

BAB II

KAJIAN TEORI

A. Kajian Teori

1. Perbankan Syariah

a. Pengertian Perbankan Syariah

Perbankan syariah merupakan sistem perbankan yang menjalankan operasionalnya berdasarkan prinsip-prinsip hukum Islam (syariah), yang bersumber dari Al-Qur'an dan Hadis. Sistem ini tidak hanya berorientasi pada keuntungan semata, tetapi juga menekankan pada nilai-nilai keadilan, kemitraan, serta transparansi, dan menghindari praktik yang mengandung *riba*, *gharar* (ketidakpastian), dan *maysir* (spekulasi). Oleh karena itu, perbankan syariah hadir sebagai alternatif dalam sistem keuangan yang tidak hanya berfungsi secara ekonomi, tetapi juga memiliki aspek etika dan moral.

Menurut Dusuki dan Abdullah, perbankan syariah tidak hanya berfungsi sebagai lembaga intermediasi keuangan, tetapi juga berfungsi sebagai institusi yang mengintegrasikan nilai-nilai etika dan moral Islam dalam aktivitas ekonomi.¹ Hal ini menunjukkan bahwa aktivitas perbankan syariah tidak terlepas dari tanggung jawab sosial dan nilai spiritual dalam setiap transaksi yang

¹ Asyraf Wajdi Dusuki and Nurdianawati Irwani Abdullah, 'Why Do Malaysian Customers Patronise Islamic Banks?', *International Journal of Bank Marketing*, 25.3 (2007), 142–60

dilakukan. Pandangan tersebut diperkuat oleh Chapra yang menyatakan bahwa tujuan sistem keuangan Islam adalah untuk mencapai kesejahteraan sosial (*falah*) melalui distribusi kekayaan yang adil serta mendorong kegiatan ekonomi yang produktif.² Dalam konteks ini, perbankan syariah tidak hanya berperan dan berfungsi dalam menghimpun dan menyalurkan dana, tetapi juga berkontribusi dalam menciptakan keadilan ekonomi di masyarakat.

Selain itu, Iqbal & Mirakhor menjelaskan bahwa perbankan syariah beroperasi dengan prinsip *risk-sharing* (bagi hasil) sebagai pengganti sistem bunga, prinsip ini menciptakan hubungan kemitraan antara bank dan nasabah, di mana kedua belah pihak berbagi keuntungan maupun risiko secara adil dan seimbang.³ Dengan demikian, sistem ini dinilai lebih stabil dan berkeadilan dibandingkan system konvensional yang berbasis bunga.

b. Prinsip-Prinsip Perbankan Syariah

1) Larangan Riba

Riba adalah tambahan yang disyaratkan dalam transaksi pinjaman yang dilarang dalam Islam karena

² M Umer Chapra, *The Future of Economics: An Islamic Perspective* Edisi 1 (Leicester, UK: The Islamic Foundation, 2000), h. 313

³ Zamir Iqbal and Abbas Mirakhor, *An Introduction to Islamic Finance: Theory and Practice*, Edisi 1 (Singapore: John Wiley & Sons, 2011), h. 352

dianggap merugikan salah satu pihak. . Dalam sistem perbankan syariah, praktik *riba* dihindari dengan menggantikannya menggunakan mekanisme bagi hasil atau akad-akad syariah lainnya. Menurut El-Gamal, larangan *riba* bertujuan untuk mencegah dan menghindari ketidakadilan dalam transaksi keuangan serta mendorong aktivitas ekonomi yang lebih produktif dan berbasis sektor riil.⁴

Selain itu, larangan *riba* juga menunjukkan upaya menjaga keseimbangan dalam aktivitas ekonomi, sehingga tidak terjadi eksploitasi antara pihak yang memiliki kelebihan finansial dan menekankan pada keadilan distributif.

2) Bagi Hasil (*Profit Sharing*)

Konsep bagi hasil merupakan mekanisme utama dalam operasional perbankan syariah, Khususnya dalam akad *mudharabah* dan *musyarakah*. Dalam sistem ini, keuntungan dibagi berdasarkan nisbah yang telah disepakati, sedangkan risiko ditanggung bersama sesuai porsi kontribusi masing-masing pihak.

Menurut Aggarwal dan Yousef, sistem bagi hasil menciptakan hubungan kerja sama yang lebih adil dibandingkan dengan sistem bunga karena tidak

⁴ Mahmoud A El-Gamal, *Islamic Finance: Law, Economics, and Practice*, Edisi 1 (Cambridge ; New York: Cambridge University Press, 2006), h. 221

menempatkan beban risiko hanya pada satu pihak.⁵ Hal ini juga mendorong transparansi dan tanggung jawab bersama dalam pengelolaan dana.

3) Keadilan dan Transparansi

Keadilan dalam perbankan syariah tercermin dalam pembagian keuntungan dan risiko yang seimbang antara bank dan nasabah. Sementara itu, transparansi berkaitan dengan keterbukaan informasi mengenai produk, akad, serta risiko yang mungkin terjadi. Menurut Dusuki, transparansi merupakan faktor penting dalam meningkatkan kepercayaan serta memperkuat legitimasi lembaga keuangan syariah.⁶ Dengan adanya transparansi, nasabah dapat lebih memahami hak dan tanggung jawab mereka, sehingga meminimalkan potensi konflik dalam transaksi.

c. Fungsi dan Peran Perbankan Syariah

Perbankan syariah memiliki fungsi yang tidak jauh berbeda dengan perbankan konvensional, namun dengan pendekatan yang berbasis pada prinsip syariah. Secara umum, fungsi utama perbankan syariah meliputi:

