

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Bank Syariah

Kosa kata *syari'ah* dalam bahasa Arab memiliki arti jalan yang ditempuh atau garis yang seharusnya dilalui. Dari sisi terminologi, *syari'ah* bermakna pokok-pokok aturan hukum yang digariskan oleh Allah SWT untuk dipatuhi dan dilalui oleh seorang muslim dalam menjalani segala aktivitas hidupnya (ibadah) di dunia. Semua aktivitas kehidupan seperti bekerja, memasak, makan, belajar, sholat dan lain sebagainya adalah merupakan ibadah sepanjang diniatkan untuk mencari ridha Allah.¹

Bank syari'ah terdiri atas dua kata, yaitu bank, dan syari'ah. Kata bank bermakna suatu lembaga keuangan yang berfungsi sebagai perantara keuangan dari dua pihak, yaitu pihak yang berkelebihan dana dan pihak yang kekurangan dana. Kata syari'ah dalam versi bank syar'iah di Indonesia adalah aturan perjanjian berdasarkan yang dilakukan oleh pihak bank dan pihak lain untuk penyimpanan dana dan atau pembiayaan kegiatan usaha dan kegiatan lainnya sesuai dengan hukum Islam.

Penggabungan kedua kata dimaksud, menjadi “bank syari'ah“. Bank syari'ah adalah suatu lembaga keuangan yang berfungsi sebagai perantara bagi pihak yang berkelebihan dana dengan pihak yang kekurangan dana untuk kegiatan

¹ Sri Nurhayati dan Wasilah, *Akuntansi Syariah di Indonesia*, Jakarta : Salemba Empat, 2011, Eds 2, hlm 14.

usaha dan kegiatan lainnya sesuai dengan hukum Islam.² Selain itu, bank syari'ah bisa disebut *Islamic banking* atau *interest free banking*, yaitu bank yang pengoperasiannya disesuaikan dengan prinsip syariat Islam. Menolak adanya bunga (riba), melarang *gharar* (ketidakpastian, risiko, spekulasi), dan fokus pada kegiatan-kegiatan yang *halal* (yang diizinkan oleh agama).³

Bank Syari'ah merupakan salah satu instrumen yang digunakan untuk menegakkan aturan-aturan ekonomi Islami.⁴ Bank Islam merupakan lembaga keuangan yang melaksanakan tujuan dan mengimplementasikan prinsip ekonomi dan keuangan Islam dalam lingkup perbankan.⁵

2.1.1 Perbedaan Antara Bank Islam dan Bank Konvensional

Perbedaan antara bank Islam dan bank konvensional disajikan dalam tabel berikut.⁶

Karakteristik	Sistem Bank Islam	Sistem Bank Konvensional
Kerangka Bisnis	Fungsi dan operasi didasarkan pada hukum syari'ah. Bank harus yakin bahwa semua aktivitas bisnis adalah sesuai	Fungsi dan operasi didasarkan pada prinsip sekuler dan tidak didasarkan pada hukum atau aturan

² Ali Zainuddin, *Hukum Perbankan Syariah*, Jakarta : Sinar Grafika, 2008, Eds 1, hlm. 1.

³ Veithzal Rivai dan Arviyan Arifin, *Islamic Banking*, Jakarta : PT Bumi Aksara, 2010, Cet. 1, hlm. 31-32.

⁴ Muhammad, *Prinsip-prinsip Akuntansi dalam Al-Qur'an*, Yogyakarta : UII Press, 2009, Cet. 1, hlm. 2.

⁵ Veithzal Rivai, dkk, *Islamic Banking and Finance*, Yogyakarta : BPFE, Eds. 1, 2012, hlm. 1.

⁶Veithzal Rivai dan Arviyan Arifin, *op. cit.*, hlm. 39-40.

Karakteristik	Sistem Bank Islam	Sistem Bank Konvensional
	dengan tuntutan syari'ah.	suatu agama.
Melarang bunga dalam pembiayaan	Pembiayaan tidak berorientasi pada bunga dan didasarkan pada prinsip pembelian dan penjualan asset, di mana harga pembelian termasuk profit margin dan bersifat tetap dari semula.	Pembiayaan berorientasi pada bunga dan ada bunga tetap atau bergerak yang dikenakan kepada orang yang menggunakan uang.
Melarang bunga pada penyimpanan	Penyimpanan tidak berorientasi pada bunga tetapi pembagian keuntungan atau kerugian di mana investor dibagi persentase keuntungan yang tetap ketika hal itu terjadi. Bank memperoleh kembali hanya dari bagian keuntungan atau kerugian dari bisnis yang diambil bagian selama periode aktivitas dari usaha tersebut.	Nasabah berorientasi pada bunga dan investor diyakinkan untuk menentukan dari semula tingkat bunga dengan jaminan pembayaran kembali pokok pembayaran.
Pembagian pembiayaan dan risiko yang sama	Bank menawarkan kesamaan pembiayaan untuk suatu usaha atau proyek. Kerugian dibagi	Tidak secara umum menawarkan tapi memungkinkan untuk perusahaan modal

Karakteristik	Sistem Bank Islam	Sistem Bank Konvensional
	berdasarkan persentase bagian yang disertakan, sedangkan keuntungan berdasarkan persentase yang sudah ditentukan diawal.	<i>venture</i> dan <i>investment banks</i> . Umumnya mengambil bagian dalam manajemen.
<i>Restrictions</i> (Pembatasan)	Bank Islam dibatasi untuk mengambil bagian dari aktivitas ekonomi yang sesuai dengan syariah.	Tidak ada pembatasan.
Zakat	Bank tidak boleh membiayai bisnis yang terlibat dalam perjudian dan penjualan minuman keras. Dalam sistem bank Islam yang modern, salah satu fungsinya adalah mengumpulkan dan mendistribusikan zakat.	Tidak berhubungan dengan zakat.
<i>Penalty on Default</i>	Tidak mengenakan tambahan uang dari kegagalan membayar. Catatan: beberapa negara muslim mengizinkan mengumpulkan biaya <i>penalty</i> dan dibenarkan sebagai biaya yang terjadi	Biaya dikenakan tambahan biaya (dihitung dari tingkat bunga) pada kasus kegagalan membayar.

Karakteristik	Sistem Bank Islam	Sistem Bank Konvensional
	atas pengumpulan pinalti biasanya satu persen dari jumlah cicilan.	
<i>Melarang Gharar</i>	Transaksi dari kegiatan yang mengandung unsur perjudian dan spekulasi sangat dilarang. Contoh: transaksi <i>derivative</i> dilarang karena mengandung spekulasi.	Perdagangan dan perjanjian dari segala jenis <i>derivative</i> atau yang mengandung unsur spekulasi diizinkan.
<i>Customer Relations</i>	Status bank dalam berelasi dengan <i>clients</i> sebagai <i>partner/investor</i> dan <i>entrepreneur/pengusaha</i> .	Status bank dalam berelasi dengan <i>client</i> sebagai kreditor dan debitor
<i>Syari'ah Supervisory Board</i>	Setiap bank harus memiliki <i>syari'ah supervisory board</i> untuk meyakinkan bahwa semua aktivitas bisnis adalah sejalan dengan tuntutan syari'ah	Tidak dibutuhkan permintaan ini.
<i>Statutory Requirement</i>	Bank harus memenuhi persyaratan dari Bank Negara Malaysia dan juga <i>guidelines</i> syari'ah.	Harus memenuhi persyaratan dari Bank Negara Malaysia saja.

2.2 Investasi

Istilah investasi berasal dari bahasa Latin, yaitu *investire* (memakai).⁷ Investasi adalah kegiatan usaha yang mengandung risiko karena berhadapan dengan unsur ketidakpastian sehingga perolehan kembalinya (*return*) tidak pasti dan tidak tetap.⁸ Dalam kamus istilah pasar modal keuangan tentang investasi diartikan sebagai penanaman uang atau modal dalam suatu perusahaan atau proyek untuk tujuan memperoleh keuntungan.⁹ Investasi dapat didefinisikan sebagai bentuk pengelolaan dana guna memberikan keuntungan dengan cara menempatkan dana pada alokasi yang diperkirakan akan memberikan tambahan keuntungan atau *coumpounding*.¹⁰

Investasi mempunyai definisi yaitu konsumsi yang ditunda sementara waktu dan akan dikonsumsi lebih besar di masa mendatang. Artinya, satu pihak baik perorangan maupun lembaga akan menunda konsumsinya dan membeli instrumen investasi, dan kemudian menjual instrumen investasi dengan adanya tambahan yang dikenal dengan dengan tingkat bunga/ *capital gain*/ dividen.¹¹ Kata investasi merupakan kata adopsi dari bahasa Inggris, yaitu *investment*. Kata *invest* sebagai kata dasar dari *investment* memiliki arti menanam. Dalam Kamus Lengkap Ekonomi, investasi didefinisikan sebagai penukaran uang dengan

⁷ Salim dan Sutrisno Budi, *Hukum Investasi di Indonesia*, Jakarta : Rajawali Pers, 2008, Eds 1, hlm. 31.

