa yang dilihat itu mempunyai hubungan dengan kepentingannya sendiri. Hal ini menunjukkan, bahwa minat merupakan kecenderungan jiwa seseorang kepada seseorang (biasanya disertai perasaan senang), karena ada kepentingan dengan sesuatu itu. (Mulyana,2013 : 318).

Minat berkaitan dengan perasaan suka atau senang dari seseorang terhadap sesuatu objek. Hal ini seperti dikemukakan oleh Slameto (2003:180) yang menyatakan bahwa minat sebagai suatu rasa lebih suka dan rasa keterikatan pada suatu hal atau aktivitas, tanpa ada yang menyuruh. Minat pada dasarnya adalah penerimaan akan suatu hubungan antara diri sendiri dengan sesuatu di luardiri. Semakin kuat atau dekat hubungan tersebut, semakin besar minat.

a. Faktor –faktor Yang Mempengaruhi Minat

Minat dapat timbul pada diri seseorang melalui proses. Dengan adanya perhatian dan interaksi dengan lingkungan maka minat tersebut dapat berkembang. Banyak faktor yang mempengaruhi minat seseorang akan hal tertentu. Miflen, FJ & Miflen FC, (2003:114) mengemukakan ada dua faktor yang mempengaruhi minat belajar peserta didik, yaitu :

- 1) Faktor dari dalam yaitu sifat pembawaan

- 2) Faktor dari luar, diantaranya adalah keluarga, sekolah dan masyarakat atau lingkungan.

Menurut Shaleh dan Wahab (2004:264) yang menyebutkan bahwa ada tiga faktor yang mendasari timbulnya minat seseorang yaitu :

- 1) Faktor dari dalam diri individu. Kebutuhan inidapat berupa kebutuhan yang berhubungan dengan jasmani dan kejiwaan
- 2) Faktor motif sosial. Timbulnya minat dari seseorang dapat didorong dari motif sosial yaitu kebutuhan untuk mendapatkan penghargaan dan lingkungan dimana mereka berada.
- 3) Faktor emosional. Faktor ini merupakan ukuran intensitas seseorang dalam menaruh perhatian terhadap sesuatu kegiatan atau obyek tertentu

5. Santri

Pesantren menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia berarti, “asrama tempat santri atau tempat murid-murid belajar mengaji.” Akar kata pesantren berasal dari kata “santri” mendapat awalan “pe” dan akhiran “an”, yang berarti tempat para santri menuntut ilmu (Ali Anwar, 2011: 22). Dalam pemakaian sehari-hari, istilah “pesantren” bisa disebut dengan “pondok” saja atau kedua kata ini digabung menjadi “pondok pesantren”. Secara esensial, semua istilah ini mengandung makna yang sama, kecuali sedikit perbedaan. Asrama yang menjadi penginapan santri sehari-hari dapat dipandang sebagai pembeda antara pondok dan pesantren. Sebenarnya penggunaan gabungan kedua istilah tersebut menjadi “pondok pesantren” lebih mengakomodasikan karakter keduanya.

Penyebutan “pondok pesantren” dianggap kurang singkat padat. Selagi pengertiannya dapat diwakili dengan istilah yang lebih singkat, para penulis cenderung meninggalkan istilah yang panjang. “Pesantren” lebih tepat digunakan untuk menggantikan “pondok” dan “pondok pesantren”.

Santri adalah siswa atau murid yang belajar di pesantren. Dalam pemakaian bahasa modern, santri memiliki arti sempit dan arti luas. Dalam pengertian sempit, santri adalah seorang pelajar sekolah agama, sedangkan pengertian yang lebih luas dan umum, santri mengacu pada seorang anggota bagian penduduk jawa yang menganut Islam dengan sungguh-sungguh, rajin shalat, pergi ke masjid pada hari Jum’at dan sebagainya (Ali Anwar, 2011 : 22).

6. Perilaku Konsumen

Perilaku konsumen adalah studi tentang bagaimana individu, kelompok dan organisasi memilih, membeli, menggunakan, dan bagaimana barang, jasa, ide, atau pengalaman untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan mereka (Kotler, 2009 : 166).

a. Tahapan-tahapan

Prasetijo dan Ihalauw (2005 : 5) menyimpulkan bahwa perilaku konsumen merupakan suatu proses yang terdiri dari beberapa tahapan:

- 1) Tahapan perolehan (*acquestition*): mencari (*searching*) dan membeli (*purchasing*).
- 2) Tahap konsumsi (*consumption*): menggunakan (*using*) dan mengevaluasi (*evaluating*)

3) Tahap tindakan pasca beli (*disposition*): apa yang dilakukan konsumen setelah produk itu digunakan atau dikonsumsi.