⁵ Rajesh K Aggarwal and Tarik Yousef, 'Islamic Banks and Investment Financing', *Journal of Money, Credit and Banking* 3.1 (2000): 93–120

⁶ Asyraf Wajdi Dusuki, 'Understanding the Objectives of Islamic Banking: A Survey of Stakeholders' Perspectives', *International Journal of Islamic and Middle Eastern Finance and Management* 1.2 (2008), 132–48

- 1) Menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan
- 2) Menyalurkan dana dalam bentuk pembiayaan
- 3) Mendukung pertumbuhan ekonomi berbasis sektor riil

Dalam praktiknya, perbankan syariah tidak hanya berfungsi sebagai lembaga keuangan, tetapi juga sebagai instrumen pembangunan ekonomi yang berorientasi pada keadilan dan kesejahteraan masyarakat.

Menurut Beck, Demirgüç-Kunt, dan Merrouche, perbankan syariah cenderung memiliki stabilitas yang lebih baik saat menghadapi krisis keuangan karena bergantung pada aset riil serta menerapkan mekanisme bagi hasil (*risk-sharing*).⁷ Stabilitas ini membuat perbankan syariah menjadi pilihan alternatif dalam sistem keuangan yang lebih kuat terhadap guncangan ekonomi global.

Selain itu, perbankan syariah juga memiliki peran penting dalam meningkatkan inklusi keuangan dengan menjangkau masyarakat yang sebelumnya tidak terlayani oleh sistem perbankan konvensional, serta berkontribusi dalam mengurangi ketidaksetaraan ekonomi melalui distribusi dana yang lebih merata.

⁷ Thorsten Beck, Asli Demirguc-Kunt, and Ouarda Merrouche, 'Islamic vs. Conventional Banking: Business Model, Efficiency and Stability', *Journal of Banking & Finance* 37.2 (2013), 433–47

d. Perbedaan Bank Syariah dan Bank Konvensional

Perbedaan antara bank syariah dan bank konvensional dapat dilihat dari beberapa aspek utama, seperti system operasional, prinsip dasar, serta tujuan yang ingin dicapai.

Aspek	Bank Syariah	Bank Konvensional
Sistem	Bagi Hasil	Bunga
Prinsip	Syariah Islam	Kapitalis
Risiko	Ditanggung bersama	Ditanggung nasabah
Hubungan	Kemitraan	Kreditur-Debitur
Tujuan	Profit & Fatah	Profit maksimal

Gambar 2.1 Tabel perbedaan bank syariah dan bank konvensional.

Menurut Khan, perbedaan utama antara bank syariah dan bank konvensional terletak pada prinsip operasional dan tujuan ekonomi.⁸ Bank syariah tidak hanya mengejar keuntungan (*Profit*), tetapi juga mengintegrasikan aspek spiritual dan sosial dalam setiap aktivitasnya, sehingga menciptakan keseimbangan antara kepentingan ekonomi dan nilai-nilai keadilan.

⁸ Feisal Khan, 'How 'Islamic' Is Islamic Banking?,' Journal of Economic Behavior & Organization 76.3 (2010), 805–20

2. Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS)

a. Pengertian BPRS

Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) merupakan salah satu bentuk lembaga keuangan syariah yang beroperasi berdasarkan prinsip-prinsip Islam dan memiliki fokus utama pada pelayanan masyarakat skala mikro dan kecil. Keberadaan BPRS menjadi bagian penting dalam sistem perbankan syariah di Indonesia, khususnya dalam menjangkau masyarakat yang belum sepenuhnya terlayani oleh bank umum. Dalam operasionalnya, BPRS tidak menyediakan jasa lalu lintas pembayaran seperti transfer antarbank atau kliring, melainkan lebih memfokuskan diri pada penghimpunan dana dan penyaluran pembiayaan yang berbasis pada akad syariah.

Menurut Ascarya, BPRS adalah lembaga yang menghubungkan keuangan dengan fungsi penghimpunan dan penyaluran dana masyarakat dengan menggunakan prinsip syariah seperti *mudharabah*, *musyarakah*, dan *murabahah*.⁹ Dalam hal ini, BPRS tidak hanya berperan sebagai lembaga ekonomi, tetapi juga sebagai institusi yang menghadirkan nilai-nilai keadilan, kebersamaan, dan keberkahan dalam aktivitas keuangan.

⁹ Ascarya, *Akad Dan Produk Bank Syariah* Edisi 1 (Jakarta: Rajawali Pers, 2015), h. 271

Lebih lanjut, Karim mengungkapkan bahwa BPRS memiliki sifat yang lebih sederhana dibandingkan bank syariah umum, tetapi lebih dekat dengan masyarakat.¹⁰ Kedekatan ini tercermin dari pola pelayanan yang lebih personal, fleksibel, dan berbasis pada hubungan sosial yang kuat dengan nasabah.

Hal ini menjadikan BPRS sebagai lembaga yang efektif dalam menjalankan kelompok masyarakat yang belum terlayani oleh sistem perbankan formal (*unbanked society*). Dengan demikian, dalam operasionalnya, BPRS dapat dipahami sebagai lembaga keuangan mikro berbasis syariah yang tidak hanya berfungsi sebagai penghimpun dan penyalur dana, tetapi juga sebagai penggerak ekonomi masyarakat kecil dengan pendekatan yang lebih inklusif dan keadilan.

b. Landasan Hukum BPRS di Indonesia

BPRS memiliki landasan hukum yang kuat dalam sistem perbankan nasional, sehingga keberadaannya diakui dan dilindungi oleh regulasi negara. Regulasi ini menjadi pedoman dalam memastikan bahwa seluruh kegiatan operasional BPRS berjalan sesuai dengan prinsip syariah dan prinsip kehati-hatian.