⁸ Karnaen A.Perwataatmadja dan Muhammad Syafi'i Antonio, *Apa Dan Bagaimana Bank Islam*, Yogyakarta : Dana Bhakti Wakaf, 1992, hlm. 6.

⁹ Zainal Arifin, *Dasar-dasar Manajemen Bank Syariah*, Jakarta : Alfabet, 2003, hlm. 7.

¹⁰ Irham Fahmi, *Analisis Investasi dalam Perspektif Ekonomi dan Politik*, Bandung : PT Refika Aditama, 2006, Cet. 1, hlm. 2.

¹¹ Adler Haymans Manurung, *Ke Mana Investasi? Kiat dan Panduan Investasi Keuangan di Indonesia*, Jakarta : Kompas, 2006, hlm. 17.

bentuk-bentuk kekayaan lain seperti saham atau harta tidak bergerak yang diharapkan dapat ditahan selama periode waktu tertentu supaya menghasilkan pendapatan. Sedangkan pendapat lainnya, investasi diartikan sebagai komitmen atas sejumlah dana atau sumber daya lainnya yang dilakukan pada saat ini, dengan tujuan memperoleh sejumlah keuntungan di masa datang. Jadi pada dasarnya sama yaitu penempatan sejumlah kekayaan untuk mendapatkan keuntungan di masa yang akan datang.¹² Undang-undang tentang penanaman investasi di Indonesia saat ini adalah Undang-Undang Nomor 25 tahun 2007. Undang-undang ini terdiri atas 14 bab dan 40 pasal.¹³

2.2.1 Investasi Syari'ah

Investasi syari'ah tidak melulu membicarakan persoalan duniawi sebagaimana yang dikemukakan para ekonom sekuler. Ada unsur lain yang sangat menentukan berhasil tidaknya suatu investasi di masa depan, yaitu ketentuan dan kehendak Allah. Islam memadukan antara dimensi dunia dan akhirat.

Islam memandang semua perbuatan manusia dalam kehidupan sehari-harinya, termasuk aktivitas ekonominya sebagai investasi yang akan mendapatkan hasil (*return*). Investasi yang melanggar syari'ah akan mendapat balasan yang setimpal, begitu pula investasi yang sesuai dengan syari'ah. *Return* investasi dalam Islam sesuai dengan besarnya sumber

¹² Nurul Huda dan Mustafa Edwin Nasution, *Investasi Pada Pasar Modal Syariah*, Jakarta:Kencana,2008, Cet. Ke 2, hlm. 7.

¹³ Salim dan Budi Sutrisno, *Hukum Investasi Di Indonesia*, Jakarta : PT Raja Grafindo Persada, 2008, hlm. 18.

daya yang dikorbankan. Hasil yang akan didapatkan manusia dari investasinya di dunia bisa berlipat-lipat ganda.

Investasi Islam adalah pengorbanan sumber daya pada masa sekarang untuk mendapatkan hasil yang pasti, dengan harapan memperoleh hasil yang lebih besar di masa yang akan datang, baik langsung maupun tidak langsung seraya tetap berpijak pada prinsip-prinsip syariah secara menyeluruh (*kaffah*). Selain itu, semua bentuk investasi dilakukan dalam rangka ibadah kepada Allah untuk mencapai kebahagiaan lahir batin di dunia dan akhirat baik bagi generasi sekarang maupun generasi yang akan datang.¹⁴

Prof. Dr. H. Amiur Nuruddin, Guru Besar Ekonomi Islam, menuturkan dalam ekonomi syariah, investasi merupakan kegiatan muamalah yang sangat dianjurkan, karena dengan berinvestasi, maka harta yang dimiliki menjadi produktif dan mendatangkan manfaat bagi pertumbuhan ekonomi dan masyarakat secara luas.¹⁵ Fatwa Dewan Syariah Nasional nomor 20/DSN MUI/IV/2001 tentang pedoman pelaksanaan investasi, pada bab IV yang membahas pemilihan dan pelaksanaan. Pasal 7 yang berisi tentang investasi hanya dapat dilakukan

¹⁴ HR, Muhammad Nafik, *Bursa Efek dan Investasi Syariah*, Jakarta : PT Serambi Ilmu Semesta, 2009, Cet. 1, hlm. 69-70.

¹⁵ <http://medan.tribunnews.com/2013/12/03/investasi-syariah-hidup-tenang-dan-tetap-menguntungkan>, jam 13:55 WIB.

pada instrument keuangan yang sesuai dengan Syariah Islam. Sedangkan untuk jenis transaksi yang dilarang diatur dalam pasal 9.¹⁶

Dalam berinvestasi pun Allah SWT dan Rasul-Nya memberikan petunjuk dan rambu-rambu pokok yang diikuti oleh setiap muslim yang beriman. Diantara rambu-rambu tersebut adalah sebagai berikut:

1) Terbebas dari unsur riba

Riba secara bahasa bermakna tumbuh dan bertambah. Sedangkan secara istilah riba berarti pengambilan tambahan dari harta pokok atau modal secara batil. Riba dalam bahasa Inggris disebut *usury*, yang intinya adalah pengambilan bunga atas pinjaman uang yang berlebihan, sehingga cenderung mengarah kepada eksploitasi atau pemerasan. Lebih lanjut riba dalam Al-Qur'an diartikan sebagai setiap penambahan yang diambil tanpa adanya satu transaksi pengganti atau penyeimbang yang dibenarkan oleh syariah. Yang dimaksud transaksi pengganti atau penyeimbang, yaitu transaksi bisnis atau komersil yang melegitimasi adanya penambahan secara adil, seperti melalui transaksi jual-beli, sewa-menyewa atau bagi hasil.¹⁷ Allah berfirman :

¹⁶ Ahmad Ifham Sholihin, *Pedoman Umum Lembaga Keuangan Syari'ah*, Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama, 2010, hlm. 312-313.

¹⁷ Abdul Ghofur Anshori, *Perbankan Syariah Di Indonesia*, Yogyakarta : Gadjah Mada University Press, 2009, Cet. Ke 2, hlm. 12.

يَتَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا الرِّبَا أَضْعَافًا مُضَاعَفَةً ۖ وَاتَّقُوا اللَّهَ لَعَلَّكُمْ

تُفْلِحُونَ ﴿١٣٠﴾

Arinya: “Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu memakan riba dengan berlipat ganda dan bertakwalah kamu kepada Allah supaya kamu mendapat keberuntungan” (Qs. Ali Imron [3]: 130)

2) Terhindar dari unsur *gharar*

Gharar dalam bahasa Arab memiliki terjemah risiko, kadang juga merujuk pada ketidakpastian (*uncertainty*).¹⁸ *Gharar* secara etimologi bermakna kekhawatiran atau resiko, dan *gharar* berarti juga menghadapi suatu kecelakaan, kerugian, dan atau kebinasaan. Allah berfirman :

وَلَا تَقْرَبُوا مَالَ الْيَتِيمِ إِلَّا بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ حَتَّىٰ يَبْلُغَ أَشُدَّهُ ۗ وَأَوْفُوا بِالْكَيْلِ

وَالْمِيزَانَ بِالْقِسْطِ ۖ لَا تَكْلِفُ نَفْسًا إِلَّا وُسْعَهَا ۗ وَإِذَا قُلْتُمْ فَاعْدِلُوا وَلَوْ كَانَ ذَا

قُرْبَىٰ ۖ وَبِعَهْدِ اللَّهِ أَوْفُوا ۗ ذَٰلِكُمْ وَصَّيْنَاكُمْ بِهِ لَعَلَّكُمْ تَتَذَكَّرُونَ ﴿١٥٢﴾