4) Proses Keputusan Konsumen

Dalam pengambilan keputusan konsumen mempunyai proses yang dapat dilihat dari tahap-tahap sebagai berikut :

b. Menggali kebutuhan

Proses membeli atau mengonsumsi dimulai dengan pengenalan masalah atau kebutuhan. Setiap konsumen memiliki masalah dan kebutuhan yang berbeda-beda sehingga membuat hal tersebut dapat membedakan pengambilan keputusan pada setiap konsumen.

c. Pencarian informasi

Setelah mengenal kebutuhan yang di hadapinya, konsumen akan mencari informasi lebih lanjut atau mungkin tidak, pencarian informasi lebih lanjut berguna untuk konsumen mengetahui produk yang akan di pakai. Informasi bisa diketahui lewat media cetak ataupun online karena pada saat ini teknologi sudah semakin berkembang sehingga dapat memudahkan konsumen untuk mendapatkan informasi suatu produk yang sesuai kebutuhan.

d. Evaluasi Alternatif

Setelah melalui tahap pencarian informasi, konsumen akan menghadapi sejumlah merek yang dapat dipilih. Pemilihan alternative ini dimulai dari suatu proses evaluasi tertentu.

e. Keputusan pembelian

Ini adalah tahap akhir, dalam pengambilan keputusan konsumen membentuk pilihan mereka diantara merek yang tergabung dalam perangkat pilihan. Konsumen mungkin juga membentuk suatu pilihan untuk membeli dan cenderung membeli merek yang disukainya

f. Perilaku pasca pembelian

Setelah memakai suatu produk atau jasa, konsumen akan mengalami beberapa tingkat kepuasan atau ketidakpuasan. Tugas pemasar belum selesai setelah produk dibeli atau jasa digunakan oleh konsumen, namun akan berlangsung hingga periode waktu pasca pembelian. Setelah melakukan pemakaian produk atau jasa konsumen akan menilai apakah produk tersebut memuaskan kebutuhan dengan baik atau tidak, jika konsumen merasa terpuaskan maka kemungkinan besar konsumen akan memakai kembali produk yang telah ia pilih, namun jika konsumen tidak merasa terpuaskan besar kemungkinan untuk konsumen berpindah kepada produk lain yang dianggap lebih mampu memenuhi kebutuhannya. (Kotler, 2002 : 204)

7. Pengetahuan Konsumen

Menurut Sumarwan (2011:147) pengetahuan konsumen merupakan semua informasi yang dimiliki oleh konsumen mengenai berbagai macam produk dan jasa serta pengetahuan lainnya yang terkait dengan produk dan jasa tersebut dan informasi yang berhubungan dengan fungsinya sebagai konsumen. Pengetahuan konsumen akan mempengaruhi keputusan pembelian. Para ahli psikologi kognitif membagi pengetahuan kedalam pengetahuan deklaratif (*declarative knowledge*) dan pengetahuan prosedur

(*procedural knowledge*). Pengetahuan deklaratif adalah fakta subjektif yang diketahui oleh seseorang, arti subjektif adalah pengetahuan seseorang tersebut mungkin tidak selalu harus sesuai dengan realitas yang sebenarnya. Pengetahuan prosedur adalah pengetahuan mengenai bagaimana fakta-fakta tersebut digunakan. Pengetahuan yang dicakup dalam dominan kognitif mempunyai 6 tingkatan (Notoatmodjo, 2003 : 128) yaitu :

1.)Tahu (*Know*)

Tahu diartikan sebagai mengingat suatu materi yang telah dipelajari sebelumnya. Yang termasuk dalam pengetahuan tingkat ini adalah mengingat kembali (*recall*) terhadap suatu yang spesifik dari seluruh bahan yang dipelajari atau rangsangan yang telah diterima. Kata kerja untuk mengukur bahwa tahu tentang apa yang dipelajari antara lain menyebutkan, menguraikan, mendefinisikan, menyatakan dan lain-lain.

2.)Memahami (*Comprehension*)

Memahami diartikan sebagai suatu kemampuan menjelaskan secara benar tentang obyek yang diketahui dan dapat menginterpretasi materi secara benar. Orang yang telah paham tentang suatu obyek atau sebuah materi maka dia harus dapat menjelaskan dan menyebutkannya.