¹⁰ Ibid, h. 17-25

1) Undang-Undang Nomor 21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah

Peraturan ini menjadi landasan utama bagi aktivitas perbankan syariah di Indonesia. Beberapa hal penting yang relevan dengan BPRS antara lain:

- a) Pasal 1: Menyatakan bahwa bank syariah adalah lembaga keuangan yang menjalankan kegiatan usaha berdasarkan prinsip syariah.
- b) Pasal 2: Menekankan bahwa kegiatan operasional perbankan syariah harus berpegang pada prinsip syariah, ekonomi yang demokratis, serta prinsip kehati-hatian.
- c) Pasal 3: Menyebutkan tujuan perbankan syariah yaitu menunjang pelaksanaan pembangunan nasional dalam rangka meningkatkan keadilan, kebersamaan, dan kesejahteraan masyarakat.
- d) Pasal 21–23: Mengatur kegiatan usaha BPRS, yaitu penghimpunan dana dalam bentuk tabungan dan deposito serta penyaluran dana dalam bentuk pembiayaan berbasis syariah.¹¹

Ketentuan ini menunjukkan bahwa BPRS tidak hanya berperan dalam aspek ekonomi, tetapi juga memiliki kewajiban sosial dalam mendukung pembangunan nasional.

¹¹ Republik Indonesia, 'Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 21 Tahun 2008 Tentang Perbankan Syariah' (2008)

2) Undang-Undang Nomor 10 Tahun 1998 tentang Perbankan

Undang-undang ini merupakan perubahan dari UU No. 7 Tahun 1992 yang menjadi dasar penerapan dual banking sistem di Indonesia, yaitu sistem perbankan konvensional dan syariah yang beroperasi secara bersamaan.¹² Dalam regulasi ini, keberadaan bank yang beroperasi berdasarkan prinsip bagi hasil mulai diakui, sehingga ini menjadi langkah awal bagi perkembangan perbankan syariah di Indonesia.

3) Fatwa DSN-MUI dan Regulasi OJK

Fatwa DSN-MUI berfungsi sebagai acuan utama menjamin bahwa operasional BPRS sejalan dengan prinsip syariah. Beberapa fatwa penting antara lain:

- a) Fatwa No. 03/DSN-MUI/IV/2000 (*Deposito Mudharabah*):¹³ menetapkan bahwa dana milik nasabah dikelola oleh bank dengan sistem bagi hasil (*nisbah*), tanpa adanya jaminan keuntungan tetap, dan kerugian menjadi tanggung jawab pemilik dana kecuali jika disebabkan oleh kelalaian bank.

¹² 'Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 1998 Tentang Perbankan' (1998)

¹³ Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia, 'Fatwa No. 03/DSN-MUI/IV/2000 Tentang Deposito Mudharabah', (Jakarta: DSN-MUI, 2000)

- b) Fatwa No. 07/DSN-MUI/IV/2000 (*Mudharabah*):¹⁴ adalah kolaborasi antara pemilik dana dan pengelola usaha, dimana keuntungan dibagi sesuai dengan kesepakatan dan kerugian menjadi beban pemilik modal.
- c) Fatwa No. 04/DSN-MUI/IV/2000 (*Murabahah*):¹⁵ transaksi jual beli dengan margin keuntungan yang telah disetujui dan disepakati, di mana bank harus memiliki atau mempunyai barangnya terlebih dahulu sebelum menjualnya kepada nasabah.
- d) Fatwa No. 09/DSN-MUI/IV/2000 (*Ijarah*):¹⁶ akad sewa atas suatu barang/jasa, dengan pembayaran sewa yang disepakati dan kepemilikan tetap pada pihak bank.

Selain itu, OJK berperan sebagai regulator yang mengawasi BPRS melalui penerapan prinsip kehati-hatian, manajemen risiko, dan perlindungan bagi nasabah.¹⁷ Menurut Antonio kombinasi antara fatwa DSN-MUI dan regulasi OJK memastikan bahwa

¹⁴ Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia, 'Fatwa No. 07/DSN-MUI/IV/2000 Tentang Pembiayaan Mudharabah', (Jakarta: DSN-MUI, 2000)

¹⁵ Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia, 'Fatwa No. 04/DSN-MUI/IV/2000 Tentang Murabahah', (Jakarta: DSN-MUI, 2000)

¹⁶ Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia, 'Fatwa No. 09/DSN-MUI/IV/2000 Tentang Ijarah', (Jakarta: DSN-MUI, 2000)

¹⁷ Otoritas Jasa Keuangan, 'Peraturan Otoritas Jasa Keuangan Tentang Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS)', (Jakarta: Otoritas Jasa Keuangan, 2023) (Diakses, 8 April 2026)

operasional BPRS tidak hanya sah secara hukum, tetapi juga sesuai dengan prinsip syariah.¹⁸

c. Karakteristik BPRS

BPRS memiliki karakteristik yang membedakannya dari bank umum syariah. Karakteristik tersebut antara lain:

- 1) Tidak menyediakan jasa lalu lintas pembayaran
- 2) Fokus pada pembiayaan mikro dan usaha kecil
- 3) Menggunakan prinsip syariah dalam seluruh aktivitas
- 4) Beroperasi secara lokal dan dekat dengan masyarakat
- 5) Memiliki pendekatan sosial dalam pelayanan

