

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Deskripsi Teori

2.1.1 Pembiayaan Kepemilikan Rumah (KPR)

2.1.1.1 Pengertian KPR

Pada prinsipnya, Bank Syari'ah adalah sama dengan perbankan konvensional, yaitu sebagai instrumen intermediasi yang menerima dana dari orang-orang yang surplus dana (dalam bentuk penghimpunan dana) dan menyalurkannya kepada pihak yang membutuhkan (dalam bentuk produk pelemparan dana). Sehingga produk-produk yang disediakan oleh bank-bank konvensional, baik itu produk penghimpunan dana (*funding*) maupun produk pembiayaan (*financing*), pada dasarnya dapat pula disediakan oleh Bank-bank Syari'ah.

Produk pembiayaan KPR yang digunakan dalam perbankan syari'ah memiliki berbagai macam perbedaan dengan KPR di perbankan konvensional. Hal ini merupakan implikasi dari perbedaan prinsipal yang diterapkan perbankan syari'ah dan perbankan konvensional, yaitu konsep bagi hasil dan kerugian (*profit and loss sharing*) sebagai pengganti sistem bunga perbankan konvensional. Dalam produk pembiayaan kepemilikan

rumah ini, terdapat beberapa perbedaan antara perbankan syari'ah dan perbankan konvensional, di antaranya adalah; pemberlakuan sistem kredit dan sistem *markup*, kebolehan dan ketidakbolehan tawar menawar (*bargaining position*) antara nasabah dengan bank, prosedur pembiayaan dan lain sebagainya.¹

KPR merupakan salah satu produk perbankan yang disediakan bagi debitur untuk pembiayaan perumahan. Perumahan disini bukan dalam arti rumah tempat tinggal pada umumnya, tetapi meliputi ruang untuk membuka usaha seperti rumah toko (ruko) dan rumah kantor (rukan), serta apartemen mewah dan rumah susun.²

Melalui pembiayaan KPR, kita tidak harus menyediakan dana seharga rumah. Cukup memiliki uang muka tertentu, dan rumah idaman pun menjadi milik kita. Kita bisa leluasa menempatnya karena meski masih mengangsur rumah itu sudah menjadi rumah kita sendiri.³

Dari segi pengistilahan, untuk produk pembiayaan pemilikan rumah, perlu dipikirkan suatu bentuk pengistilahan yang relevan. Karena istilah KPR cenderung memunculkan asumsi terjadinya kredit, padahal dalam perbankan syari'ah tidak

¹ Helmi Haris, "Pembiayaan Kepemilikan Rumah (Sebuah Inovasi Pembiayaan Perbankan Syari'ah)", *Jurnal Ekonomi Islam*, I (Juli,2007), hlm. 115

² Slamet Ristanto, *op. cit.* hlm. 20

³ *Ibid.* hlm. 11

menggunakan sistem kredit. Untuk menghindari hal itu (tetapi tetap menggunakan istilah KPR), beberapa Bank Syari'ah (seperti BTN Syari'ah) memaknai KPR dengan "Kepemilikan Rumah". Dalam menjalankan produk KPR, Bank Syari'ah memadukan dan menggali akad-akad transaksi yang dibolehkan dalam Islam dengan operasional KPR perbankan konvensional. Adapun akad yang banyak digunakan oleh perbankan syari'ah di Indonesia dalam menjalankan produk pembiayaan KPR adalah akad murabahah dan istisna'.⁴

2.1.1.2 Akad-akad dalam KPR

2.1.1.2.1 Murabahah

KPR Syariah menggunakan sistem berbasis murabahah (jual beli)⁵. Secara etimologi, murabahah berasal dari kata *ribh*, yang berarti keuntungan.⁶ Sedangkan dalam pengertian terminologis, murabahah adalah jual beli barang seharga barang tersebut ditambah keuntungan yang disepakati antara penjual dengan pembeli.⁷

⁴ Helmi Haris, *op. cit.* hlm. 115-116

⁵ Artikel resmi BTN dalam www.btn.co.id, tanggal 10 Mei 2006.

⁶ Abdullah al-Muslih & Shalah ash-Shawi, *Fikih Ekonomi Keuangan Islam*, Jakarta: Daarul Haq, 2004, hlm. 198.

⁷ Adiwarmanto A. Karim, *Bank Islam; Analisis Fiqih dan Keuangan*, Jakarta: IIIT Indonesia, 2003, hlm. 161.

Murabahah dalam istilah Fikih adalah suatu bentuk jual beli tertentu ketika penjual menyatakan biaya perolehan barang, meliputi harga barang dan biaya-biaya lain yang dikeluarkan untuk memperoleh barang tersebut, dan tingkat keuntungan (*margin*) yang diinginkan.⁸

Tingkat keuntungan ini bisa dalam bentuk lumpsom atau persentase tertentu dari biaya perolehan. Pembayaran bisa dilakukan secara spot (tunai) atau bisa dilakukan dikemudian hari yang disepakati bersama. Oleh karena itu, murabahah tidak dengan sendirinya mengandung konsep pembayaran tertunda (*defferent payment*), seperti yang secara umum dipahami oleh sebagian orang yang mengetahui murabahah hanya dalam hubungannya dalam transaksi pembiayaan diperbankan syariah, tetapi tidak memahami Fikih Islam.

