

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Deskripsi Teori

2.1.1 Pengertian Bank Syariah

Bank syariah atau dapat juga disebut sebagai bank islam adalah lembaga yang berfungsi sebagai intermediasi yaitu mengerahkan dana dari masyarakat dan menyalurkan kembali dana-dana tersebut kepada masyarakat yang yang membutuhkan dalam bentuk pembiayaan tanpa berdasarkan prinsip bunga melainkan berdasarkan prinsip syariah.⁷

Transaksi yang berdasarkan syariah tidak menerapkan bunga yang bersifat memastikan keuntungan . Transaksi kegiatan ekonomi yang dijalankan oleh bank syariah adalah sesuai dengan teori keuangan, *return goes a long with risk* (keuntungan selalu beriringan dengan risiko). Jadi, kegiatan operasional dalam perbankan syariah berdasarkan prinsip bagi hasil yang selalu memperhatikan aspek keadilan dan perlindungan yang seimbang terhadap kepentingan berbagai pihak yang bersangkutan dengan bersama-sama membeagi keuntungan dan kerugian (*profit and lost sharing*).

⁷ Sutan Remy Sjahdeini, *Perbankan Islam*, Jakarta: PT Pustaka Utama Grafiti, cet ke-3 , 2007, Hlm. 1

2.1.2 Pengertian Bagi Hasil

Sistem perekonomian Islam merupakan masalah yang berkaitan dengan pembagian hasil usaha harus ditentukan pada awal terjadinya kontrak kerja sama (akad), yang ditentukan adalah porsi masing-masing pihak, misalnya 20:80 yang berarti bahwa atas hasil usaha yang diperoleh akan didistribusikan sebesar 20% bagi pemilik dana (*shahibul mal*) dan 80% bagi pengelola dana (*mudharib*).

Bagi hasil adalah bentuk *return* (perolehan kembaliannya) dari kontrak investasi, dari waktu ke waktu, tidak pasti dan tidak tetap.⁸ *Nisbah* bagi hasil merupakan *nisbah* di mana para nasabah mendapatkan hak atas laba yang disisihkan kepada tabungan mereka karena tabungan masing-masing dipergunakan oleh bank dengan menguntungkan. Jadi pengertian bagi hasil adalah suatu sistem yang digunakan dalam perbankan syariah dalam menentukan porsi yang didapat masing-masing pihak.

Mekanisme pada lembaga keuangan syariah atau bagi hasil, pendapatan bagi hasil ini berlaku untuk produk-produk penyertaan, baik penyertaan menyeluruh maupun sebagian, atau bentuk bisnis *korporosi* (kerjasama). Pihak-pihak yang terlibat dalam kepentingan bisnis tersebut harus melakukan *transparansi* dan kemitraan secara baik dan ideal. Sebab semua pengeluaran dan pemasukan rutin yang

⁸ Adiwarman A. Karim, *op.cit.*, hlm. 191.

berkaitan dengan bisnis penyertaan, bukan kepentingan pribadi yang menjalankan proyek.

Keuntungan yang dibagihasilkan harus dibagi secara proporsional antara *shohibul maal* dengan *mudharib*. Dengan demikian, semua pengeluaran rutin yang berkaitan dengan bisnis *mudharabah*, bukan untuk kepentingan pribadi *mudharib*, dapat dimasukkan ke dalam biaya operasional. Keuntungan bersih harus dibagi antara *shohibul maal* dan *mudharib* sesuai dengan proporsi yang disepakati sebelumnya dan secara eksplisit disebutkan dalam perjanjian awal. Tidak ada pembagian laba sampai semua kerugian telah ditutup dan *ekuiti shohibul maal* telah dibayar kembali. Jika ada pembagian keuntungan sebelum habis masa perjanjian akan dianggap sebagai pembagian keuntungan di muka.

Kerjasama para pihak dengan sistem bagi hasil harus dilaksanakan dengan transparan dan adil. Hal ini disebabkan untuk mengetahui tingkat bagi hasil pada periode tertentu itu tidak dapat dijalankan kecuali harus ada laporan keuangan atau pengakuan yang terpercaya. Pada tahap perjanjian kerja sama ini disetujui oleh para pihak, maka semua aspek yang berkaitan dengan usaha harus disepakati dalam kontrak, agar antar pihak dapat saling mengingatkan.

2.1.3 Pengertian Mudharabah

Mudharabah adalah akad kerjasama usaha antara dua pihak, dimana pihak pertama bertindak sebagai pemilik dana (*shahibul maal*) yang menyediakan seluruh dana (100%), sedangkan pihak lainnya sebagai pengelola usaha (*mudharib*). Keuntungan usaha yang didapatkan dari akad *mudharabah* dibagi menurut kesepakatan yang dituangkan dalam kontrak, dan biasanya dalam bentuk *nisbah* (persentase).