Artinya: “Dan janganlah kamu dekati harta anak yatim, kecuali dengan cara yang lebih bermanfaat, hingga sampai ia dewasa. Dan sempurnakanlah takaran dan timbangan dengan adil. Kami tidak memikulkan beban kepada seseorang melainkan sekedar kesanggupannya. Dan apabila kamu berkata, maka hendaklah kamu berlaku adil, kendatipun ia adalah kerabat(mu), dan penuhilah

¹⁸ Iggi H Achsien, *Investasi Syariah di Pasar Modal Menggagas konsep dan Praktek Portofolio Syariah*, Jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama, 2000, Cet. 1, hlm. 50.

janji Allah. Yang demikian itu diperintahkan Allah kepadamu agar kamu ingat” (al-An’am 152)

3) Terhindar dari unsur judi (*maysir*)

Maysir secara etimologi bermakna mudah. *Maysir* merupakan bentuk obyek yang diartikan sebagai tempat untuk memudahkan sesuatu.¹⁹ *Maysir* secara harfiah berarti memperoleh sesuatu dengan sangat mudah tanpa kerja keras atau mendapat keuntungan tanpa kerja.²⁰ Allah SWT dan Rasulullah SAW telah melarang segala jenis perjudian, hal tersebut tertuang dalam Al-Qur’an Surat al-Maidah ayat 90:

يٰۤاَيُّهَا الَّذِيْنَ ءَامَنُوْا اِنَّمَا الْخَمْرُ وَالْمَيْسِرُ وَالْاَنْصَابُ وَالْاَزْلَامُ رِجْسٌ مِّنْ عَمَلٍ
الشَّيْطٰنِ فَاَجْتَنِبُوْهُ لَعَلَّكُمْ تُفْلِحُوْنَ ﴿٩٠﴾

Artinya: “Hai orang-orang yang beriman, sesungguhnya (meminum) khamar, berjudi, (berkorban untuk) berhala, mengundi nasib dengan panah, adalah termasuk perbuatan syaitan. Maka jauhilah perbuatan-perbuatan itu agar kamu mendapat keberuntungan.” (al-Maidah ayat 90)

4) Terhindar dari unsur haram

Investasi yang dilakukan oleh seorang investor muslim diharuskan terhindar dari unsur haram. Sesuatu yang haram merupakan segala sesuatu yang dilarang oleh Allah SWT dan Rasul-Nya SAW. Secara garis besar sesuatu yang haram dikategorikan menjadi dua:

¹⁹ Nurul Huda dan Mohamad Heykal, *Lembaga Keuangan Islam Tinjauan Teoretis dan Praktis*, Jakarta : Kencana, 2010, Cet. Ke-1, hlm. 192-193.

²⁰ Veithzal Rivai, *Islamic Banking*, Jakarta : Bumi Aksara, 2010, Cet. 1, hlm. 179

pertama, haram secara zatnya dan yang kedua, haram karena proses yang ditempuh dalam memperoleh sesuatu.

5) Terhindar dari unsur *syubhat*

Syubhat berarti samara tau tidak jelas.²¹ Kata *syubhat* berasal berarti mirip, serupa, semisal, dan bercampur. Seorang investor muslim disarankan menjauhi aktivitas investasi yang beraroma *syubhat*, karena jika hal tersebut tetap dilakukan maka pada hakekatnya telah terjerumus pada suatu yang haram.²²

2.2.2 Prinsip Ekonomi Islam dalam Investasi

Prinsip-prinsip Islam dalam muamalah yang harus diperhatikan oleh pelaku investasi syariah (pihak terkait) adalah

- a. Tidak mencari rizki pada hal yang haram, baik dari segi zatnya maupun cara mendapatkannya, serta tidak menggunakannya untuk hal-hal yang haram.
- b. Tidak mendzalimi dan tidak didzalimi.
- c. Keadilan pendistribusian kemakmuran.
- d. Transaksi dilakukan atas dasar ridha sama ridha.
- e. Tidak ada unsur riba, *maysir* (perjudian), dan *gharar* (ketidak jelasan atau samar-samar).

2.2.3 Etika dalam Investasi Syariah

²¹ Ahmad Ifham Sholihin, *Buku Pintar Ekonomi Syari'ah*, Jakarta : Gramedia Pustaka Utama, 2010, Eds. 1, hlm. 822.

²² Nurul Huda dan Mustafa Edwin Nasution, *op.cit.*, hlm. 24-30.

Sedangkan etika seorang produsen dalam lingkaran halal dan haram adalah memproduksi sesuatu yang diperbolehkan dalam Islam, diantaranya adalah :

- a. Seorang muslim harus menanam sesuatu yang memberikan kemaslahatan dan apa-apa yang diharamkan.
- b. Seorang muslim juga harus memproduksi barang-barang yang halal, baik halal ketikabarang tersebut dikenakan ataupun halal untuk dikoleksi.
- c. Diantara produk yang dianjurkan beredar ialah produk yang menguatkan akidah, etika dan moral manusia.
- d. Investasi harta dengan cara memberikan keuntungan dan kemaslahatan masyarakat pada lembaga atau perusahaan yang sesuai syari'ah.
- e. Memakai sistem bagi hasil dan menjauhi riba.
- f. Menjauhi aktivitas yang tidak baik dalam produksi seperti jual beli yang tidak jelas, mencuri, merampas, menyuap dan disuap serta berjudi.
- g. Menjauhi aktivitas menimbun/spekulan, karena menimbun bisa merugikan masyarakat banyak disebabkan menahan barang beredar sehingga banyak dari masyarakat yang dirugikan.
- h. Jual beli atau peniagaan barang-barang yang halal dan baik.
- i. Bertransaksi dengan prinsip syari'ah seperti : titipan, bagi hasil, jual-beli, sewa dan jasa (*fee*).
- j. Dalam perdagangan seorang produsen harus bersikap adil.

Dari penjabaran diatas dapat disimpulkan bahwa harus memperhatikan halal dan haram pada bisnis ataupun usaha. Harus mendapatkan harta atau penghasilan dengan cara yang baik atau halal dan juga menghindar dari penghasilan yang dicapai dengan cara yang salah dan haram. Begitu juga dalam mempergunakannya harus dengan cara yang halal yang diperbolehkan islam dan tidak mempergunakannya dengan cara yang salah atau dengan cara yang diharamkan Islam.²³

2.3 Logam Mulia

Logam mulia atau emas mempunyai berbagai aspek yang menyentuh kebutuhan manusia disamping memiliki nilai estetis yang tinggi juga merupakan jenis investasi yang nilainya stabil, likuid, dan aman secara riil.²⁴

Emas merupakan logam yang secara alamiah bersifat kokoh (*indestructible*), tidak dapat tergerus oleh korosi asam yang ada di alam, dan setelah terendam di dasar lautan selama berabad-abad emas tetap dapat menunjukkan kilaunya yang indah.²⁵

Dalam ilmu kimia, logam mulia adalah logam yang tahan terhadap korosi maupun oksidasi. Contoh logam mulia adalah emas, perak dan platina. Ketiga logam ini, saat ini sedang menjadi idola untuk dijadikan sarana investasi.²⁶

Umumnya logam-logam mulia memiliki harga yang tinggi, karena sifatnya yang

²³ Indah Yuliana, *Investasi Produk Keuangan Syariah*, Malang : UIN-Maliki Press, 2010, Cet. 1, hlm. 17-20.

²⁴ Buku Saku Pengenalan Produk Perum Pegadaian, hlm 25-27.

²⁵ Nofie Iman, *Investasi Emas*, Jakarta : Daras Books, 2009, Cet. 1, hlm. 58

²⁶ Zulkifli, *Cerdas Memilih Emas Tampil Makin Cantik Plus Berinvestasi*, Yogyakarta : Graha Pustaka, 2010, Cet. 1, hlm. 20.

langka dan tahan korosi. Logam mulia sangat sukar bereaksi dengan asam. Sekalipun begitu, sebagian logam mulia (misalnya emas) dapat dilarutkan dalam aqua regia, yaitu campuran pekat dari asam nitrat dan asam klorida. Semua logam mulia merupakan anggota dari logam transisi.