3.)Aplikasi (*Application*)

Aplikasi dapat diartikan sebagai kemampuan untuk menggunakan materi yang telah dipelajari pada situasi dan kondisi riil (sebenarnya). Aplikasi disini dapat pula diartikan dapat penggunaan rumus, metode, prinsip dan sebagainya dalam konteks atau situasi yang lainnya.

4.) Analisis (*Analysis*)

Analisis adalah suatu kemampuan untuk menjabarkan suatu materi atau obyek kedalam komponen-komponen, tetapi masih didalam suatu struktur organisasi tersebut. Kemampuan ini dapat dilihat dari penggunaan kata-kata kerja : dapat menggambarkan, membedakan, memisahkan, mengelompokkan dan lain-lainya.

5.) Sintesis (*Synthesis*)

Sintesis ini menunjuk pada kemampuan untuk meletakkan atau menghubungkan bagian-bagian kedalam bentuk keseluruhan yang baru. Atau dapat diartikan sebagai kemampuan untuk menyusun formulasi baru dari formulasi-formulasi yang ada.

6.) Evaluasi (*Evaluation*)

Evaluasi disini berkaitan dengan kemampuan untuk melakukan penilaian terhadap suatu materi atau obyek.

8. Literasi Keuangan

Literasi keuangan telah dipelajari di berbagai bidang, termasuk tentang perilaku konsumen. Literasi biasanya berhubungan dengan pengetahuan, dan itu menunjukkan pengetahuan dari salah satu elemen yang dapat mempengaruhi dalam berbagai hal kepada perilaku seseorang.

OJK (2014) mendefinisikan literasi keuangan sebagai rangkaian proses atau aktivitas untuk meningkatkan pengetahuan (*Knowledge*), Keyakinan (*competence*), dan Keterampilan (*Skill*) konsumen dan masyarakat luas sehingga mereka mampu mengelola keuangan dengan baik.

Literasi keuangan adalah rangkaian proses atau aktivitas untuk meningkatkan pengetahuan (*knowledge*), keyakinan (*confidence*), keterampilan (*skill*) konsumen dan masyarakat luas sehingga mereka mampu mengelola keuangannya dengan lebih baik.

Literasi keuangan syariah didefinisikan sebagai kemampuan seseorang untuk menggunakan pengetahuan keuangan, keterampilan dan sikap dalam mengelola sumberdaya keuangan menurut ajaran Islam (Yulianto, 2018 : 8).

B. Tinjauan Pustaka

Pengetahuan tentang perbankan syariah merupakan sesuatu yang dapat mendorong masyarakat memiliki minat untuk memilih produk di perbankan syariah. Pengetahuan yang dimaksud disini adalah pengetahuan tentang instansi perbankan syariah, pengetahuan tentang prinsip-prinsip perbankan syariah, pengetahuan tentang produk-produk perbankan syariah. Hal ini membuat penulis tertarik untuk meneliti bagaimana pengaruh pengetahuan tentang perbankan syariah terhadap minat santri terhadap produk perbankan syariah karena melihat santri lebih banyak belajar mengenai ilmu agama yang diajarkan di pondok pesantren.. Sebelumnya sudah ada beberapa penelitian terdahulu yang meneliti berkaitan dengan pengaruh pengetahuan tentang perbankan syariah terhadap minat santri terhadap produk perbankan syariah. Tapi tetap ada perbedaan , perbedaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu terletak pada variabel dan Studi Pada. Berikut daftar penelitian terdahulu yang dapat menjelaskan perbedaannya :

Tabel 2.2
Penelitian Sebelumnya

No	Nama	Judul	Hasil	Perbedaan
1	Anita Rahmawaty (2014)	Pengaruh Persepsi Tentang Bank Syariah Terhadap Minat Menggunakan Produk Di BNI Syariah Semarang	Persepsi tentang bunga bank berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap minat menggunakan produk bank syariah. Kedua, persepsi tentang sistem bagi hasil berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap minat menggunakan produk bank syariah. Ketiga, persepsi tentang produk bank syariah tidak berpengaruh terhadap minat menggunakan produk bank syariah.	Penelitian ini menggunakan variabel yang berbeda dengan penelitian Rahmawaty (2014), variabel yang digunakan yaitu adalah pengetahuan tentang definisi, prinsip-prinsip, produk- produk perbankan syariah dan minat santri