Dalam mengaplikasikan prinsip *mudharabah*, penyimpanan atau deposit bertindak sebagai *shahibul maal* dan bank sebagai *mudharib*. Dana tersebut digunakan bank untuk melakukan *mudharabah*. Hasil usaha ini akan dibagi hasilkan berdasarkan nisbah yang disepakati. Dalam hal ini bank menggunakannya untuk melakukan *mudharabah* kedua, maka bank bertanggung jawab penuh atas kerugian yang terjadi.⁹

2.1.4 Pengertian Tabungan

Menabung adalah tindakan yang dianjurkan oleh Islam, karena dengan menabung berarti seorang muslim mempersiapkan diri untuk pelaksanaan perencanaan masa yang akan datang sekaligus untuk menghadapi hal-hal yang tidak diinginkan. Dalam al-qur'an terdapat ayat yang secara tidak langsung telah memerintahkan kaum muslimin

⁹ Adiwarman A. Karim, *op.cit.*, hlm. 97.

untuk mempersiapkan hari esok secara lebih baik.¹⁰ Dalam Al-qur'an surat al-hasyr ayat 18 diterangkan sebagai berikut:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَلْتَنْظُرْ نَفْسٌ مَّا قَدَّمَتْ لِإِعْدَاءٍ وَاتَّقُوا اللَّهَ إِنَّ اللَّهَ خَبِيرٌ بِمَا تَعْمَلُونَ

Artinya: *Hai orang-orang yang beriman, bertakwalah kepada Allah dan hendaklah setiap diri memperhatikan apa yang telah diperbuatnya untuk hari esok (akhirat) dan bertakwalah kepada Allah, sesungguhnya Allah Maha mengetahui apa yang kamu kerjakan.* (QS. Al-hasyr: 18).¹¹

Dalam alokasi anggaran konsumsi seseorang akan mempengaruhi keputusannya dalam menabung dan investasi. Seseorang akan menabung sebagian dari pendapatannya dengan beragam motif, diantaranya: untuk berjaga-jaga terhadap ketidakpastian yang akan datang, untuk persiapan pembelian suatu barang konsumsi di masa akan datang, untuk mengakumulasi kekayaannya. Demikian pula, seseorang akan mengalokasikan sebagian dari anggarannya untuk investasi, yaitu menanamkannya pada sektor produktif. Dengan investasi, seseorang mengorbankan konsumsinya sekarang dengan harapan akan mendapatkan hasil yang akan datang.¹²

¹⁰ Muhammad Syafi'I Antonio, *Bank syariah dari teori ke praktik*, Jakarta: Gema Insani, 2001, hlm. 61.

¹¹ Departemen Agama RI, *Al Qur'an dan Terjemahnya*, Jakarta: Yayasan Penyelenggara Penterjemah, 1971

2.1.5 Pengertian Loyalitas

Dalam Dekade 2000-an, orientasi perusahaan tingkat dunia telah mengalami perubahan atau pergeseran dalam pola pikir di dunia pemasaran dari pendekatan konvensional kearah pendekatan kontemporer Bhole (dikutip oleh Tjiptono 2006). Pendekatan konvensional lebih menekankan pada kepuasan pelanggan, reduksi biaya, pangsa pasar, dan riset pasar, sedangkan untuk pendekatan kontemporer lebih berfokus pada loyalitas pelanggan, retensi pelanggan, zero defection dan lifelong consumer.(Tjiptono,2006) Pembelian berulang sering kali dihubungkan dengan loyalitas merek (brand loyalty). Akan tetapi ada perbedaan di antara keduanya.¹³

Menurut Kapferer&Laurent (dikutip oleh Kusmayadi 2007), perilaku pembelian berulang (repeat purchasing behavior) bias dijabarkan menjadi dua kemungkinan yakni loyalitas dan inersia. Faktor pembedanya adalah sensitivitas merek yang didefinisikan sebagai sejauh mana nama merek memainkan peran kunci dalam proses pemilihan alternatif dalam kategori produk tertentu.

Menurut Kotler, Bowen dan Makens (dikutip oleh Wijaya dan Thio 2007), loyalitas pelanggan didefinisikan sebagai besarnya kemungkinan pelanggan membeli kembali dan kesediaan mereka untuk menjadi partner bagi perusahaan. Menjadi partner berarti

¹³ Astri Dhiah Maharani, *op.cit.*

bersedia membeli produk atau jasa dalam jumlah yang lebih banyak, memberikan rekomendasi positif serta bersedia menginformasikan kepada pihak perusahaan apabila terjadi kesalahan dalam operasional pelayanan.