Logam mulia biasa digunakan sebagai perhiasan dan mata uang (emas, perak), bahan tahan karat (*stainless*) seperti lapisan perak, ataupun katalis (misalnya platina). Logam mulia atau biasa disingkat LM juga dikenal sebagai merek dagang emas yang diproduksi oleh PT ANTAM Tbk.²⁷

2.3.1 Penerapan Akad *Murabahah* pada Produk Logam Mulia

Murabahah didefinisikan oleh para *Fuqaha* sebagai penjualan barang seharga biaya/harga pokok (*cost*) barang tersebut ditambah *mark-up* atau *margin* keuntungan yang disepakati.²⁸ *Murabahah* adalah akad jual beli barang dengan menyatakan harga perolehan dan keuntungan (*margin*) yang disepakati oleh penjual dan pembeli. Akad ini merupakan salah satu bentuk *natural certainty contracts*, karena dalam *murabahah* ditentukan berapa *required rate of profit*-nya (keuntungan yang ingin diperoleh).

Karena dalam definisinya disebut adanya “keuntungan yang disepakati”, karakteristik *murabahah* adalah si penjual harus memberi tahu

²⁷ http://id.wikipedia.org/wiki/Logam_mulia, tgl 26-12-2013. Jam 11.00.

²⁸ Wiroso, *Jual Beli Murabahah*, Yogyakarta : UII Press, 2005, Cet. 1, hlm. 13.

pembeli tentang harga pembelian barang dan menyatakan jumlah keuntungan yang ditambahkan pada biaya tersebut.²⁹

Definisi *murabahah*, secara bahasa *murabahah* adalah bentuk mutual (bermakna: saling) dari kata *ribh* yang artinya keuntungan yakni pertambahan nilai modal (jadi artinya, saling mendapatkan keuntungan). Menurut terminologi ilmu fikih arti *murabahah* adalah menjual dengan modal asli bersama tambahan keuntungan yang jelas.³⁰ *Murabahah* berarti pembelian barang dengan pembayaran ditangguhkan (1 bulan, 3 bulan, 1 tahun dst). Pembiayaan *murabahah* adalah pembiayaan yang diberikan kepada nasabah dalam rangka pemenuhan kebutuhan produksi (*inventory*). Pembiayaan *murabahah* mirip dengan kredit modal kerja yang biasa diberikan oleh bank-bank konvensional, dan karenanya pembiayaan *murabahah* berjangka waktu di bawah 1 tahun (*short run financing*).³¹ Pembayaran atas akad jual beli dapat dilakukan secara tunai atau tangguh (*Bai' Mu'ajjal*).³² *Murabahah*, sebagaimana yang digunakan dalam perbankan Islam, prinsipnya didasarkan pada dua elemen pokok: harga beli serta biaya yang terkait, dan kesepakatan atas *mark-up* (laba).

Popularitas *murabahah* dalam operasi investasi perbankan Islam :

(i) *murabahah* adalah suatu mekanisme investasi jangka pendek, dan

²⁹ Adiwarmar Karim, *Bank Islam Analisis Fiqih dan Keuangan*, Jakarta : Raja Grafindo, 2006, hlm 97.

³⁰ Adiwarmar Karim, *Fikih Ekonomi Keuangan Islam*, Jakarta : Darul Haq, 2004, hlm 194.

³¹ Karnaen Perwataatmadja dan Muhammad Syafi'I Antonio, *op.cit.*, hlm. 25.

³² Sri Nurhayati dan Wasilah, *op.cit.*, hlm. 191.

dibandingkan dengan sistem *Profit and Loss Sharing* (PLS), cukup memudahkan ; (ii) *mark-up* dalam *murabahah* dapat ditetapkan sedemikian rupa sehingga memastikan bahwa lembaga bank syari'ah dapat memperoleh keuntungan yang sebanding dengan keuntungan lembaga keuangan berbasis bunga yang menjadi saingan lembaga keuangan syari'ah; (iii) *murabahah* menjauhkan ketidakpastian yang ada pada pendapatan dari bisnis-bisnis dengan sistem *PLS*; (iv) *murabahah* tidak memungkinkan lembaga-lembaga keuangan Islam mencampuri manajemen bisnis, karena lembaga keuangan bukanlah mitra si nasabah, sebab hubungan mereka dalam *murabahah* adalah hubungan antara kreditur dan debitur.³³

2.3.2 Mekanisme dan Prosedur Produk Logam Mulia

1) Persyaratan untuk pengajuan pembelian logam mulia

- a) Berstatus sebagai pegawai aktif/ professional/ pengusaha
- b) Pemohon minimal berusia 21 tahun, pada saat pembiayaan lunas berusia maksimum :
 - 55 tahun untuk pegawai (usia pensiun)
 - 60 tahun untuk kalangan professional dan pengusaha
- c) Mempunyai penghasilan tetap dan kemampuan mengangsur

³³Abdullah Saeed, *Menyoal Bank Syariah Kritik atas Interpretasi Bunga Bank kaum Neo-Revivalis*, Jakarta : Paramadina, 2004, hlm. 120-121.

- d) Mengajukan permohonan melalui pengisian formulir permohonan pembiayaan konsumtif serta wawancara langsung.

Dokumen yang dibutuhkan

- a) Formulir permohonan pembiayaan
 b) Fotocopy KTP
 c) Fotocopy NPWP (untuk permohonan Rp.50.000.000,- keatas)
 d) Fotocopy kartu identitas pegawai (untuk pegawai)³⁴

2) Simulasi Pembelian Logam Mulia

Nasabah membeli 1 keping logam mulia (LM) seberat 25 gram dengan kadar 99,99% (asumsi harga 25 gram = Rp.11,250,000), maka :

a) Contoh Simulasi Perhitungan Angsuran :

Harga Emas Antam 25 gram (Rp. 450.000,-/gram) 11,250,000

Uang Muka (min 20% dari harga emas) 2,250,00

³⁴Brosur Produk BNI Syari'ah Pembiayaan Emas iB Hasanah

Pokok Pembiayaan (harga emas-Urbun)	9,000,000	
Margin Bank 9,18% (flat) jangka waktu 5 tahun	4,131,000	+
	<hr/>	
Pokok Pembiayaan + Margin (harga jual bank)	13,131,000	
Angsuran Per Bulan	218,850	

b) Contoh Simulasi Perhitungan Tunai :

Harga + Margin + Administrasi

$$= 11,250,000 + (11,250,000 \times 9,18\%) + 50,000$$

$$= 11,250,000 + 1,032,750 + 50,000$$

$$= 12,332,750$$

2.3.3 Keuntungan Berinvestasi Melalui Logam Mulia

Keuntungan berinvestasi melalui logam mulia adalah :

- 1) Mewujudkan niat mulia guna :
 - a) Menabung logam mulia untuk menunaikan ibadah haji
 - b) Mempersiapkan biaya pendidikan anak di masa mendatang
 - c) Memiliki tempat tinggal (rumah) dan kendaraan
- 2) Alternatif investasi yang aman untuk menjaga Portofolio Asset

- 3) Merupakan Asset yang sangat *Likuid* dalam memenuhi kebutuhan dana yang mendesak, memenuhi kebutuhan modal kerja untuk pengembangan usaha, atau menyehatkan *cashflow* keuangan bisnis
- 4) Tersedia pilihan logam mulia dengan berat 5 gram, 10 gram, 25 gram, 50 gram, 100 gram, 250 gram dan 1 kilogram

2.3.4 Resiko Logam Mulia

Resiko yang akan dihadapi apabila berinvestasi di logam mulia, adalah :

- 1) Turunnya nilai investasi

Dalam sebuah investasi tentu saja ada sebuah resiko berupa turunnya nilai investasi yang di tanam.

- 2) Sulitnya produk investasi itu dijual

Ketika akan berinvestasi, maka harus berpikir dahulu apakah produk tersebut merupakan produk yang mudah dijual, atau mudah diuangkan.