Berdasarkan pendapat Ismal, karakteristik ini menjadikan BPRS lebih adaptif terhadap kebutuhan masyarakat lokal serta mampu membangun hubungan yang lebih personal dengan nasabah.¹⁹ Karakteristik tersebut juga menunjukkan bahwa BPRS tidak hanya berorientasi pada profit, tetapi juga memiliki fungsi sosial yang kuat.

d. Peran BPRS dalam Inklusi Keuangan Syariah

BPRS memiliki kontribusi yang signifikan dalam meningkatkan inklusi keuangan, khususnya di sektor syariah. Peran tersebut meliputi:

- 1) Menyediakan akses keuangan bagi masyarakat yang belum terlayani

¹⁸ Muhammad Syafi'i Antonio, *Bank Syariah: Dari Teori Ke Praktik*, Edisi 1 (Jakarta: Gema Insani, 2001), h. 95-137

¹⁹ Rifki Ismal, 'Strengthening and Improving the Efficiency of Islamic Banks in Indonesia', *Humanomics* 26.1 (2010), 65–81

- 2) Mendukung perkembangan UMKM
- 3) Meningkatkan literasi keuangan syariah
- 4) Mendorong pemerataan ekonomi

Berdasarkan pendapat Demirgüç-Kunt et al. akses ke layanan keuangan formal merupakan elemen krusial untuk peningkatan kesejahteraan masyarakat.²⁰ Selain itu, Hassan & Aliyu menyatakan bahwa sistem keuangan syariah memiliki potensi besar dalam meningkatkan inklusi keuangan karena berbasis pada prinsip keadilan dan kepercayaan.²¹

e. Produk-Produk BPRS

Produk yang ditawarkan oleh Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) dirancang mengikuti prinsip syariah, seperti larangan *riba*, *gharar* (ketidakpastian), dan *maysir* (perjudian), serta menyesuaikan dengan kebutuhan masyarakat, khususnya pelaku usaha kecil dan menengah. Secara keseluruhan, produk BPRS dapat dikelompokkan menjadi tiga bagian utama, yaitu:

1) Produk Penghimpunan Dana

Produk ini bertujuan untuk menghimpun dana dari masyarakat yang kemudian akan disalurkan kembali dalam bentuk pembiayaan. Adapun jenisnya meliputi:

²⁰ Asli Demirguc-Kunt et al., *The Global Findex Database 2017: Measuring Financial Inclusion and the Fintech Revolution* Edisi 1 (Washington, DC: World Bank, 2018), h. 97-120

²¹ M Kabir Hassan and Sani Aliyu, 'A Contemporary Survey of Islamic Banking Literature', *Journal of Financial Stability* 34 (2018), 12–43

a) Tabungan *Wadiah*

Merupakan simpanan berdasarkan prinsip titipan, di mana nasabah menitipkan dananya kepada bank tanpa adanya imbal hasil yang disepakati. Namun, bank dapat memberikan bonus secara sukarela.

b) Tabungan *Mudharabah*

Merupakan simpanan dengan prinsip bagi hasil, di mana nasabah berperan sebagai pemilik dana (*shahibul maal*) dan bank berfungsi sebagai pengelola (*mudharib*). Keuntungan dibagi sesuai nisbah yang telah disepakati.

c) Tabungan *Mudharabah*

Produk simpanan berjangka yang menggunakan akad *mudharabah*, dengan jangka waktu tertentu (misalnya 1, 3, 6, atau 12 bulan). Nasabah memperoleh bagi hasil yang umumnya lebih tinggi dibandingkan tabungan karena sifatnya yang tidak dapat ditarik sewaktu-waktu.

2) Produk Pembiayaan

Produk ini merupakan penyaluran dana kepada masyarakat untuk berbagai kebutuhan, baik konsumtif maupun produktif, dengan tetap berlandaskan prinsip syariah:

a) *Murabahah* (Jual Beli)

Akad jual beli dengan tambahan keuntungan yang sudah disetujui sebelumnya. Bank memperoleh barang yang diperlukan oleh nasabah, kemudian menjualnya dengan harga yang lebih tinggi.

b) *Mudharabah* (Bagi Hasil)

Kerja sama usaha antara pemilik modal dan pengelola usaha, di mana keuntungan dibagi sesuai nisbah, sedangkan kerugian ditanggung pemilik modal sepanjang bukan akibat kelalaian pengelola.

c) *Musyarakah* (Kemitraan)

Kerja sama antara dua pihak atau lebih yang sama-sama menyertakan modal dan berbagi keuntungan maupun risiko sesuai kesepakatan.

d) *Ijarah* (Sewa)

Akad pemindahan hak guna atas suatu barang atau jasa melalui pembayaran sewa tanpa memindahkan kepemilikan.

3) Produk Jasa

Selain penghimpunan dana dan pembiayaan, BPRS juga menyediakan layanan jasa keuangan sederhana berbasis syariah, seperti:

- a) jasa transfer antar rekening,
- b) pembayaran tagihan,

- c) serta layanan administrasi keuangan lainnya yang mendukung aktivitas nasabah sehari-hari.

Menurut Adiwarman A. Karim, keberagaman produk yang ditawarkan oleh BPRS mencerminkan kemampuan lembaga keuangan syariah dalam memenuhi kebutuhan masyarakat.²² Variasi ini memungkinkan BPRS untuk tidak hanya berperan sebagai lembaga perantara keuangan, tetapi juga sebagai mitra usaha yang mendukung perkembangan ekonomi masyarakat, khususnya sektor mikro dan kecil, tanpa melanggar prinsip-prinsip syariah.