Dalam daftar istilah buku himpunan fatwa DSN (Dewan Syariah Nasional) dijelaskan bahwa yang dimaksud dengan murabahah (DSN, 2003:31) adalah menjual suatu barang dengan menegaskan harga

⁸ Ascarya, *Akad dan Produk Bank Syari'ah*, PT RajaGrafindo Persada, Jakarta : 2007, hlm. 81-82

belinya kepada pembeli dan pembeli membayarnya dengan harga yang lebih sebagai laba. Sedangkan dalam PSAK 59 tentang Akuntansi Perbankan Syariah paragraph 52 dijelaskan bahwa murabahah adalah akad jual beli barang dengan menyatakan harga perolehan dan keuntungan (*margin*) yang disepakati oleh penjual dan pembeli.⁹

Adapun ayat-ayat Al-Qur'an yang dapat dijadikan rujukan dasar akad murabahah, adalah:¹⁰

Surat an-Nisa' : 29



Artinya :

“Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang Berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu. dan janganlah kamu membunuh dirimu, Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu”.
(QS. An-Nisa' : 29)

⁹ Wiroso, *op. cit.* hlm. 13-14.

¹⁰ Muhammad, *Sistem & Prosedur Operasional BANK SYARIAH cet. I*, UII Press, Yogyakarta : 2000, hlm. 22

2.1.1.2.2 Istishna'

Istishna' berarti minta dibuatkan. Secara terminologi muamalah (ta'rif) berarti akad jual beli dimana shanni' (produsen) ditugaskan untuk membuatkan suatu barang pesanan oleh mustashni' (pemesan).¹²

Istishna' sebagai salah satu produk yang didasarkan pada akad jual beli telah mendapatkan pengaturan secara implisit dalam Undang-Undang Nomor 7 Tahun 1992 tentang Perbankan, yakni dalam ketentuan umum mengenai prinsip Syariah. Istishna' diatur secara khusus dalam Undang-Undang Nomor 21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah, antara lain yakni pada Pasal 19 Ayat (1).¹³

Dalam fatwa DSN-MUI dijelaskan bahwa jual beli Istishna' adalah akad jual beli dalam bentuk pemesanan pembuatan barang tertentu dengan kriteria dan persyaratan tertentu yang disepakati antara

¹² Muhammad (2000), *op. cit.* hlm. 120

¹³ Abdul Ghofur Anshori, *Perbankan Syariah di Indonesia*, Yogyakarta : Gajah Mada University Press, 2007, hlm. 107.

pemesan (pembeli/*Mustashni'*) dan penjual
(pembuat/*sani'*).¹⁴

¹⁴ Majelis Ulama' Indonesia, *Himpunan Fatwa-Fatwa Dewan Syari'ah Nasional*, Jakarta: DSN MUI bekerjasama dengan Bank Indonesia, 2003, hlm. 17.

2.1.2 Mekanisme Oprasional KPR

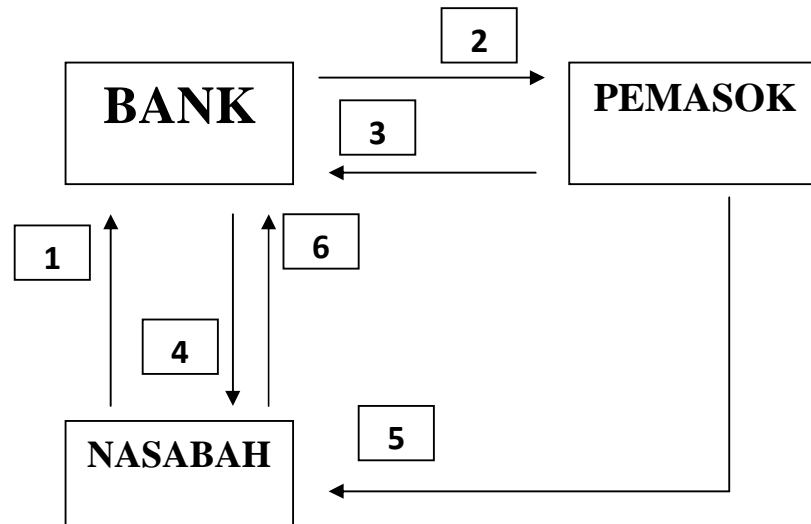
2.1.2.1 Mekanisme dalam bentuk Murabahah

Dalam praktek perbankan syari'ah, murabahah selalu menggunakan jenis *al-bay' bissaman 'ajil atau muajjal* (jenis pembayaran secara tangguh atau cicilan). Jadi, murabahah merupakan transaksi jual beli, di mana bank bertindak sebagai penjual dan nasabah sebagai pembeli. Akad jenis ini adalah salah satu bentuk akad bisnis yang mencari keuntungan bersifat pasti (*certainly return*) dan telah diketahui dimuka (*pre-determiner return*). Murabahah sendiri merupakan penjualan sesuatu barang dengan harga asal dengan tambahan keuntungan sejumlah yang disepakati bersama. Dengan sistem murabahah yang diterapkan dalam pembiayaan KPR ini berarti pihak Bank Syari'ah harus memberitahukan harga perolehan atau harga asal rumah yang dibeli dari developer kepada nasabah KPR Syari'ah dan menentukan suatu tingkat keuntungan (*profit margin*) sebagai tambahan.¹⁵

Diantara bank-bank di Indonesia yang menggunakan akad Murabahah dalam pembiayaan KPR antara lain BNI Syariah, BSM (Bank Syariah Mandiri) serta BTN Syariah.