- 3) Hasil investasi kalah dengan kenaikan harga barang dan jasa

Uang hari ini, dengan jumlah yang sama nilainya bisa saja berkurang. Ini tentu saja karena mengalami kenaikan harga

barang dan jasa yang disebabkan oleh inflasi.³⁵ Inflasi adalah keadaan ekonomi di mana terjadi ekspansi kredit dan uang. Akibat ekspansi kredit, nilai mata uang akan menurun atau harga-harga akan mengalami kenaikan. Kenaikan harga-harga adalah gejala yang diakibatkan oleh inflasi, bukan penyebab dari inflasi itu sendiri. Inflasi disebabkan oleh pelaku ekonomi yang tidak produktif dan memenuhi kebutuhannya hanya dengan utang.³⁶

2.4 Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen

2.4.1 Pengertian Perilaku Konsumen

Perilaku dapat diartikan sebagai kegiatan-kegiatan individu yang secara langsung terlibat dalam semua aktivitas manusia. Kaitannya dalam perilaku konsumen merupakan kegiatan-kegiatan yang dilakukan oleh konsumen yang secara langsung terlibat dalam proses berinvestasinya. Perilaku konsumen adalah keputusan seseorang atas merek kategori produk, tempat untuk didatangi, waktu pembelian dan jumlah pembelian, merupakan hasil dari rangsangan (stimuli) yang berasal dari luar dirinya, yang diolah dalam diri konsumen.³⁷

Perilaku konsumen adalah tindakan yang langsung terlibat untuk mendapatkan, mengkonsumsi, dan menghabiskan produk dan jasa

³⁵ Zulkifli, *op.cit.*, hlm. 13-15.

³⁶ Nofie Iman, *op.cit.*, hlm. 49-50.

³⁷ Philip Kotler dan A. B. Susanto, *Manajemen Pemasaran di Indonesia*, Jakarta : Salemba Empat, 1999, jilid 1, hlm. 220.

termasuk proses keputusan yang mendahului dan mengikuti tindakan.³⁸ Perilaku konsumen sebagai perilaku pembelian konsumen akhir, baik individu maupun rumah tangga, yang membeli produk untuk konsumsi personal.³⁹

Salah satu dari pendekatan yang paling sukses dalam memahami apa yang tengah dilakukan konsumen adalah gagasan yang mengatakan bahwa konsumen tersebut berperan dalam membentuk berbagai macam barang, dalam menyempurnakan atau mengembangkan penciptaan barang-barang yang digunakan konsumen. Dalam menentukan berbagai barang, yang masuk dalam *assortment*-nya, seorang konsumen harus melakukan penilaian akan berbagai kemungkinan yang terjadi selanjutnya dalam menggunakan barang atau produk bersangkutan. Produk yang masuk dalam *assortment* konsumen itu menjadi dasar pertimbangan terhadap perilaku konsumen selanjutnya berkenaan dengan produk yang ada.⁴⁰

Dalam Islam, perilaku seorang konsumen harus mencerminkan hubungan dirinya dengan Allah SWT. Dalam Islam, konsumsi tidak dapat dipisahkan dari peranan keimanan. Peranan keimanan menjadi tolak ukur penting karena keimanan memberikan cara pandang dunia yang cenderung mempengaruhi kepribadian manusia, yaitu dalam bentuk perilaku, gaya

³⁸ Bilson Simamora, *Panduan Riset Perilaku Konsumen*, Jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama, 2004, Cet. Ke-2, hlm. 1-2

³⁹ Bilson Simamora, *Memenangkan Pasar Dengan Pemasaran Efektif dan Profitabel*, Jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama, 2001, hlm. 81.

⁴⁰ Usi Usmara, *Pemikiran Kreatif Pemasaran*, Yogyakarta : Asmara Books, 2008, Cet. 1, hlm. 1.

hidup, selera, sikap-sikap terhadap sesama manusia, sumber daya dan ekologi. Keimanan sangat mempengaruhi sifat, kuantitas, dan kualitas konsumsi baik dalam bentuk kepuasan materil maupun spiritual.

Perilaku konsumen merupakan perkembangan dari psikologi konsumen dalam penelitian yang merupakan perluasan pengambilan keputusan konsumen dalam bidang perilaku ekonomi dan psikologi ekonomi. Dalam bank konsumen disebut dengan nasabah, nasabah adalah setiap orang yang datang ke bank untuk bertransaksi, setiap orang yang ke bank untuk mendapatkan informasi dan setiap orang yang ada di kantor (satu bagian, bagian lain, atau cabang lain). Pepatah mengatakan *nasabah adalah raja*, maka nasabah wajib dilayani dengan tulus dan ikhlas.⁴¹

2.4.2 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi

Faktor berarti hal (keadaan, peristiwa) yang ikut menyebabkan (mempengaruhi) terjadinya sesuatu.⁴² Faktor-faktor yang berpengaruh pada perilaku konsumen adalah faktor kebudayaan, faktor sosial, faktor pribadi, dan faktor psikologis. Sebagian faktor-faktor tersebut tidak diperhatikan oleh pemasar tetapi sebenarnya harus diperhitungkan untuk

⁴¹ Muhammad Muflih, *Perilaku Konsumen Dalam Perspektif Ilmu Ekonomi Islam*, Jakarta : PT RajaGrafindo Persada, 2006, hlm. 4-12.

⁴² Depdikbud, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, Jakarta: Balai Pustaka, 1993, Cet ke-4, hlm. 239.

mengetahui seberapa jauh faktor-faktor perilaku konsumen tersebut mempengaruhi pembelian konsumen.⁴³

2.4.2.1 Faktor Kebudayaan

Kebudayaan didefinisikan sebagai seperangkat pola perilaku yang diperoleh secara sosial dan diekspresikan melalui simbol-simbol, bahasa, dan cara-cara lain kepada anggota masyarakat.⁴⁴ Budaya masyarakat tertentu membentuk perilaku konsumen.⁴⁵ Faktor kebudayaan mempunyai pengaruh yang paling luas dan paling dalam terhadap perilaku konsumen. Pemasar harus memahami peran yang dimainkan oleh kultur, subkultur, dan kelas sosial pembeli.

1) Kultur

Kultur adalah faktor penentu paling pokok dari keinginan dan perilaku seseorang. Makhluk yang lebih rendah umumnya dituntun oleh naluri. Sedangkan pada manusia, perilaku biasanya dipelajari dari lingkungan sekitarnya. Sehingga nilai, persepsi, preferensi, dan perilaku antara seorang yang tinggal pada daerah tertentu dapat berbeda dengan orang lain yang berada di lingkungan yang lain pula. Sehingga sangat

⁴³ Bilson Simamora, *Membongkar Kotak Hitam Konsumen*, Jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama, 2003, hlm. 4.

⁴⁴ Tatik Suryani, *Perilaku Kosumen Implikasi pada Strategi Pemasaran*, Yogyakarta : Graha Ilmu, 2008, hlm. 285.

⁴⁵ Taufiq Amir, *Dinamika Pemasaran Jelajahi dan Rasakan*, Jakarta : PT RajaGrafindo Persada, 2005, hlm. 49.

penting bagi pemasar untuk melihat pergeseran kultur tersebut untuk dapat menyediakan produk-produk baru yang diinginkan konsumen.⁴⁶

2) Subkultur

Subkultur adalah sekelompok orang tertentu dalam sebuah masyarakat yang sama-sama memiliki makna budaya yang sama untuk tanggapan afeksi dan kognisi (reaksi emosi, kepercayaan, nilai, dan sasaran) perilaku (adat-istiadat, ritual dan tulisan, norma perilaku), dan faktor lingkungan (kondisi kehidupan, lokasi geografis, objek-objek yang penting).⁴⁷

Tiap kultur mempunyai subkultur yang lebih kecil, atau kelompok orang dengan sistem nilai yang sama berdasarkan pengalaman dan situasi hidup yang sama. Subkultur merupakan segmen pasar yang penting, dan pemasar sering menemukan manfaat dengan merancang produk yang disesuaikan dengan kebutuhan subkultur tersebut.⁴⁸

3) Kelas sosial

Kelas sosial didefinisikan sebagai pembagian anggota-anggota masyarakat ke dalam suatu hirarki kelas-kelas status yang berbeda, sehingga anggota dari setiap kelas yang relatif

⁴⁶ Bilson Simamora, *ibid.*, hlm. 5.

⁴⁷ J Paul Peter dan Jerry C. Olson, *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*, Jakarta : Erlangga, 2000, Jilid 2, hlm. 72.