3. Deposito *Mudharabah*

a. Pengertian Deposito *Mudharabah*

Deposito *mudharabah* merupakan salah satu produk penghimpunan dana dalam perbankan syariah yang menggunakan akad *mudharabah*, yaitu kerja sama antara pemilik dana (*shahibul maal*) dan pengelola dana (*mudharib*). Dalam hal ini, nasabah bertindak sebagai pemilik dana yang mempercayakan dananya kepada bank, sedangkan bank berperan sebagai pengelola yang menginvestasikan dana tersebut dalam kegiatan usaha yang sesuai dengan prinsip syariah.

Menurut Adiwarman A. Karim, *mudharabah* adalah akad kerja sama usaha antara dua pihak di mana

²² Adiwarman A Karim, *Bank Islam: Analisis Fiqih Dan Keuangan*, edisi 5 (Jakarta: Rajawali Pers, 2014), h. 255-260

keuntungan dibagi berdasarkan kesepakatan (*nisbah*), sedangkan kerugian ditanggung oleh pemilik modal sepanjang tidak ada kelalaian dari pengelola.²³ Konsep ini menunjukkan bahwa hubungan antara nasabah dan bank dalam deposito *mudharabah* bukan sekedar hubungan kreditur dan debitur, melainkan hubungan kemitraan yang didasarkan pada prinsip kepercayaan dan keadilan.

Deposito *mudharabah* berbeda dengan deposito konvensional karena tidak menggunakan sistem bunga yang bersifat tetap, melainkan menggunakan sistem bagi hasil yang bergantung pada kinerja pengelolaan dana. Hal ini mencerminkan prinsip keadilan dan transparansi, di mana keuntungan yang diperoleh tidak ditentukan di awal secara pasti, tetapi berdasarkan hasil usaha yang nyata.

Dalam perspektif kualitatif, deposito *mudharabah* tidak hanya dipahami sebagai produk keuangan, tetapi juga sebagai praktik ekonomi berbasis nilai yang dimaknai oleh nasabah melalui pemahaman dan keyakinan mereka terhadap prinsip syariah. Hal ini sejalan dengan pandangan Burhan Bungin yang menyatakan bahwa dalam penelitian kualitatif, realitas sosial dipahami berdasarkan makna yang dibangun oleh

²³ Ibid, h. 195

individu.²⁴ Selain itu, menurut Lexy J. Moleong, pendekatan kualitatif menekankan pada pemahaman pengalaman subjektif dan interpretasi individu terhadap suatu fenomena.²⁵

Dalam konteks ekonomi islam, pemaknaan tersebut juga berkaitan dengan nilai-nilai keadilan, kepercayaan, dan keberkahan. Muhammad Syafi'i Antonio menyatakan bahwa bank syariah tidak hanya berorientasi pada keuntungan, tetapi juga menjunjung tinggi keadilan ('*adl*), kemitraan, dan keberkahan dalam setiap transaksi.²⁶ Dengan demikian, pemahaman nasabah terhadap deposito *mudharabah* tidak hanya berfokus pada aspek teknis, tetapi juga berkaitan dengan cara mereka memaknai dan mengapresiasi keadilan, kepercayaan, dan keberkahan dalam aktivitas keuangan.

b. Landasan Syariah (Fatwa DSN-MUI)

Dasar hukum untuk deposito *mudharabah* di Indonesia mengacu pada fatwa yang dikeluarkan oleh Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia (DSN-MUI), yang berfungsi sebagai panduan untuk menjamin bahwa perbankan syariah mengikuti prinsip-prinsip islam.

²⁴ Burhan Bungin, *Penelitian Kualitatif: Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik, Dan Ilmu Sosial Lainnya*, Edisi 2 (Jakarta: Kencana, 2015)

²⁵ Lexy J Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2018), h. 6-20

²⁶ Antonio, *Bank Syariah: Dari Teori Ke Praktik*, h. 20-60

Beberapa fatwa yang menjadi landasan utama antara lain:

- 1) Fatwa No. 03/DSN-MUI/IV/2000 tentang Deposito²⁷
- 2) Fatwa No. 07/DSN-MUI/IV/2000 tentang Pembiayaan *Mudharabah*²⁸

Fatwa tersebut menegaskan bahwa:

- 1) Deposito yang dibenarkan adalah yang menggunakan prinsip mudharabah
- 2) Pembagian keuntungan harus dinyatakan dalam bentuk nisbah
- 3) Tidak diperkenankan adanya penentuan keuntungan tetap di awal

Landasan ini menunjukkan bahwa deposito mudharabah memiliki fondasi yang kuat pada prinsip syariah yang menekankan keadilan (*al-'adl*), transparansi (*al-shidq*), dan kepercayaan (*amanah*). Prinsip-prinsip ini menjadi pembeda utama antara sistem keuangan syariah dan konvensional.