Zeithaml et al (dikutip oleh Kusmayadi 2007) mengemukakan bahwa, terdapat empat indikator untuk variabel loyalitas pelanggan, yaitu: Transaksi berulang, Merekomendasikan kepada orang lain, Menggunakan jasa lain yang ditawarkan, dan Tidak terpengaruh tawaran dari pesaing.

2.2 Penelitian Terdahulu

Eliza Fitriah dan Nur S. Buchori dengan judul “Pengaruh Nisbah bagi hasil terhadap penghimpunan dana bank syariah (studi kasus pada produk tabungan di BPR Syariah Kota Bekasi)”. Hasil dari penelitian ini adalah bahwa nisbah bagi hasil berpengaruh signifikan terhadap penghimpunan dana bank syariah di BPR Syariah Kota Bekasi.¹⁴

Penelitian lain dilakukan oleh Lili Liliana dan Munrhokim Misanam mengenai nisbah bagi hasil yang berjudul ”Bagi Hasil, Bunga Bank dan Relijiusitas: Suatu Investigasi Loyalitas Nasabah Terhadap Perbankan Syariah” Dalam penelitian ini membahas pengaruh tingkat kereligiusan masyarakat, persepsi terhadap bunga bank, persepsi terhadap tingkat bagi hasil, dan persepsi terhadap atribut-atribut bank syariah terhadap loyalitas

¹⁴ *Jurnal Ekonomi Syariah Muamalah*, Vol. 1, No. 1. 7 23

nasabah terhadap bank syariah. Hasil regresi menunjukkan bahwa variabel tingkat religiusitas masyarakat tidak signifikan mempengaruhi keputusan nasabah untuk bergabung dengan bank syariah.

Hal ini dapat menimbulkan pengaruh yang ambigu dalam artian bahwa pengaruh yang ditimbulkannya bisa bersifat positif ataupun negatif terhadap perkembangan bank syariah itu sendiri. Dikatakan berpengaruh positif karena tingkat kereligiusan masyarakat yang tidak signifikan berarti nasabah yang melakukan transaksi di bank syariah tidak selalu nasabah yang memiliki tingkat religiusitas yang tinggi, sehingga masyarakat awam, bahkan yang non muslim sekalipun dapat menjadi nasabah bank syariah. Sehingga pangsa pasar bank syariah dapat lebih meluas lagi. Adapun penafsiran yang negatif, yaitu dengan tidak signifikannya variabel tingkat religiusitas masyarakat maka dapat dijelaskan bahwa dalam konteks penelitian ini, faktor penentu yang muncul dalam keputusan untuk bergabung dengan bank syari'ah atau tidak adalah faktor bunga bank konvensional.

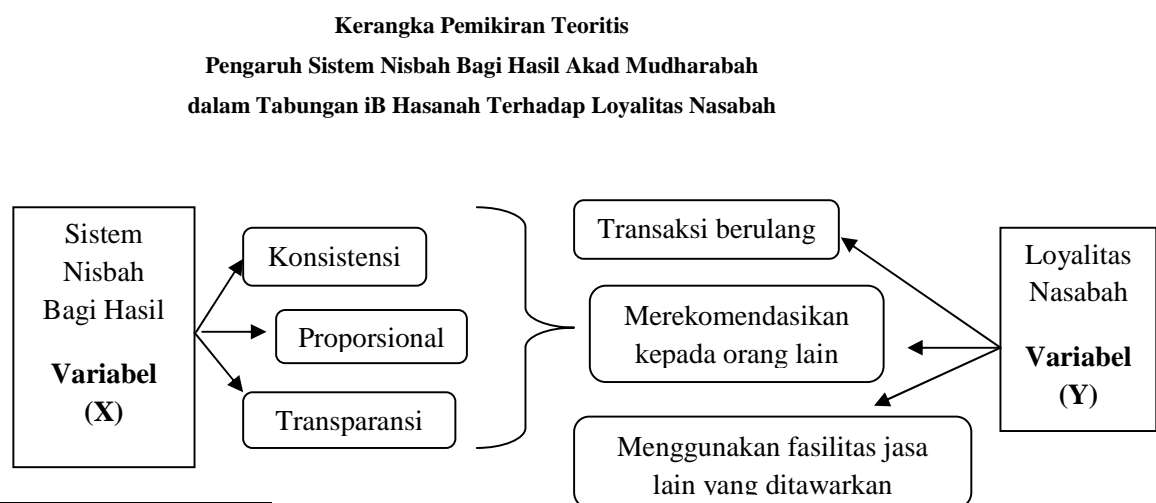
Selain itu, penentu yang lain adalah tingkat bagi hasil yang ditawarkan oleh bank syari'ah. Semakin tinggi tingkat bagi hasil yang ditawarkan maka semakin besar kecenderungan masyarakat dalam memutuskan bergabung dengan bank syari'ah. Hal ini menunjukkan bahwa dalam melakukan transaksi di bank syariah, nasabah hanya mempertimbangkan faktor bagi hasil. Ketika tingkat bagi hasil bank syari'ah lebih tinggi dari tingkat bunga bank konvensional, maka nasabah akan

bergabung dengan bank syariah. Sebaliknya, jika situasinya terbalik maka dikhawatirkan nasabah akan memilih untuk bergabung dengan bank konvensional.¹⁵