⁴⁸ Bilson Simamora, *ibid.*, hlm. 5.

sama mempunyai kesamaan.⁴⁹ Kelas sosial adalah sebuah hirarki status nasional di mana kelompok dan individu dibedakan dalam hal gengsi dan nilai diri.⁵⁰ Kelas sosial adalah susunan yang relatif permanen dan teratur dalam suatu masyarakat yang anggotanya mempunyai nilai, minat dan perilaku yang sama. Kelas sosial tidak ditentukan oleh faktor tunggal seperti pendapatan tetapi diukur sebagai kombinasi pekerjaan, pendapatan, pendidikan, kekayaan, dan variabel lainnya. Kelas sosial memperlihatkan preferensi produk dan merek yang berbeda.

2.4.2.2 Faktor Sosial

Individu merupakan makhluk sosial. Individu pada dasarnya sangat mendapatkan pengaruh dari orang-orang di sekitar saat membeli satu barang.⁵¹ Faktor sosial adalah kelompok referensi atau acuan secara umum berupa individu atau kelompok nyata atau khayalan yang memiliki pengaruh evaluasi, aspirasi, bahkan perilaku terhadap orang lain. Kelompok acuan (yang paling berpengaruh terhadap konsumen) mempengaruhi orang lain melalui norma, informasi, dan melalui kebutuhan nilai ekspresif konsumen. Terdapat beberapa bentuk kelompok acuan yang dapat mempengaruhi konsumen dalam perilaku konsumsi, yaitu kelompok lingkungan, kelompok peran dan status sosial (kelompok

⁴⁹ Tatik Suryani, *op.cit.*, hlm. 263.

⁵⁰ J Paul Peter dan Jerry C. Olson, *op.cit.*, hlm. 92

⁵¹ Bilson Simamora, *op.cit.*, hlm. 5- 6.

belanja, kelompok kerja, komunitas maya dan kelompok asli konsumen)⁵²

1) Lingkungan

Dalam lingkungan terdapat lingkungan kelompok acuan dan lingkungan keluarga. Kelompok acuan seseorang terdiri dari semua kelompok yang mempunyai pengaruh langsung atau pengaruh tidak langsung terhadap pendirian atau perilaku seseorang. Semua ini adalah kelompok di mana orang tersebut berada atau berinteraksi. Anggota keluarga merupakan kelompok primer yang paling berpengaruh. Orientasi keluarga terdiri dari orang tua seseorang.⁵³

2) Peran dan status sosial

Posisi seseorang dalam suatu kelompok dapat ditentukan dari segi peran dan status. Tiap peran membawa status yang mencerminkan penghargaan umum oleh masyarakat.⁵⁴

2.4.2.3 Faktor Pribadi

Kepribadian sering diartikan sebagai individual yang merupakan perpaduan dari sifat, temperamen, kemampuan umum dan bakat yang dalam perkembangannya dipengaruhi oleh interaksi individu dengan lingkungannya. Pemahaman terhadap kepribadian konsumen sangatlah penting tidak hanya untuk kepentingan

⁵² Muhammad Muflih, *op.cit.*, hlm. 69.

⁵³ Philip Kotler dan A. B. Susanto, *op.cit.*, hlm. 225-230

⁵⁴ Bilson Simamora, *op.cit.*, 6-7.

penyusunan bauran pemasaran, tetapi juga penting ketika perusahaan menggunakan kepribadian konsumen sebagai dasar segmentasi dan penentu pasar sasaran.⁵⁵ Keputusan seseorang pembeli juga dipengaruhi oleh karakteristik pribadi seperti umur dan tahap daur-hidup pembeli, jabatan, keadaan ekonomi, gaya hidup, kepribadian, dan konsep diri pembeli yang bersangkutan.

1) Usia dan tahap daur hidup

Orang akan mengubah barang dan jasa yang mereka beli sepanjang hidup mereka. Kebutuhan dan selera seseorang akan berubah sesuai dengan usia. Pembeli dibentuk oleh tahap daur hidup keluarga. Sehingga pemasar perlu memperhatikan perubahan minat pembeli yang terjadi yang berhubungan dengan daur hidup manusia.

2) Pekerjaan

Pekerjaan seseorang akan mempengaruhi barang dan jasa yang dibelinya. Dengan demikian pemasar dapat mengidentifikasi kelompok yang berhubungan dengan jabatan yang mempunyai minat di atas rata-rata terhadap produk mereka.

3) Keadaan ekonomi

Keadaan ekonomi akan sangat mempengaruhi pilihan produk. Pemasar yang produknya peka terhadap pendapatan dapat

⁵⁵ Tatik Suryani, *op.cit.*, hlm. 57.

dengan seksama memperhatikan kecenderungan dalam pendapatan pribadi, tabungan, dan tingkat bunga. Jadi indikator-indikator ekonomi tersebut menunjukkan adanya resesi, pemasar dapat mencari jalan menetapkan posisi produknya.

4) Gaya hidup

Orang yang berasal dari subkultur, kelas sosial dan pekerjaan yang sama dapat mempunyai gaya hidup yang berbeda. Gaya hidup seseorang menunjukkan pola kehidupan orang yang bersangkutan yang tercermin dalam kegiatan, minat, dan pendapatnya. Konsep gaya hidup apabila digunakan oleh pemasar secara cermat, akan dapat membantu untuk memahami nilai-nilai konsumen yang terus berubah dan bagaimana nilai-nilai tersebut mempengaruhi perilaku konsumen.

5) Kepribadian dan Konsep diri

Kepribadian mengacu pada karakteristik psikologis yang unik menimbulkan respon relatif konstan terhadap lingkungannya sendiri. Kepribadian sangat bermanfaat untuk menganalisis perilaku konsumen bagi beberapa pilihan produk atau merk. Atau pemasar juga dapat menggunakan konsep diri atau citra diri seseorang. Untuk memahami perilaku konsumen, pemasar dapat melihat pada hubungan antara konsep diri dan

harta milik konsumen. Konsep diri ini telah berbaaur dalam tanggapan konsumen terhadap citra mereka. Konsep diri adalah bagaimana seseorang beropini terhadap dirinya.

2.4.2.4 Faktor Psikologis

Aspek ini merupakan bagian dari pribadi. Akan tetapi karena aspek ini mempunyai peran yang signifikan pada perilaku konsumen. Pada suatu saat tertentu seseorang mempunyai banyak kebutuhan baik yang bersifat biogenik maupun biologis. Kebutuhan ini timbul dari suatu keadaan fisiologis tertentu seperti lapar, haus, dan sebagainya. Sedangkan kebutuhan yang bersifat psikologis adalah kebutuhan yang timbul dari keadaan fisiologis tertentu seperti kebutuhan untuk diakui, harga diri, atau kebutuhan untuk diterima oleh lingkungannya.

Pilihan pembelian seseorang juga dipengaruhi oleh faktor psikologis yang utama, yaitu motivasi, persepsi, proses pembelajaran, serta kepercayaan dan sikap.

1) Motivasi

Kebanyakan dari kebutuhan-kebutuhan yang ada tidak cukup kuat untuk memotivasi seseorang untuk bertindak pada suatu saat tertentu. Suatu kebutuhan akan berubah menjadi motif apabila kebutuhan itu telah mencapai tingkat tertentu. Motif adalah suatu kebutuhan yang cukup menekan

seseorang untuk mengejar kepuasan.⁵⁶ Motivasi adalah dorongan untuk memuaskan satu kebutuhan atau keinginan.⁵⁷ Motivasi muncul karena adanya kebutuhan yang dirasakan oleh konsumen. Kebutuhan sendiri muncul karena konsumen merasakan ketidaknyamanan antara yang seharusnya dirasakan dan yang sesungguhnya dirasakan. Kebutuhan yang dirasakan tersebut mendorong seseorang untuk melakukan tindakan memenuhi kebutuhan tersebut. Inilah yang disebut sebagai motivasi.⁵⁸

2) Persepsi

Persepsi merupakan suatu proses dengan mana individual mengorganisir dan menginterpretasikan tanggapan kesan dengan maksud memberi makna pada lingkungan.⁵⁹ Persepsi adalah proses di mana individu memilih, merumuskan, dan menafsirkan masukan informasi untuk menciptakan suatu gambaran yang berarti mengenai dunia. Orang dapat memberikan persepsi yang berbeda terhadap rangsangan yang sama karena tiga proses persepsi, yaitu perhatian yang selektif, gangguan yang selektif, dan mengikat kembali yang selektif

⁵⁶ Bilson Simamora, *op.cit.*, hlm. 5-9.