2	Nurina Najwati (2014)	Analisis Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Minat Karyawan Dalam Menggunakan Produk Penghimpunan Dana Perbankan Syariah (Studi Pada PT. Aseli Dagadu Djogja)	Variabel Pengetahuan Perbankan Syariah, Produk-produk dan Prinsip-prinsip berpengaruh positif terhadap minat karyawan dalam menggunakan produk penghimpunan dana perbankan syariah	Penelitian ini menggunakan Studi Pada yang berbeda dengan penelitian Najwati (2014), Studi Pada yang digunakan yaitu Ponpes Hasyim Asy'ari Bangsri
3	Taufiqurahman (2014)	Pengaruh Pengetahuan Santri Tentang Perbankan Syariah Terhadap Minat Memilih Produk Bank Syariah (Studi Pada Santri Pondok Pesantren Bidayatussalikin Sleman Yogyakarta)	Minat santri dipengaruhi secara bersama-sama oleh pengetahuan tentang perbankan syariah, pengetahuan prinsip-prinsip perbankan syariah dan pengetahuan produk-produk perbankan syariah	Penelitian ini menggunakan Studi Pada yang berbeda dengan penelitian Taufiqurahman (2014), Studi Pada yang digunakan yaitu Ponpes Hasyim Asy'ari Bangsri. Selain itu, variabel yang digunakan berbeda, yaitu penelitian Taufiqurahman (2014) menambahkan variabel lokasi sebagai variabel bebas.
4	Yulizar Djamaludin Sanrego(2014)	Preferensi Masyarakat Pesantren Terhadap Bank Syariah (Studi Pada DKI Jakarta)	Dari hasil analisis yang dilakukan diketahui bahwa pengetahuan dan akses sangat berpengaruh positif terhadap	Penelitian ini menggunakan Studi Pada yang berbeda dengan penelitian Sanrego(2014), Studi Pada yang

			masyarakat pesantren.	digunakan yaitu Ponpes Hasyim Asy'ari Bangsri. Selain itu, variabel yang digunakan berbeda, yaitu penelitian Sanrego(2014) menambahkan variabel pendidikan, penghasilan, akses, profesionalitas, fasilitas, popularitas, dan bunga bank sebagai variabel bebas.
5	Abdurahman Zain(2017)	Pengaruh Pengetahuan Santri Tentang Perbankan Syariah Terhadap Minat Memilih Produk Bank Syariah (Studi Pada Santri Pondok Pesantren Modern Ummul Quro Al-Islami)	Pengetahuan santri tentang perbankan syariah berpengaruh signifikan terhadap Minat Memilih Produk Bank Syariah	Penelitian ini menggunakan Studi Pada yang berbeda dengan penelitian Zain(2017), Studi Pada yang digunakan yaitu Ponpes Hasyim Asy'ari Bangsri.