Dalam pendekatan kualitatif, landasan syariah tidak hanya dipahami sebagai peraturan normatif, tetapi juga sebagai nilai-nilai yang dipahami oleh nasabah ketika mengambil keputusan keuangan. Ketaatan terhadap prinsip syariah seringkali menjadi pertimbangan yang

²⁷ Indonesia, 'Fatwa No. 03/DSN-MUI/IV/2000 Tentang Deposito Mudharabah'

²⁸ Indonesia, 'Fatwa No. 07/DSN-MUI/IV/2000 Tentang Pembiayaan Mudharabah'

utama, memberikan rasa aman dan keyakinan bagi nasabah dalam memilih produk deposito *mudharabah*.

c. Rukun dan Syarat Akad Mudharabah

Secara fiqih, akad mudharabah memiliki rukun dan syarat yang harus dipenuhi agar dianggap sah dan sesuai prinsip syariah. Menurut literatur ekonomi Islam, rukun mudharabah meliputi:²⁹

- 1) Pelaku akad (*shahibul maal dan mudharib*)
- 2) Objek akad (modal dan usaha)
- 3) Ijab dan qabul (kesepakatan)
- 4) Nisbah keuntungan

Adapun syaratnya antara lain:

- 1) Modal harus jelas jumlahnya dan diserahkan secara penuh
- 2) Keuntungan dibagi berdasarkan kesepakatan di awal
- 3) Kerugian ditanggung pemilik modal kecuali akibat kelalaian pengelola

Ketentuan ini menunjukkan bahwa perjanjian/akad *mudharabah* menekankan kejelasan, keadilan, dan kesepakatan bersama antara kedua belah pihak. Tidak adanya ketidakpastian dalam akad menjadi hal penting untuk menjaga keabsahan transaksi.

Dalam pendekatan kualitatif, rukun dan syarat ini tidak hanya dipahami secara normatif, tetapi juga dilihat

²⁹ Karim, *Bank Islam: Analisis Fiqih Dan Keuangan*, 2014.

dari cara nasabah memahami dan menginterpretasikan keabsahan akad dalam praktik. Sebagai contoh, apakah nasabah benar-benar memahami nisbah yang disepakati atau hanya mempercayakan sepenuhnya kepada bank. aspek ini menjadi sangat penting dalam meneliti cara nasabah memahami produk deposito *mudharabah*.

d. Mekanisme Pelaksanaan Deposito *Mudharabah* di BPRS

Pelaksanaan deposito *mudharabah* di BPRS umumnya melibatkan beberapa tahapan, yaitu:

- 1) Nasabah menyetorkan dana dengan jangka waktu tertentu
- 2) Bank mengelola dana dalam kegiatan pembiayaan
- 3) Keuntungan usaha dibagi sesuai nisbah
- 4) Pengembalian dana dilakukan pada saat jatuh tempo

Menurut penelitian oleh Rifki Ismal, efisiensi pengelolaan dana oleh bank syariah menjadi faktor penting dalam menentukan hasil yang diperoleh nasabah.³⁰ Hal ini menunjukkan bahwa keberhasilan deposito *mudharabah* tidak hanya bergantung pada sistem akad, tetapi juga pada kemampuan bank dalam mengelola dana secara profesional dan amanah.

Dalam perspektif kualitatif, mekanisme ini tidak hanya dilihat sebagai prosedur teknis, tetapi juga

³⁰ Ismal, 'Strengthening and Improving the Efficiency of Islamic Banks in Indonesia'

dipahami melalui pengalaman langsung nasabah. Hal ini sejalan dengan pandangan Lexy J. Moleong yang menyatakan bahwa penelitian kualitatif berfokus pada pemahaman pengalaman dan arti yang dibentuk oleh individu mengenai suatu fenomena.³¹ Disamping itu, aspek seperti kenyamanan dalam layanan, kejelasan dalam informasi, kualitas interaksi juga berkaitan dengan kualitas pelayanan yang menentukan pada pandangan dan kepercayaan nasabah, sebagaimana dijelaskan oleh Kotler dan Keller dalam teori perilaku konsumen dan kualitas pelayanan.³² Semua aspek tersebut berkontribusi dalam membentuk pandangan dan kepercayaan nasabah terhadap produk.

e. Sistem Bagi Hasil (*Nisbah*)

Sistem bagi hasil merupakan ciri utama deposito *mudharabah*. Nisbah ditentukan di awal berdasarkan kesepakatan antara nasabah dan bank, sedangkan hasil yang diterima bergantung pada kinerja pengelolaan dana oleh bank.

Berdasarkan penelitian oleh M. Kabir Hassan dan Sani Aliyu, sistem bagi hasil dalam perbankan syariah mencerminkan prinsip *risk-sharing* yang menjadi pembeda utama dengan sistem bunga dalam perbankan

³¹ Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Edisi 38 (Bandung, PT Remaja Rosdakarya, 2028), h. 6

³² Philip Kotler and Kevin Lane Keller, *Marketing Management*, Edisi 15 (Pearson Education, 2016), h. 95-120

konvensional.³³ Dalam sistem ini, baik bank maupun nasabah sama-sama menanggung risiko dan berbagi keuntungan secara adil.

Dalam perspektif kualitatif, nisbah tidak hanya dipandang sebagai angka atau persentase, tetapi sebagai lambang keadilan dan transparansi. Ini sesuai dengan pandangan Lexy J. Moleong yang menekankan bahwa penelitian kualitatif bertujuan untuk memahami arti yang dibangun oleh individu berdasarkan pengalaman dan sudut pandangnya.³⁴ Di samping itu, perbedaan dalam cara nasabah memahami nisbah juga berkaitan dengan pemahaman dan kepercayaan mereka terhadap lembaga keuangan, sebagaimana yang dijelaskan oleh Kotler dan Keller bahwa pemahaman dan kepercayaan konsumen ditentukan oleh pengalaman dan informasi yang mereka terima.³⁵

f. Nilai-nilai Syariah dalam Deposito *Mudharabah*

Deposito *mudharabah* mengandung nilai-nilai utama dalam ekonomi Islam, antara lain:

- 1) Keadilan (*al-'adl*) → pembagian keuntungan yang proporsional
- 2) Kepercayaan (*amanah*) → pengelolaan dana oleh bank