⁵⁷ Taufiq Amir, *op.cit.*, hlm. 58.

⁵⁸ Ujang Sumarwan, *Perilaku Konsumen Teori Dan Penerapannya Dalam Pemasaran*, Jakarta : PT. Ghalia Indonesia, 2003, hlm. 34.

⁵⁹ Wibowo, *Perilaku Dalam Organisasi*, Jakarta : Rajawali Pres, 2013, Cet. 1, hlm. 60.

3) Proses pembelajaran

Proses pembelajaran menjelaskan perubahan dalam perilaku seseorang yang timbul dari pengalaman, dan kebanyakan perilaku manusia adalah hasil proses pembelajaran. Secara teori, pelajaran seseorang dihasilkan melalui dorongan, rangsangan, isyarat, tanggapan, dan penguatan. Bagi pemasar, mereka dapat membangun permintaan akan produk dengan menghubungkannya dengan dorongan yang kuat, dengan menggunakan isyarat motivasi dan dengan memberikan penguatan yang positif.

4) Kepercayaan dan sikap

Kepercayaan adalah suatu pemikiran deskriptif yang dimiliki seseorang tentang tertentu. Kepercayaan dapat berupa pengetahuan, pendapat atau sekedar percaya, dan kepercayaan ini akan membentuk citra produk dan merek. Suatu sikap menjelaskan suatu organisasi dari motivasi, perasaan emosional, persepsi, dan proses kognitif kepada suatu aspek. Sikap menuntun orang untuk berperilaku relatif konsisten terhadap obyek yang sama.⁶⁰ Sikap pada hakikatnya merupakan kecenderungan pernyataan seseorang, baik menyenangkan maupun tidak menyenangkan, yang

⁶⁰ Bilson Simamora, *op.cit.*, hlm. 6-7.

mencerminkan bagaimana merasa tentang orang, objek atau kejadian dalam lingkungan.⁶¹

2.5 Minat Investasi Nasabah

Minat adalah kecenderungan hati yang tinggi terhadap sesuatu, gairah dan keinginan.⁶² Minat dimaksudkan sebagai usaha dan kemauan untuk mempelajari dan mencari sesuatu, misalnya pada minat seniman ; orang mempunyai bakat atau tidak pada seni, tetapi telah ada usaha aktif untuk mempelajari seni.⁶³

Pengertian minat menurut bahasa (Etimologi), ialah usaha dan kemauan untuk mempelajari (*learning*) dan mencari sesuatu. Secara (Terminologi), minat adalah keinginan, kesukaan dan kemauan terhadap sesuatu hal. Menurut Hilgar minat adalah suatu proses yang tetap untuk memperhatikan dan memfokuskan diri pada sesuatu yang diminatinya dengan perasaan senang dan rasa puas.⁶⁴

Seseorang yang berminat melakukan aktivitas investasi seperti pembelian saham, obligasi, reksadana, atau berinvestasi melalui pasar uang seperti deposito atau giro tidak akan mengenal putus asa dan tetap menikmati kegiatan tersebut, bahkan dengan sendirinya ia akan mencari informasi seluas mungkin tanpa mengandalkan orang lain. Dorongan yang ada pada diri individu, menggambarkan perlunya perlakuan yang luas, sehingga ciri-ciri terlihat lebih terinci dan jelas sesuai dengan faktor kebutuhan. Oleh karena itu ciri-ciri dan minat seseorang akan menjadi pedoman penyelenggara program aktifitas dalam berinvestasi dan

⁶¹ Wibowo, *op.cit.*, hlm. 50.

⁶² Departemen Pendidikan dan Kebudayaan, *op.cit.*, hlm 583.

⁶³ Slamet Wiyono, *Manajemen Potensi Diri*, Jakarta : PT Grasindo, 2004, Cet. 1, hlm 61.

⁶⁴ Yasin Setiawan, *Pengembangan Minat Pada Anak*
<http://www.siaksoft.net.net/index.php?option=comcontent&task=view&id=2372&Itemid=105>

arahnya akan lebih dikategorikan kepada hasil investasi berupa: tingkat pengembalian yang besar, aman, terpercaya, dan domain yang lain. Dengan adanya penggunaan pedoman maka pandangan dan pengembangan program akan sesuai dengan ketetapan masa berinvestasi dalam melakukan aktifitas investasi. Kemudian diharapkan akan muncul dalam pikiran, bahwa pada umumnya seseorang memiliki ragam tentang pengertian berinvestasi sehat dan aman yang perlu diperhatikan.

Crow and Crow yang dikutip Abdul Rahman Saleh dalam bukunya berpendapat ada tiga faktor yang mempengaruhi timbulnya minat, yaitu:

- a) Dorongan dari dalam diri individu, misal dorongan makan, rasa ingin tahu dan seks.
- b) Motif sosial, dapat menjadi faktor yang membangkitkan minat untuk melakukan suatu aktivitas tertentu.
- c) Faktor emosional, minat mempunyai hubungan yang erat dengan emosi.⁶⁵

Dalam al-Qur'an bahwa pembicaraan tentang minat terdapat pada surat pertama yang perintahnya adalah agar kita membaca. Membaca bukan hanya membaca buku atau dalam artian tekstual, akan tetapi juga semua aspek. Tuntunan untuk membaca cakrawala jagad yang merupakan kebesaran-Nya serta membaca potensi diri. Firman Allah SWT.

⁶⁵ Abdul Rahaman Saleh Dan Abdul Wahab Muhibb, *Psikologi Suatu Pengantar Dalam Perspektif Islam*, Jakarta: Prenada Media, 2004, hlm. 263-264.

أَقْرَأْ بِأَسْمِ رَبِّكَ الَّذِي خَلَقَ ۝ خَلَقَ الْإِنْسَانَ مِنْ عَلَقٍ ۝ أَلَمْ يَكُنْ الْأَكْرَمُ الَّذِي عَلَّمَ

بِالْقَلَمِ ۝ عَلَّمَ الْإِنْسَانَ مَا لَمْ يَعْلَمْ

Artinya: “Bacalah dengan (menyebut) nama Tuhanmu yang telah menciptakan. Dia telah menciptakan manusia dari segumpal darah. Bacalah, dan Tuhanmu adalah Maha Pemurah. Yang mengajar (manusia) dengan perantaran qalam (alat tulis) Dia mengajarkan kepada manusia apa yang tidak diketahuinya.”

Jadi minat merupakan karunia terbesar yang dianugerahkan Allah SWT kepada kita semua. Namun bukan berarti kita hanya berpangku tangan dan minat tersebut berkembang dengan sendirinya. Tetapi upaya kita adalah mengembangkan sayap anugerah Allah itu kepada kemampuan maksimal kita sehingga karunianya dapat berguna dengan baik pada diri kita.⁶⁶

2.6 Penelitian Terdahulu

Dalam penulisan skripsi ini, peneliti menggunakan acuan dari beberapa penelitian terdahulu. Diantaranya adalah :

Pertama, Penelitian yang berjudul “Implementasi Sistem Pembiayaan Murabahah Menurut Fatwa Dewan Syari’ah Nasional NO.04/DSN-MUI/IV/2000 Majelis Ulama Indonesia (Studi Kasus di BMT Al Khalim Kranggan Temanggung)” Oleh Kunti Ulfa Tarrohmi. Dalam penelitian ini dijelaskan bahwa apabila diperhatikan ketentuan Fatwa Dewan Syariah Nasional yang berbunyi “jika bank hendak mewakilkan kepada nasabah untuk membeli barang dari pihak

⁶⁶ Skripsi Nila Purbiyanti Zamro, *Pengaruh Promosi dan Diferensiasi Terhadap Minat Nasabah Untuk Berinvestasi di Bank Umum Syari’ah (Studi Pada Bank Syari’ah Mandiri Cabang Semarang)*. 2009. hlm. 59.

ketiga, akad jual beli *murabahah* harus dilakukan setelah barang, secara prinsip menjadi milik bank” ketentuan tersebut menjelaskan bahwa akad *murabahah* dapat dilakukan jika barang tersebut secara prinsip telah menjadi milik BMT. Bukan suatu hal yang salah apabila BMT mewakilkan kepada nasabah untuk membeli barang. Namun karena BMT tersebut meminta nasabah untuk menjadi wakil maka atas kerja nasabah tersebut seharusnya BMT al Khalim dapat memberikan upah kepada nasabah atas wakil pembelian barang karena adanya tenaga yang dikeluarkan pada saat melakukan pembelian. Sebagai bukti nasabah sebagai wakil BMT maka nasabah menerima uang dan BMT menyerahkan uang, kemudian nasabah menandatangani tanda terima uang tunai nasabah atau ”promes” sebesar uang yang diterima. Dari keterangan mengenai pembelian barang dengan cara diwakilkan di BMT al Khalim belum sesuai dengan ketetapan Fatwa Dewan Syariah Nasional.