¹⁵ Muhammad Syafi'i Antonio, *Bank Syariah Wacana Ulama & Cendekiawan*, Jakarta: Bank Indonesia, 1999, hlm. 21.

Berikut skema Proses Transaksi Murabahah:¹⁶



Keterangan:

1. Pembuatan akad jual beli barang antara bank dan nasabah yang sekaligus merupakan pemesanan barang oleh nasabah kepada bank
2. Pembuatan akad jual beli yang diikuti pelaksanaan pembayaran harga barang oleh bank
3. Penjualan dan penyerahan hak kepemilikan barang oleh pemasok kepada bank
4. Penjualan barang + *markup/margin* & penyerahan hak kepemilikan oleh bank kepada nasabah

¹⁶ Sutan Remy Sjahdeini, *Perbankan Syariah Produk-produk dan Aspek-aspek Hukumnya*, Jakarta: PT Jayakarta Agung Offset, 2010, hlm. 181

5. Pengiriman barang secara fisik oleh pemasok kepada nasabah
6. Pelunasan harga barang oleh nasabah kepada bank secara cicilan atau secara sekaligus pada akhir waktu pelunasan

a. Rukun dan Syarat KPR Syari'ah yang menggunakan akad Murabahah.

Dalam semua pembiayaan Murabahah termasuk KPR, terdapat rukun yang dikristalisasikan sebagai berikut:

- 1) Pihak yang berakad
 - a) Penjual
 - b) Pembeli
- 2) Objek yang diakadkan
 - a) Barang diperjualbelikan
 - b) Harga jual/keuntungan
- 3) Akad/ sighthat
 - a) Serah (ijab)

b) Terima (qabul)¹⁷

Dengan mengacu pada akad murabahah, dapat disimpulkan syarat-syarat yang harus dipenuhi dalam transaksi KPR Syari'ah adalah sebagai berikut:

- 1) Pihak bank harus memberitahukan biaya pembelian rumah kepada nasabah KPR Syari'ah.
- 2) Kontrak transaksi KPR Syari'ah ini haruslah sah.
- 3) Kontrak tersebut harus terbebas dari riba.
- 4) Pihak Bank Syari'ah harus memberikan kejelasan tentang rumah yang dijadikan obyek transaksi KPR Syari'ah.
- 5) Penjual harus menjelaskan semua hal yang berkaitan dengan proses perolehan barang tersebut.¹⁸

¹⁷ Tim PPS. IBI, *Konsep Produk dan Implementasi Operasional Bank Syari'ah*, Jakarta: Djambatan, 2003, hlm. 77.

¹⁸ Syafi'i Antonio, *Bank Syari'ah; Dari Teori ke Praktek*, Jakarta: Gema Insani Press, 2001, hlm. 102

b. Penentuan keuntungan pembiayaan KPR dengan akad Murabahah

Produk KPR Syari'ah merupakan salah satu produk pelepasan dana pada Bank Syari'ah, berdasarkan –salah satunya- akad murabahah, yang perolehan keuntungan disebut *margin* atau *mark-up* yang bersifat tetap selama masa perjanjian (*certainly return*).¹⁹ Karena besarnya keuntungan atau *margin* sudah diketahui sejak awal, maka tinggi rendahnya dipengaruhi oleh tingkat keuntungan per satu kali transaksi dan besarnya jumlah transaksi dalam satu periode.²⁰ Besarnya cicilan yang harus dibayar oleh nasabah KPR Syari'ah adalah bersifat tetap (tidak berubah) selama masa transaksi yang telah disepakati. Dengan demikian, konsumen tidak terbebani fluktuasi suku bunga yang terus mengalami perubahan. Meskipun suku bunga bergolak, cicilan KPR Syariah tetap sama.²¹

Bentuk keuntungan atau margin dalam pembiayaan KPR Syari'ah adalah dalam bentuk nominal rupiah, namun dapat juga dipersentasekan jika ingin mengetahui berapa sebenarnya besarnya persentase margin dibandingkan harga

¹⁹ *Certainly return* adalah perolehan keuntungan yang dapat dipastikan di awal kontrak

²⁰ Adiwarmanto A. Karim, *Op.Cit.*, hlm. 253.

²¹ Helmi Haris, *op. cit.* hlm. 119

perolehan. Hal ini dapat dibenarkan karena transaksi murabahah adalah transaksi yang obyeknya terdapat barang yang diperjualbelikan sehingga jenis transaksi ini bentuk bisnis yang nyata pada sektor riil yang menciptakan nilai tambah (*economic value added*).²²

Dengan merujuk pada akad murabahah, penentuan harga atau keuntungan dan angsuran dalam KPR Syariah haruslah memenuhi persyaratan-persyaratan berikut:²³

- 1) Keuntungan atau mark-up yang diminta bank harus diketahui oleh nasabah.
- 2) Harga jual bank adalah harga beli (harga perolehan) bank ditambah keuntungan.
- 3) Harga jual tidak boleh berubah selama masa perjanjian.
- 4) Sistem pembayaran dan jangka waktunya disepakati bersama.