³³ Hassan and Aliyu, 'A Contemporary Survey of Islamic Banking Literature'

³⁴ Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, h. 6

³⁵ Kotler and Keller, *Marketing Management*, h. 97-100

- 3) Transparansi (*al-shidq*) → keterbukaan informasi
- 4) Kemitraan (*ta'awun*) → kerja sama antara nasabah dan bank

Nilai-nilai ini bukan hanya dianggap sebagai prinsip utama, namun juga berperan dalam membentuk bagaimana nasabah melihat dan merasakan saat menggunakan produk deposito *mudharabah*. Menurut laporan World Bank, inklusi keuangan berbasis nilai dapat meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap lembaga keuangan.³⁶ Hal ini relevan dalam konteks perbankan syariah, di mana nilai-nilai religius dan etika menjadi bagian penting dari pengalaman nasabah dalam bertransaksi.

Dalam penelitian kualitatif, nilai-nilai tersebut tidak hanya dipahami sebagai konsep normatif, melainkan sebagai pemahaman subjektif yang dibangun oleh nasabah berdasarkan pengalaman yang dimiliki. Pendapat ini sejalan dengan pandangan Lexy J. Moloeng yang menyatakan bahwa penelitian kualitatif berusaha untuk memahami fenomena melalui pengalaman dan makna yang diciptakan.³⁷ Selain itu, menurut Burhan Bungin, realitas sosial dalam penelitian kualitatif, dipahami sebagai sesuatu yang terbentuk melalui proses konstruksi

³⁶ Demircuc-Kunt et al., *The Global Findex Database 2017: Measuring Financial Inclusion and the Fintech Revolution*.

³⁷ Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, 2018, h. 6

makna oleh individu, yang ditentukan oleh interaksi serta pengalaman yang mereka alami.³⁸ Dengan demikian, deposito mudharabah tidak hanya dilihat sebagai produk keuangan, tetapi sebagai bagian dari praktik kehidupan yang mencerminkan nilai, keyakinan, dan cara pandang nasabah terhadap sistem keuangan syariah.

4. Pemahaman Nasabah

a. Pengertian Pemahaman

Pemahaman adalah salah satu elemen krusial dalam bidang kognitif yang menggambarkan kemampuan seseorang dalam memahami arti dari sebuah informasi.. Tidak hanya sekedar mengetahui, pemahaman mencakup pemikiran yang lebih mendalam, seperti menjelaskan kembali, dan menghubungkan informasi baru dengan pengetahuan yang telah ada, serta menginterpretasikan informasi berdasar pada pengetahuan dan pengalaman yang dimiliki. Dalam konteks ilmu perilaku, pemahaman tidak hanya terbatas pada mengetahui (*knowing*), tetapi juga mencakup kemampuan menafsirkan (*interpreting*) dan memberi makna (*meaning-making*). Hal ini sejalan dengan pandangan Benjamin Bloom dalam taksonomi kognitif yang menyatakan bahwa pemahaman (*comprehension/understanding*) meliputi kemampuan menjelaskan, menafsirkan, dan memberi makna terhadap

³⁸ Bungin, *Penelitian Kualitatif: Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik, Dan Ilmu Sosial Lainnya*, Edisi 2 (Jakarta: Kencana, 2015), h.48

informasi.³⁹ Selain itu, David R. Krathwohl dalam revisi taksonomi Bloom juga menegaskan bahwa proses memahami mencakup aktivitas seperti menafsirkan (*interpreting*), memberikan contoh (*exemplifying*), dan menjelaskan (*explaining*).⁴⁰

Dalam perspektif ilmu perilaku, pemahaman tidak hanya dipandang sebagai aktivitas kognitif yang bersifat statis, melainkan sebagai proses dinamis yang terus berkembang seiring dengan pengalaman dan interaksi sosial individu. Ini sejalan dengan teori konstruktivisme dari Jean Piaget yang menyatakan bahwa pengetahuan dibangun aktif oleh individu melalui pengalaman.⁴¹ Disamping itu, Lev Vygotsky menekankan bahwa pertumbuhan pemahaman juga ditentukan oleh interaksi sosial dan lingkungan.⁴² Pemahaman juga berkaitan erat dengan kemampuan individu dalam mengonstruksi realitas berdasarkan informasi yang diterima, sehingga setiap individu dapat memiliki tingkat pemahaman yang berbeda terhadap objek yang sama. Pandangan ini

³⁹ Benjamin S Bloom, *Taxonomy of Educational Objectives: The Classification of Educational Goals. Handbook I: Cognitive Domain*, Edisi 1 (New York: Longmans, Green and Co., 1956), h. 89-97

⁴⁰ Lorin W Anderson and David R Krathwohl, *A Taxonomy for Learning, Teaching, and Assessing: A Revision of Bloom's Taxonomy of Educational Objectives*, Edisi 1 (New York: Longman, 2001), h. 67-68

⁴¹ Jean Piaget, *The Psychology of the Child*, Edisi 1 (New York: Basic Books, 1972), h. 6-12

⁴² Lev S Vygotsky, *Mind in Society: The Development of Higher Psychological Processes*, Edisi 1 (Cambridge: Harvard University Press, 1978), h. 79-91

sejalan dengan pendekatan kualitatif menurut Lexy J. Moleong yang menekankan bahwa minat dibangun oleh individu berdasarkan pengalaman dan interpretasi masing-masing.⁴³

Menurut Benjamin S. Bloom, dalam taksonomi kognitifnya, pemahaman (*comprehension*) berada pada tingkat kedua setelah pengetahuan (*Knowledge*), pada tahap itu, individu tidak hanya mampu mengingat informasi, tetapi juga dapat menjelaskan konsep dengan bahasanya sendiri, dan menafsirkan makna, serta mengklasifikasikan informasi tersebut dalam struktur pengetahuan yang dimilkinya.⁴⁴ Hal ini menunjukkan bahwa pemahaman merupakan tahap penting sebelum individu mampu mengaplikasikan atau mengevaluasi suatu konsep.