Beberapa penelitian yang telah diuraikan di atas berfungsi sebagai literatur atau referensi terhadap penelitian penulis. Sedangkan penelitian yang akan diteliti di sini adalah mengkombinasikan dan mengembangkan penelitian yang sudah ada dengan merujuk kepada penelitian Lili Liliana et. al. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya yaitu terdapat pada variabel yang diteliti. Jika penelitian sebelumnya menggunakan variabel Y perbankan syariah sedangkan dalam penelitian ini menggunakan variabel Y loyalitas nasabah.

2.3 Kerangka Pemikiran Teoritis

Berdasarkan latar belakang, perumusan masalah, metode penelitian, maka dirumuskan kerangka pemikiran teoritis sebagai berikut:



¹⁵ *Maslahah*, Vol.2, No. 2, Agustus 2011

Dari gambar kerangka pemikiran teoritis di atas dapat dijelaskan bahwa sistem nisbah bagi hasil (variabel X) dengan indikator konsistensi, proporsional, dan transparansi. Dalam pemberian bagi hasil harus ada ketetapan sehingga nasabah dapat memantaunya jika suatu saat ada perubahan nisbah bagi hasil yang akan didapatkan setiap akhir bulan. Proporsional adalah di mana bank dalam memberikan nisbah bagi hasil harus sesuai dengan persinya antara nasabah dan bank syariah. Transparansi merupakan salah satu cara agar nasabah mendapat kejelasan atas bagi hasil yang akan diperoleh diakhir bulan. Apabila bank mampu memberikan bagi hasil yang sesuai dengan ketentuan yang ada di atas, maka akan banyak menarik minat nasabah untuk loyal terhadap suatu produk bank tersebut.

Namun sebaliknya, bank ternyata tidak mampu memberikan nisbah bagi hasil yang tidak kompetitif, maka dapat dipastikan bank tersebut akan memperoleh kegagalan sehingga mengakibatkan nasabah dapat berpindah ke bank lain. Hal tersebutlah yang melatarbelakangi mengapa bank syariah perlu memberikan nisbah bagi hasil yang kompetitif dalam produk tabungan yang menggunakan akad mudharabah guna memberikan kepuasan semaksimal mungkin kepada nasabah serta mempertahankan loyalitas para nasabah.

2.4 Hipotesis Penelitian

Dengan demikian hipotesis merupakan dugaan sementara yang nantinya akan diuji dan dibuktikan kebenarannya melalui analisis data.

Hipotesis menjadikan penelitian menjadi jelas sehingga membimbing peneliti dalam melakukan penelitian dengan baik sebagai objek pengumpulan data maupun pengujian data.¹⁶

Hipotesis nol (Ho) disebut juga hipotesis statistik yaitu hipotesis yang diuji dengan statistik. Hipotesis ini mempunyai bentuk dasar atau memiliki statement yang menyatakan tidak ada hubungan antara variabel X dan variabel Y yang akan diteliti.¹⁷ Pada penjelasan di atas, apabila hipotesis nol ditolak maka secara otomatis hipotesis alternatif (Ha) diterima begi pula sebaliknya.

Berdasarkan latar belakang, rumusan masalah, tujuan dan manfaat, metode penelitian, kerangka pemikiran, maka dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

Ho = tidak ada pengaruh yang signifikan antara nisbah bagi hasil tabungan iB Hasanah dengan loyalitas nasabah tabungan iB Hasanah BNI Syariah Cabang Semarang.

Ha = ada pengaruh yang signifikan antara nisbah bagi hasil tabungan iB Hasanah dengan loyalitas nasabah tabungan iB Hasanah BNI Syariah Cabang Semarang.

¹⁶ Prof. Dr. H. M. Burhan Bugin, S.Sos., M.Si, *Metodologi Penelitian Kuantitatif : Komunikasi, Ekonomi, dan Kebijakan Publik Serta Ilmu-Ilmu Sosial Lainnya*, Jakarta : Kencana, 2006, h. 75

¹⁷ *Ibid.*, hal. 79