2.1.2.2 Mekanisme dalam bentuk Istishna'

Pada prinsipnya, pembiayaan Istishna' merupakan transaksi jual beli dengan cara pembayaran mengansur (*installment*) yang

²² Muhammad, *Manajemen Bank Syariah*, Yogyakarta: UPP AMP YKPN, 2002, hlm. 69.

²³ Tim DSN-MUI, *Op.Cit.*, hlm. 17

hampir sama dengan transaksi murabahah. Perbedaannya terletak pada penyerahan barang yang menjadi objek transaksi. Dalam murabahah, barang diserahkan di muka, sedangkan dalam isthisna', barang diserahkan di belakang, yakni pada akhir periode pembiayaan. Hal ini terjadi karena biasanya barang belum dibuat atau belum wujud.²⁴

Dalam KPR dengan akad ini, bank bertindak sebagai agen pemesan dan penjual. Bank memesan kepada developer, sebuah rumah yang kriteria-kriterianya sudah ditentukan terlebih dahulu oleh nasabah. Rumah yang dimaksudkan ini adalah rumah yang memang belum wujud dan baru dimulai pembangunannya setelah ada pemesanan dari pihak bank. Pihak bank kemudian menjual rumah tersebut kepada nasabah secara angsuran, tetapi penyerahannya adalah pada waktu akhir periode pembayaran. Salah satu bank yang memiliki produk pembiayaan KPR Syari'ah dengan menggunakan akad Istishna' ini adalah BTN Syari'ah.²⁵

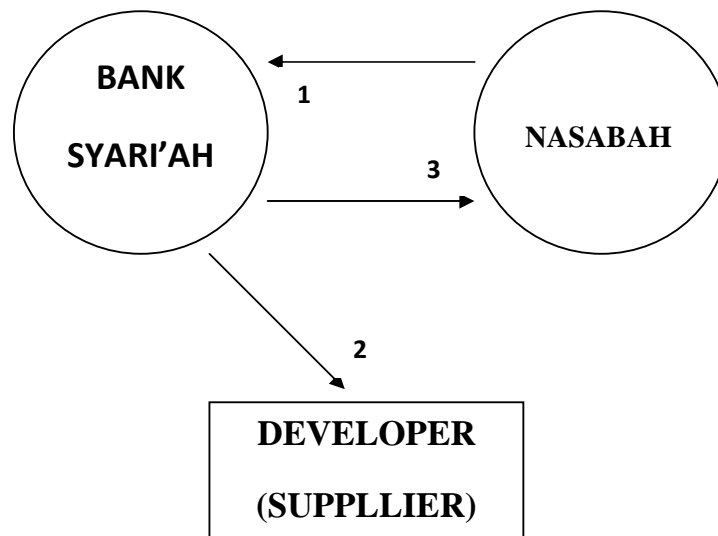
Adapun harga jual bank adalah harga awal rumah tersebut dari pengembang ditambah biaya-biaya yang telah dikeluarkan oleh bank beserta tingkat keuntungan yang besarnya haruslah disepakati terlebih dahulu antara nasabah dengan bank. Ketentuan

²⁴ Helmi Haris, *op. cit.* hlm. 120

²⁵ *Ibid.*

mengenai besarnya harga jual rumah kepada nasabah ini berlaku selama akad berlangsung.

a. Skema Pembiayaan KPR dengan akad Istishna'²⁶



Keterangan :

1. Nasabah memesan rumah kepada bank dengan kriteria tertentu yang telah ditentukan.
2. Bank membeli rumah kepada developer perumahan (selaku *supplier*) sesuai dengan kriteria yang telah ditentukan oleh nasabah.

²⁶ Diadaptasi dari skema *Istishna'*. Lihat, Muhammad (2002), *op.cit.*, hlm. 93

3. Bank menjual barang kepada nasabah (tetapi penyerahan barangnya pada akhir pembiayaan) dan nasabah membayar dengan cara mengangsur.

b. Ketentuan umum sistem jual beli Istishna'

Karena KPR ini menggunakan akad Istishna', maka akad KPR ini harus memenuhi beberapa ketentuan umum sistem jual beli Istishna', yaitu:²⁷

1. Spesifikasi barang (dalam hal ini adalah rumah) yang dipesan harus jelas, seperti; tipe, kelengkapan, ukuran dan lain sebagainya.
2. Harga jual yang telah disepakati, dicantumkan dalam akad dan tidak boleh berubah selama berlakunya akad.
3. Jika terjadi perubahan kriteria pesanan dan terjadi perubahan harga setelah akad ditandatangani, maka seluruh biaya tambahan tetap ditanggung oleh nasabah.

2.1.3 Pengaruh Faktor Agama

Agama (*Religion*) berasal dari bahasa latin *religio* yang berarti ikatan bersama. Agama dibentuk oleh serangkaian tindakan dan konsep.