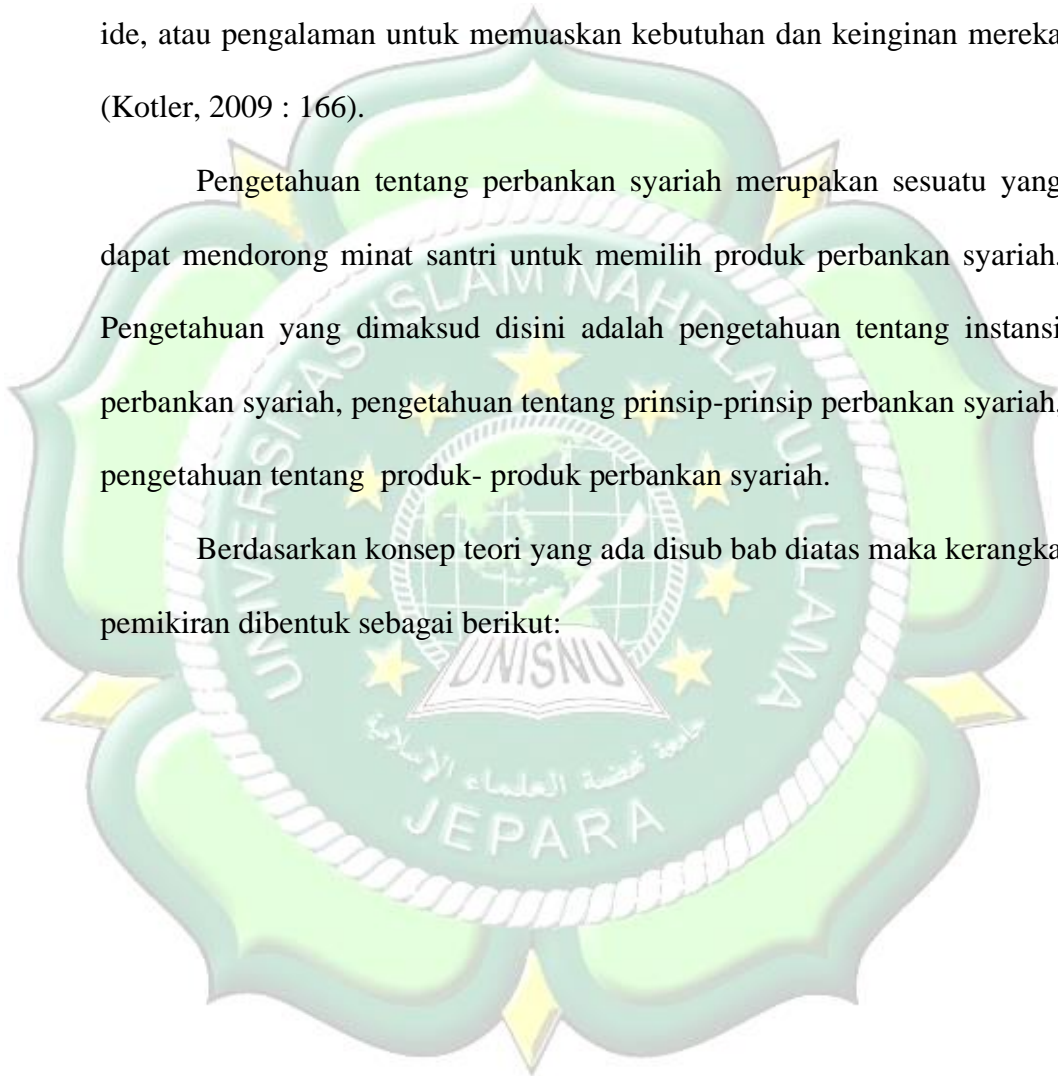
C. Kerangka Pemikiran

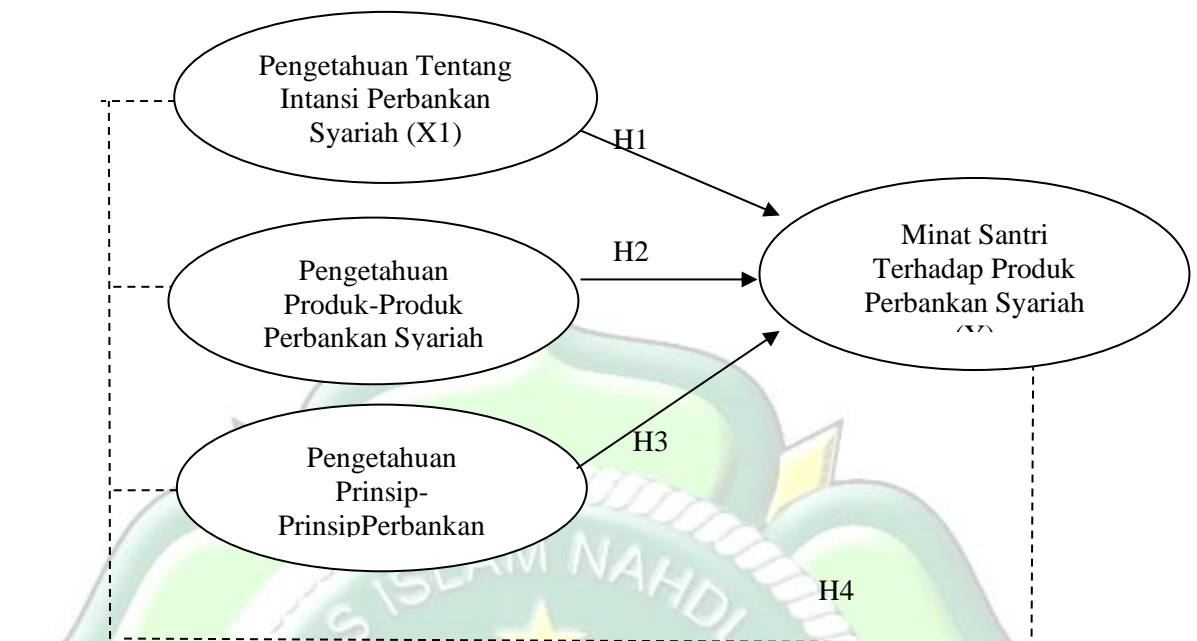
Menurut Sumarwan (2011:147) pengetahuan konsumen merupakan semua informasi yang dimiliki oleh konsumen mengenai berbagai macam produk dan jasa serta pengetahuan lainnya yang terkait dengan produk dan jasa tersebut dan informasi yang berhubungan dengan fungsinya sebagai konsumen. Pengetahuan konsumen akan mempengaruhi keputusan