Kedua, penelitian yang dilakukan oleh Ubaedul Mustofa yang berjudul “*Studi Analisis Pelaksanaan Akad Murabahah Pada Produk Pembiayaan Modal Kerja di Unit Mega Mitra Syari’ah (M2S) Bank Mega Syari’ah Kaliwungu*”. Dalam penelitian ini dijelaskan bahwa dalam pelaksanaan akad *murabahah* pada produk pembiayaan modal kerja di Unit Mega Mitra Syari’ah (M2M) Bank Mega Syari’ah Kaliwungu belum memenuhi ketentuan syari’ah. Hal ini dikarenakan ada beberapa aspek syarat rukun yang tidak sesuai dengan ketentuan syari’ah. Berkaitan dengan objek atau barang yang diperjual-belikan pada pembiayaan modal kerja di Unit Mega Mitra Syari’ah (M2S) Bank Mega Syari’ah Kaliwungu sangat abstrak atau tidak jelas. Penentuan persentase margin

berdasarkan tingkat plafon pembiayaan yang dilakukan oleh Unit Mega Mitra Syari'ah (M2S) Bank Mega Syari'ah Kaliwungu menjadikannya seperti bunga. Penandatanganan akad dilakukan bersamaan (*murabahah* dan *wakalah*) oleh pihak bank dan nasabah menyebabkan ketidakjelasan akad, mekanisme pembelian dan kepemilikan barang yang diperjual belikan serta menjadikan akad tersebut rusak.

Ketiga, penelitian yang dilakukan oleh Ahmad Saputra yang berjudul "*Implementasi Investasi Logam Mulia Pada Bisnis Gadai Syariah Mega*". Dalam penelitian ini dijelaskan bahwa secara keseluruhan, praktek gadai emas di gadai syariah Mega tidak menunjukkan indikasi adanya keharaman di dalamnya. Baik dari segi akad, biaya jasa simpan barang, pemanfaatan barang, serta penjualan barang gadai. Semua yang dilakukan oleh gadai syariah mega masih dalam koridor syariat Islam.

Keempat, penelitian yang dilakukan oleh Nila Purbiyanti Zamro yang berjudul "*Pengaruh Promosi dan Diferensiasi Terhadap Minat Nasabah Untuk Berinvestasi Di Bank Umum Syari'ah (Studi Pada Bank Syari'ah Mandiri Cabang Semarang)*". Dalam penelitian ini dijelaskan bahwa pengaruh promosi dan diferensiasi signifikan terhadap minat nasabah untuk berinvestasi di Bank Umum Syariah.

Kelima, penelitian yang dilakukan oleh Qoni Ardzila yang berjudul "*Penerapan Akad Murabahah Pada Produk Pembiayaan Emas Ib Hasanah di BNI Syari'ah Cabang Semarang*". Dalam penelitian ini dijelaskan bahwa Pembiayaan Emas iB Hasanah pada BNI Syari'ah Semarang meliputi, akad yang

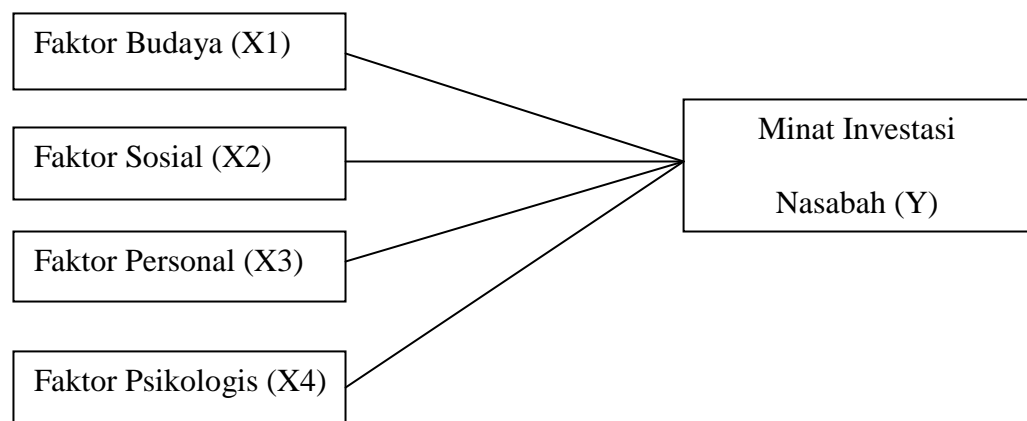
digunakan adalah akad *murabahah* dimana pihak Bank memberi tahu harga pokok barang beserta keuntungan yang disepakati oleh kedua belah pihak baik itu dari pihak bank maupun pihak nasabah. Pembiayaannya berdasarkan pesanan. Sasaran pembiayaan ditujukan untuk; pegawai/karyawan aktif; kalangan profesional (dokter, pengacara, akuntan, notaris/PPAT); pengusaha/ wiraswasta dengan usia minimal 21 tahun. Keuntungan dalam pembiayaan Emas iB Hasanah berbentuk margin penjualan 10% pa/flat (untuk jangka waktu pembiayaan selama 2 tahun); 11% pa/flat (untuk jangka waktu pembiayaan selama 3 tahun); 12% pa/flat (untuk jangka waktu pembiayaan selama 4 dan 5 tahun). Pembayaran harga barang dilakukan secara angsuran dengan jangka waktu sampai dengan 5 (lima) tahun dan memungkinkan adanya jaminan yang berupa obyek pembiayaan itu sendiri.

Keenam, penelitian yang dilakukan oleh Aniqotur Rosyidah yang berjudul “*Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli Nasabah Terhadap Reksadana Syari’ah (Studi Pada Bank Syari’ah Mandiri Cabang Semarang)*”. Dalam penelitian ini dijelaskan bahwa Variabel faktor budaya (X1) tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap minat beli nasabah reksadana di Bank Syari’ah Mandiri Cabang Semarang dengan ditunjukkan P value $0,165 > 0,005$. Variabel faktor sosial (X2) tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap minat beli nasabah reksadana di Bank Syari’ah Mandiri Cabang Semarang dengan ditunjukkan P value $0,180 > 0,005$. Variabel faktor pribadi (X3) tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap minat beli nasabah reksadana di Bank Syari’ah Mandiri Cabang Semarang dengan ditunjukkan P value $0,545 > 0,005$. Variabel faktor psikologi (X4) tidak mempunyai pengaruh yang signifikan

terhadap minat nasabah reksadana di Bank Syari'ah Mandiri Cabang Semarang dengan ditunjukkan P value $0,711 > 0,005$. Variabel faktor kebutuhan sosial (X5) mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap minat beli nasabah reksadana di Bank Syari'ah Mandiri Cabang Semarang dengan ditunjukkan P value $0,004 < 0,005$.

2.7 Kerangka Teori

Dari uraian diatas, kerangka teori dituangkan dalam gambar berikut :



Keterangan :

Y : Variabel Dependent

X1, X2, X3, X4: Variabel Independent

2.8 Hipotesis

Hipotesis merupakan suatu pernyataan yang bersifat sementara atau dugaan saja.⁶⁷ Berdasarkan tinjauan pustaka dan kerangka teori, maka hipotesis yang peneliti ajukan adalah :

H 1 : faktor budaya berpengaruh pada minat investasi nasabah

⁶⁷ Muhamad, *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam Pendekatan Kuantitatif*, Jakarta : Rajawali Pers, 2008, Eds.1, hlm 70-71.

H 2 : faktor sosial berpengaruh pada minat investasi nasabah

H 3 : faktor personal berpengaruh pada minat investasi nasabah

H 4 : faktor psikologis berpengaruh pada minat investasi nasabah