²⁷ *Ibid.*, hlm. 92

Agama, religi, dan din pada umumnya merupakan suatu tata keimanan atau tata keyakinan atas adanya sesuatu yang mutlak di luar manusia.²⁸

Dalam Al-Qur'an Surat Ash-Shaff ayat 9 dijelaskan:



Artinya:

*Dia-lah yang mengutus Rasul-Nya dengan membawa petunjuk dan agama yang benar agar Dia memenangkannya di atas segala agama-agama meskipun orang musyrik membenci. (ash-Shaff: 9)*²⁹

Istilah agama sering disamakan dengan istilah yang lain seperti religi (*religion*: bahasa Inggris) danb (*ad-diin*: bahasa Arab), pada dasarnya semua istilah ini sama maknanya dalam termoinologi dan teknis.³⁰ Sedangkan menurut Mayer agama adalah seperangkat aturan dan kepercayaan yang pasti untuk membimbing manusia dalam tindakan terhadap tuhan, orang lain dan diri sendiri.³¹ Paham keagamaan yang dianut pada akhirnya mendorong pada perilaku sehari-hari, baik dalam peribadatan maupun akhlak bermasyarakat.³²

²⁸ H. Endang Saifuddin Anshari, *Wawasan Islam Pokok-pokok Pikiran Tentang Islam*, Jakarta: GEMA INSANI, 2004, hlm. 30-31

²⁹ Al-Quran in Word.

³⁰ Dadang Kahmad, *Sosiologi Agama*, Bandung : PT Remaja Rosda Karya, 2009, hlm. 13

³¹ Brian S. Turner, *Agama dan Teori Sosial Rangka- Pikir Sosiologi Dalam Membaca Eksistensi Tuhan Diantara Gelegar Ideologi-ideologi kontemporer*, Yogyakarta: IRCiSoD, 2006, Cet II, hlm. 36

³² Zuly Qodir, *Agama dan Mitos Dagang*, Solo : Pondok Edukasi, 2002, hlm. 26

Secara sosiologis agama merupakan kategori sosial dan tindak empiris yang ditandai dengan tiga corak pengungkapan universal, yaitu pengungkapan teoritis berwujud kepercayaan (*belief system*), pengungkapan praktis sebagai system persembahan (*system of worship*) dan pengungkapan sosiologis sebagai sistem hubungan masyarakat (*system of social relation*).³³

Ajaran agama mempunyai pengaruh yang besar dalam menyatukan persepsi kehidupan masyarakat tentang semua harapan hidup. Sebagai salah satu arah kehidupan sosial yang proses pemolaannya lebih sistematis dan mendarah daging. Dalam pemolaan, perilaku sosial agama memasuki hati nurani manusia sehingga akal pikiran utama mencari makna hidup belum sempurna apabila substansi ajaran agama tidak dijadikan rujukan terpenting secara epistemologis ataupun aksiologis.³⁴

Religious islam meliputi dimensi jasmani dan rohani, fikir dan dzikir, akidah dan ritual, penghayatan dan pengamalan, akhlak, individual, dan kemasyarakatan, dunia dan ukhrawi. Pada dasarnya religiusitas meliputi seluruh dimensi dari seluruh aspek kehidupan.³⁵

Pandangan Islam tentang kehidupan diwarnai oleh kepastian, keselarasan, dan dinamisme. Seluruh karakteristik ini berasal dari filsafat

³³ U. Maman, *Metodologi Penelitian Agama: Teori dan Praktik*, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2006, hlm. 1

³⁴ *Ibid.*, hlm. 2

³⁵ U. Maman, *Metodologi Penelitian Agama: Teori dan Praktik*, Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2006, hlm. 1

Islam asli, yaitu yang berusaha memadukan berbagai segi kehidupan manusia lewat aksioma etikanya yang *universal*, yaitu kesatuan (tauhid), bukanya membeda-bedakan. Islam menganut sistem keseimbangan, kehendak bebas, dan pertanggung jawaban dalam aspek kehidupannya.³⁶

Dalam islam, umatnya harus memperkuat kemauannya untuk selalu berpegang teguh kepada hukum halal dan haram, menjunjung tinggi hukum sara' dan menggunakan akal sebaik-baiknya, termasuk dalam bekerja maupun berusaha.³⁷

Perilaku seorang konsumen muslim harus mencerminkan hubungan dirinya dengan Allah SWT. Inilah yang tidak kita dapati dalam ilmu perilaku konsumsi konvensional. Setipa pergerakan dirinya, yang berbentuk belanja sehari hari, tidak lain adalah manifestasi zikir dirinya atas nama Allah. Dengan demikian, dia lebih memilih jalan yang di batasi Allah dengan tidak memilih barang haram, tidak kikir, dan tidak tamak supaya hidupnya selamat di dunia maupun akhirat.³⁸

Islam sama sekali tidak memperkenankan pemeluknya mendahulukan kepentingan ekonomi di atas kepentingan pemeliharaan nilai dan keutamaan yang diajarkan agama.³⁹ Hal yang membedakan antara sistem Islam dengan sistem agama lain adalah adanya hubungan

³⁶ Adnan, *ISLAM SOSIALIS Pemikiran Sistem Ekonomi Sosialis Religius Sjafruddin Prawiranegara*, Yogyakarta: Penerbit Menara Kudus Jogja, 2003, hlm. 25

³⁷ Ali hasan, *MANAJEMEN BISNIS SYARI'AH Kaya di Dunia Terhormat di Akhirat*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2009, hlm.186