konsumen dalam memilih suatu produk. Minat merupakan kecenderungan jiwa seseorang kepada seseorang (biasanya disertai perasaan senang), karena ada kepentingan dengan sesuatu itu. (Mulyana, 2013 : 318). Perilaku konsumen adalah studi tentang bagaimana individu, kelompok dan organisasi memilih, membeli, menggunakan, dan bagaimana barang, jasa, ide, atau pengalaman untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan mereka (Kotler, 2009 : 166).

Pengetahuan tentang perbankan syariah merupakan sesuatu yang dapat mendorong minat santri untuk memilih produk perbankan syariah. Pengetahuan yang dimaksud disini adalah pengetahuan tentang instansi perbankan syariah, pengetahuan tentang prinsip-prinsip perbankan syariah, pengetahuan tentang produk- produk perbankan syariah.

Berdasarkan konsep teori yang ada disub bab diatas maka kerangka pemikiran dibentuk sebagai berikut:





Gambar 2.1
Kerangka Berfikir

Keterangan :
 —————> : Parsial (Keseluruhan)
 - - - - -> : Simultan (Secara bersamaan)

D. Hipotesis Penelitian

Hipotesis adalah pernyataan yang masih lemah kebenarannya dan masih perlu dibuktikan kenyataannya (Hadi, 2015 : 224). Menurut Saerozi (2008: 16) penelitian kuantitatif biasanya mengajukan hipotesis sebagai jawaban sementara terhadap pertanyaan penelitian yang akan dibuktikan secara empirik. Sedangkan suatu hipotesis dianggap baik apabila menyatakan keterkaitan antara dua variabel atau lebih, dirumuskan dalam bentuk kalimat pernyataan, dirumuskan secara singkat padat dan jelas serta dapat diuji secara empiris. Ada dua hipotesis dalam penelitian: pertama, hipotesis kerja atau hipotesis alternatif (H_a), hipotesis kerja menyatakan

adanya hubungan antara variabel bebas (X) dan variabel terikat (Y), atau adanya perbedaan antara dua kelompok. Kedua, hipotesis nol (H_0), hipotesa nol menyatakan tidak adanya pengaruh variabel bebas (X) terhadap variabel terikat(Y).

Pengetahuan tentang perbankan syariah merupakan sesuatu yang dapat mendorong minat untuk memilih produk di perbankan syariah. Pengetahuan yang dimaksud disini adalah pengetahuan tentang instansi perbankan syariah, pengetahuan tentang prinsip-prinsip perbankan syariah, pengetahuan tentang produk-produk perbankan syariah. Pengujian hipotesis dilakukan untuk menjawab rumusan masalah, yaitu menguji apakah pengetahuan santri tentang instansi bank syariah, pengetahuan produk-produk perbankan syariah, dan prinsip-prinsip perbankan syariah berpengaruh terhadap minat santri terhadap produk perbankan syariah. Berdasarkan kerangka berfikir teoritis dan hasil penemuan dalam penelitian ini diajukan hipotesis penelitian sebagai berikut:

1. Pengaruh pengetahuan santri tentang instansi bank syariah, terhadap minat santri terhadap produk perbankan syariah.

Pengetahuan tentang sebuah instansi perbankan penting bagi konsumen untuk menentukan pilihan menggunakan jasa perbankan tersebut atau tidak. Pengetahuan instansi disini meliputi nama, lokasi, sistem operasional, serta keunggulan produk yang ditawarkan. Sehingga pengetahuan mengenai instansi perbankan syariah akan berpengaruh terhadap minat santri dalam memilih produk perbankan syariah.