³⁸ Muhammad Muflih, *op.cit.*, hlm. 4

³⁹ Muhammad Djakfar, *AGAMA, ETIKA, DAN EKONOMI Wacana Menuju Pengembangan Ekonomi Rabbaniyah*, Malang : UIN-Malang Press, 2007, hlm. 9

erat antara ekonomi dan akhlak, seperti halnya hubungan antara ilmu dan akhlak, antara politik dan akhlak, antara perang dan akhlak, antara agama dan negara, dan antara materi dan rohani. Akhlak adalah daging dan urat nadi kehidupan Islami.⁴⁰

Dari berbagai pendapat di atas, dapat ditarik kesimpulan tentang religiusitas yaitu suatu totalitas keberagamaan seseorang yang meliputi aspek keyakinan, pengamalan, penghayatan, pengetahuan, dan konsekuensi keberagamaan. Aspek-aspek tersebut merupakan suatu kesatuan yang tidak dapat dipisahkan. Kadang-kadang perilaku tersebut saling mempengaruhi satu sama lain, norma-norma dan nilai-nilai agama sangat berpengaruh terhadap perilaku sosial.⁴¹

Sementara itu, dalam prinsip lembaga keuangan syariah adalah bebas bunga yang tercermin dalam produk-produk yang dihasilkannya. Konsumen muslim senantiasa memilih produk syariah sebagai pilihannya. Mereka tidak hanya mencari kebahagiaan dunia saja, tetapi kebahagiaan akhirat juga.⁴²

Menurut R. Stark dan C.Y. Glock ada lima dimensi keberagamaan, antara lain:⁴³

⁴⁰ Yusuf Qardhawi, *Peran Nilai dan Moral dalam Perekonomian Islam*, terj. Didin Hafidhuddin, dkk. Jakarta : Robbani Press, 1997, hlm. 23.

⁴¹ U. Maman, *loc cit.*

⁴² Burhanuddin S, *Pasar Modal Syariah (Tinjauan Hukum)*, Yogyakarta: UII Press, 2008. Hlm. 47

⁴³ Roland Robertson, *AGAMA : Dalam Analisa dan Interpretasi Sosiologis*, Jakarta: Rajawali Pers, 1988, Hlm. 295

1. Dimensi Keyakinan

Dimensi ini berisikan pengharapan-pengharapan dimana orang yang religius berpegang teguh pada pandangan teologis tertentu, mengakui kebenaran doktrin-doktrin tersebut. Setiap agama mempertahankan seperangkat kepercayaan di mana para penganut diharapkan akan taat. Walaupun demikian, isi dan ruang lingkup keyakinan itu bervariasi tidak hanya diantara agama-agama, tapi seringkali juga diantara tradisi-tradisi dalam agama yang sama.

2. Dimensi Paktek Agama

Dimensi ini mencakup perilaku pemujaan, ketaatan, dan hal-hal yang dilakukan orang untuk menunjukkan komitmen terhadap agama yang dianutnya. Praktek-praktek keagamaan ini terdiri dari dua kelas penting :

Ritual, mengacu kepada seperangkat ritus, tindakan keagamaan formal dan praktek-praktek suci yang semua agama mengharapakan para penganutnya melaksanakan.

Ketaatan dan ritual mempunyai arti yang bersangkutan, ketaatan itu biasanya di simbolkan dengan ritual-ritual yang dipercayai.

3. Dimensi Pengalaman

Dimensi ini bersikan dan memperhatikan fakta bahwa semua agama mengandung pengharapan-pengharapan tertentu. dimensi ini berkaitan dengan pengalaman keagamaan, perasaan-perasaan, persepsi-

persepsi, dan sensasi-sensasi yang dialami seorang pelaku atau didefinisikan oleh suatu kelompok keagamaan (atau suatu masyarakat) yang melihat komunikasi, walaupun kecil, dengan suatu esensi ketuhanan yakni dengan tuhan, dengan kenyataan terakhir, dengan otoriti transendental.

4. Dimensi Pengetahuan Agama

Dimensi ini mengacu kepada harapan bahwa orang-orang yang beragama paling tidak memiliki sejumlah minimal pengetahuan mengenai dasar-dasar keyakinan, ritus-ritus, kitab suci, dan tradisi-tradisi.

5. Dimensi Konsekuensi

Dimensi ini mengacu kepada identifikasi akibat-akibat keyakinan keagamaan, praktek, pengalaman, dan pengetahuan seseorang dari hari ke hari.

2.1.4 Minat Konsumen

Minat dalam kamus besar bahasa Indonesia diartikan sebagai sebuah kecenderungan hati yang tinggi terhadap sesuatu gairah atau keinginan.⁴⁴ Secara etimologi pengertian minat adalah perhatian, kesukaan (kecenderungan hati) kepada sesuatu keinginan.⁴⁵ Sedangkan menurut istilah ialah suatu perangkat mental yang terdiri dari suatu campuran dari

⁴⁴ Anton M. Moeliono dkk, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, Jakarta. Balai Pustaka, 1999, hlm. 225

⁴⁵ WJS. Poerwadarminta, *Kamus Umum Bahasa Indonesia*, Jakarta : Balai Pustaka, 1982, hlm. 650

perasaan, harapan, pendirian, prasangka atau kecenderungan lain yang mengarahkan individu kepada suatu pilihan tertentu.⁴⁶

Minat merupakan kecenderungan seseorang untuk membuat pilihan aktivitas, kondisi-kondisi individual dapat merubah minat seseorang. Sehingga dapat dikatakan minat itu tidak stabil sifatnya Muhaimin (1994).⁴⁷