Penelitian Noor dan Sanrego (2014) mengatakan bahwa pengetahuan tentang instansi perbankan syariah berpengaruh signifikan terhadap minat masyarakat pesantren sehingga pengetahuan mempengaruhi minat santri untuk memilih produk bank syariah. Hipotesis penelitian ini adalah:

Ho = Pengetahuan santri tentang instansi perbankan syariah tidak berpengaruh signifikan terhadap minat memilih produk bank syariah

H1 = Pengetahuan santri tentang instansi perbankan syariah berpengaruh signifikan terhadap minat memilih produk bank syariah.

2. Pengaruh pengetahuan santri tentang prinsip-prinsip bank syariah, terhadap minat santri terhadap produk perbankan syariah.

Santri adalah seseorang yang mempelajari ilmu agama, fiqh dan bermuamalah dengan sesuai aturan-aturan dalam islam, termasuk dalam memilih produk perbankan. Pengetahuan mengenai prinsip perbankan syariah yang tidak menggunakan bunga bank atau *riba* dapat mendorong santri untuk memilih produk perbankan syariah karena sesuai dengan syariat islam.

Penelitian Taufiqurrohman (2014) mengatakan pengetahuan prinsip-prinsip perbankan syariah berpengaruh secara signifikan terhadap minat santri terhadap perbankan syariah. Hipotesis penelitian ini adalah:

Ho = Pengetahuan santri tentang prinsip-prinsip perbankan syariah tidak berpengaruh signifikan terhadap minat memilih produk bank syariah

H2 = Pengetahuan santri tentang prinsip-prinsip perbankan syariah berpengaruh signifikan terhadap minat memilih produk bank syariah.

3. Pengaruh pengetahuan santri tentang produk-produk perbankan syariah, terhadap minat santri terhadap produk perbankan syariah.

Seorang konsumen sebelum menentukan memilih suatu produk perlu mengetahui informasi mengenai produk-produk yang akan dipilihnya, termasuk para santri. Adanya berbagai promosi dari Bank Syariah dapat meningkatkan pengetahuan konsumen mengenai apa saja produk dari bank syariah. Seorang santri yang mempelajari ilmu agama akan cenderung memilih menggunakan jasa perbankan yang sesuai dengan syariat islam, yaitu tidak menggunakan *riba*. Sehingga adanya pengetahuan tentang produk-produk perbankan syariah dapat mempengaruhi minat santri dalam memilih produk perbankan syariah.

Penelitian Najwati (2014) mengatakan variabel Produk-produk perbankan syariah dan berpengaruh signifikan terhadap minat karyawan dalam menggunakan produk penghimpunan dana perbankan syariah. Hipotesis penelitian ini adalah:

Ho = Pengetahuan santri tentang produk-produk perbankan syariah tidak berpengaruh signifikan terhadap minat memilih produk bank syariah

H3 = Pengetahuan santri tentang produk-produk perbankan syariah berpengaruh signifikan terhadap minat memilih produk bank syariah

4. Pengetahuan santri tentang instansi bank syariah, pengetahuan produk-produk perbankan syariah, dan prinsip-prinsip perbankan syariah secara bersama-sama (simultan) berpengaruh terhadap minat santri terhadap produk perbankan syariah.

Salah satu faktor yang mempengaruhi seseorang dalam memilih sesuatu adalah adanya pengetahuan. Santri adalah seseorang yang belajar ilmu pengetahuan agama Islam yang tidak memperbolehkan *riba* dalam transaksi keuangan. Pengetahuan santri mengenai instansi, prinsip-prinsip serta produk-produk perbankan syariah yang berlandaskan syariah Islam dapat meningkatkan minat santri dalam memilih produk perbankan syariah.

Penelitian Zain (2017) mengatakan bahwa pengetahuan santri tentang instansi bank syariah, pengetahuan produk-produk perbankan syariah, dan prinsip-prinsip perbankan syariah secara simultan berpengaruh signifikan terhadap minat memilih produk bank syariah.

Ho = Pengetahuan santri instansi bank syariah, pengetahuan produk-produk perbankan syariah, dan prinsip-prinsip perbankan syariah secara bersama-sama (simultan) tidak berpengaruh signifikan terhadap minat memilih produk bank syariah

H4 = Pengetahuan santri instansi bank syariah, pengetahuan produk-produk perbankan syariah, dan prinsip-prinsip perbankan syariah secara bersama-sama (simultan) berpengaruh signifikan terhadap minat memilih produk bank syariah