Menurut pendapat lain minat adalah kesukaan (kecenderungan hati) kepada sesuatu. Secara sederhana minat itu dapat diartikan suatu kecenderungan untuk memberikan perhatian kepada orang dan bertindak terhadap orang, aktivitas atau situasi yang menjadi objek dari minat itu tersebut dengan disertai dengan perasaan senang.⁴⁸

Minat merupakan motivasi yang mendorong orang untuk melakukan apa yang mereka inginkan bila mereka bebas memilih. Setiap minat akan memuaskan suatu kebutuhan. Dalam melakukan fungsinya kehendak itu berhubungan erat dengan pikiran dan perasaan. Pikiran mempunyai kecenderungan bergerak dalam sektor rasional analisis, sedang perasaan yang bersifat halus/tajam lebih mendambakan kebutuhan. Sedangkan akal berfungsi sebagai penguat pikiran dan perasaan itu

⁴⁶ Andi Mappiare, *Psikologi Remaja*, Surabaya: Usaha Nasional, 1997, hlm. 62

⁴⁷ Muhaimin, *Korelasi Minat Belajar Pendidikan Jasmani terhadap hasil Belajar Pendidikan Jasmani*, Semarang, IKIP, 1994, hlm. 4

⁴⁸ Abdul Rahman Shaleh dan Muhib Abdul Wahab, "*Psikologi Suatu Pengantar (Dalam Perspektif Islam)*", Jakarta : Kencana, 2004, hlm. 263.

dalam koordinasi yang harmonis, agar kehendak bisa diatur dengan sebaik-baiknya.⁴⁹

2.1.4.1 Faktor yang Mempengaruhi Minat

Crow and Crow (1973) berpendapat ada tiga faktor yang menjadi timbulnya minat, yaitu:

- a) Dorongan dari dalam individu, misal dorongan untuk makan, ingin seks. Dorongan untuk makan akan membangkitkan minat untuk bekerja atau mencari penghasilan, minat terhadap produksi makanan dan lain-lain.
- b) Motif sosial, dapat menjadi faktor yang membangkitkan minat untuk melakukan suatu aktivitas tertentu.
- c) Faktor emosional, minat mempunyai hubungan yang erat dengan emosi.⁵⁰

Dengan demikian maka dapat dikatakan bahwa minat adalah dorongan kuat bagi seseorang untuk melakukan segala sesuatu dalam mewujudkan pencapaian tujuan dan cita-cita yang menjadi keinginannya. Selain itu minat dapat timbul karena adanya faktor eksternal dan juga adanya faktor internal.⁵¹

⁴⁹ Sukanto M.M., *Nafsiologi*, Jakarta: Integritas Press, 1985, hlm. 120

⁵⁰ Abdul Rahman Shaleh dan Muhib Abdul Wahab, *op.cit.*, hlm. 264.

⁵¹ Lestar, Alice Crow, *op.cit.*, hlm. 303

2.1.4.2 Macam-macam Minat

Macam-macam minat

- a. Berdasarkan timbulnya, minat dapat dibedakan menjadi minat primitif dan minat kultural. Minat primitif adalah minat yang timbul karena kebutuhan biologis atau jaringan-jaringan tubuh, misalnya kebutuhan akan makanan. Sedangkan minat kultural adalah minat yang timbul karena proses belajar.
- b. Berdasarkan arahnya, minat dapat dibedakan menjadi minat intrinsik dan ekstrinsik. Minat intrinsik adalah minat yang langsung berhubungan dengan aktivitas itu sendiri, ini merupakan minat yang lebih mendasar atau minat asli. Minat ekstrinsik adalah minat yang berhubungan dengan tujuan akhir dari kegiatan tersebut.
- c. Berdasarkan cara mengungkapkan, minat dapat dibedakan menjadi empat yaitu:
 1. *Expressed Interest*

Minat yang diungkapkan dengan cara meminta kepada subyek untuk menyatakan atau menuliskan semua kegiatan, baik yang disenangi maupun yang paling tidak disenangi.

2. *Manifest Interest*

Minat yang diungkapkan dengan cara mengobservasi atau melakukan pengamatan secara langsung terhadap aktivitas yang dilakukan subyek atau dengan mengetahui hobinya.

3. *Tested Interest*

Minat yang diungkapkan dengan cara menyimpulkan dari hasil jawaban tes obyektif yang diberikan.

4. *Inventoried Interest*

Minat yang diungkapkan dengan cara menggunakan alat-alat yang sudah distandarkan, yakni berisi pertanyaan-pertanyaan kepada subyek.⁵²

Semua minat mempunyai dua aspek yaitu; pertama, adalah aspek kognitif. Kedua, adalah aspek afektif. Aspek kognitif didasarkan pada konsep yang dikembangkan seseorang mengenai bidang yang berkaitan dengan manusia. Sedang aspek afektif atau bakat emosional adalah aspek yang berkembang dari pengalaman pribadi dari sikap orang penting misal orang tua, guru dan teman sebaya terhadap kegiatan yang berkaitan dengan minat tersebut.⁵³

⁵² *Ibid*, hlm. 265.

⁵³ Sukanto, *op.cit*, hlm. 116-119

2.1.4.3 Penentuan Minat

Karena pentingnya peran minat dalam kehidupan manusia, maka minat perlu sekali ditemukan dan dipupuk. Ada beberapa metode untuk menentukan minat seseorang antara lain:

1. Pengamatan kegiatan
2. Pertanyaan
3. Membaca
4. Keinginan
5. Laporan mengenai apa saja yang diminati.⁵⁴

2.2 Penelitian Terdahulu

Dalam skripsi yang berjudul “Pengaruh Atribut Produk dan Pelayanan Islami terhadap Minat Nasabah (Studi Kasus Pada BMT Artha Salsabil Ngaliyan Semarang)” yang di tulis oleh Siti Sendari mahasiswa Ekonomi Islam Fakultas Syariah IAIN Walisongo Semarang, tahun 2011 mempunyai kesimpulan bahwa atribut dan pelayanan islami berpengaruh signifikan terhadap minat Nasabah.

Dari skripsi yang ditulis oleh Asiroch Yulia Agustina Mahasiswa IAIN Walisongo Semarang Fakultas Syari’ah Jurusan Ekonomi Islam Tahun 2012 yang berjudul “Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah Menggunakan Kartu Kredit Syariah (Studi Analisis Hasanah Card di Bank BNI Syariah Cabang Semarang), mempunyai kesimpulan bahwa ada indikator faktor agama yang

⁵⁴ Andi Mappiare, *op.cit*, hlm. 65

berpengaruh terhadap minat nasabah di BNI Syari'ah dalam menggunakan Kartu Kredit Syari'ah.

Pada skripsi lain yang ditulis oleh Ayoe Niken Pratiwi mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Sebelas Maret, tahun 2010 yang berjudul "Analisis Faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan masyarakat muslim untuk menggunakan Bank Syari'ah (Studi kasus di Kota Surakarta)" menyimpulkan bahwa proses pengambilan keputusan masyarakat muslim untuk menggunakan produk dan jasa Perbankan Syari'ah sebagai nasabah dipengaruhi oleh faktor intern muslim, salah satunya yaitu tingkat kualitas keagamaan muslim.

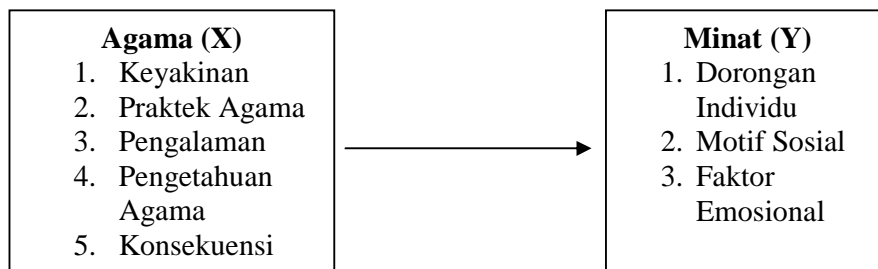
Dalam jurnal Ekonomi Islam yang ditulis oleh Rahman El Junusi dengan judul "Pengaruh Atribut Produk Islam, Komitmen Agama, Kualitas Jasa dan Kepercayaan terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah Bank Syari'ah (Pada Bank Muamalat Kota Semarang) mempunyai kesimpulan bahwa variabel komitmen agama mempunyai pengaruh terhadap kepuasan tidak begitu signifikan.

Ada pula skripsi yang ditulis oleh Danan Dany Shofa mahasiswa Muamalah Fakultas Syari'ah IAIN Walisongo Semarang, tahun 2006 yang berjudul "Studi Analisis Terhadap Pembiayaan Murabahah Di Baitul Mal Wa Tamwil (BMT) Hudatama Semarang" menyimpulkan bahwa Pembiayaan *Murabahah* diartikan sebagai bentuk jual beli dengan keuntungan yang disepakati antara pihak BMT Hudatama dengan pihak nasabah. Pembelian barang dalam pembiayaan *Murabahah* dapat dilakukan pihak BMT atau dapat diwakilkan kepada nasabah dan hal ini dibenarkan menurut Hukum Islam.

Dari beberapa penelitian diatas terdapat kesimpulan mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi minat nasabah termasuk agama untuk memilih Bank Syari'ah. Terdapat juga beberapa mengenai produk pembiayaan di Bank Syari'ah, khususnya dalam akad Murabahah. Dari beberapa penelitian yang ada, penelitian berbeda dengan penelitian yang akan dipaparkan oleh penulis. Penelitian ini lebih fokus pada apakah faktor agama terdapat pengaruh yang signifikan terhadap minat nasabah dalam memilih produk dari Bank Syari'ah, khususnya Kepemilikan Rumah (KPR) di Bank Tabungan Negara (BTN) Syari'ah Cabang Semarang.

2.3 Kerangka Teori

Dari uraian di atas, kerangka teori dapat digambarkan sebagai berikut :



2.4 Hipotesis

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian dan masih harus diuji kebenarannya.⁵⁵

Berdasarkan kerangka pemikiran teoritis dan hasil penemuan beberapa penelitian, maka hipotesis dapat dirumuskan bahwa “*Agama Berpengaruh Positif terhadap minat konsumen*”

⁵⁵ Iqbal Hasan, *Analisis Data Penelitian Dengan Statistik*, Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2004, hlm.