Dalam konteks penelitian kualitatif, pemahaman dianggap sebagai suatu proses yang bersifat subjektif dan dibentuk melalui hubungan antara data, pengalaman, dan konteks sosial individu. Oleh karena itu, pemahaman tidak diukur melalui angka atau skor tertentu, melainkan digali melalui narasi, penjelasan, serta cara individu menginterpretasikan suatu fenomena. Pendekatan ini

⁴³ Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, h. 6

⁴⁴ Benjamin S Bloom, *Taxonomy of Educational Objectives: The Classification of Educational Goals, Volume 1: Cognitive Domain*, Edisi 1 (New York: Longmans, Green and Co., 1956), h. 89-95

memungkinkan peneliti untuk memahami realitas dari sudut pandang partisipan secara lebih mendalam.

b. Pemahaman dalam konteks Layanan Perbankan Syariah

Dalam konteks perbankan syariah, pemahaman nasabah merujuk pada sejauh mana nasabah mampu mengetahui, mengenali, dan menginterpretasikan produk serta prinsip-prinsip syariah yang digunakan dalam layanan keuangan. Hal ini sejalan dengan pandangan Antonio yang menjelaskan bahwa perbankan syariah beroperasi berdasarkan prinsip-prinsip syariah seperti keadilan, transparansi, dan larangan riba.⁴⁵ Pemahaman ini tidak hanya terbatas pada aspek teknis produk, tetapi juga mencakup nilai-nilai dasar yang melandasi operasional bank syariah.

Pemahaman nasabah terhadap perbankan syariah menjadi hal yang krusial karena sistem yang digunakan memiliki perbedaan mendasar dengan perbankan konvensional, terutama dalam penggunaan akad, sistem bagi hasil, serta kepatuhan terhadap prinsip syariah. Hal ini sejalan dengan Muhammad yang menyatakan bahwa karakteristik utama perbankan syariah terletak pada penerapan akad dan sistem bagi hasil sebagai pengganti sistem bunga.⁴⁶ Tanpa pemahaman yang memadai,

⁴⁵ Antonio, *Bank Syariah: Dari Teori Ke Praktik*, h. 18-30

⁴⁶ Muhammad, *Manajemen Bank Syariah*, Edisi Revisi (Yogyakarta: UPP STIM YKPN, 2014), h. 45-60

nasabah berpotensi mengalami kesalahpahaman dalam menilai produk, sehingga dapat mempengaruhi keputusan mereka dalam menggunakan layanan tersebut.

Menurut Adiwarmanto A. Karim, produk perbankan syariah seperti mudharabah memiliki karakteristik khusus yang membedakannya dari sistem konvensional, terutama dalam hal pembagian keuntungan dan risiko.⁴⁷ Oleh karena itu, nasabah dituntut untuk memiliki pemahaman yang cukup agar dapat memahami produk tersebut secara tepat dan tidak menyamakannya dengan sistem bunga dalam perbankan konvensional.

Selain itu, penelitian oleh Rifki Ismal, menunjukkan bahwa pemahaman terhadap mekanisme operasional bank syariah memiliki hubungan dengan bagaimana nasabah menilai kinerja dan membangun kepercayaan terhadap lembaga keuangan tersebut.⁴⁸ Artinya, semakin baik pemahaman nasabah, maka semakin positif pula persepsi mereka terhadap bank syariah.

Dalam pendekatan kualitatif, pemahaman nasabah terhadap layanan perbankan syariah tidak diukur secara angka, melainkan digali melalui pengalaman, cerita, serta cara mereka menjelaskan kembali informasi yang diperoleh. Hal ini memberikan gambaran yang lebih

⁴⁷ Karim, *Bank Islam: Analisis Fiqih Dan Keuangan*, 2014.

⁴⁸ Ismal, *'Strengthening and Improving the Efficiency of Islamic Banks in Indonesia'*

utuh mengenai bagaimana nasabah benar-benar memahami dan merasakan produk yang mereka gunakan.

c. Bentuk-bentuk Pemahaman Nasabah terhadap Produk

Pemahaman nasabah terhadap produk perbankan syariah dapat muncul dalam berbagai bentuk yang mencerminkan cara mereka memahami informasi yang diterima. Bentuk-bentuk pemahaman tidak selalu bersifat *hierarkis*, melainkan dapat menunjukkan keragaman cara individu dalam mengartikan suatu fenomena. Dalam pendekatan kualitatif, pemahaman dipandang sebagai sesuatu yang bersifat subjektif dan dibangun oleh individu berdasarkan pengalaman serta konteks sosialnya. Hal ini sejalan dengan pandangan Lexy J. Moleong⁴⁹ dan Burhan Bungin⁵⁰ yang menekankan bahwa makna dalam penelitian kualitatif merupakan hasil konstruksi individu. Oleh karena itu, dalam penelitian ini, pemahaman nasabah terhadap produk deposito *mudharabah* diklasifikasikan ke dalam beberapa bentuk sebagai hasil kategorisasi peneliti berdasarkan temuan di lapangan, yaitu:

⁴⁹ Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*.

⁵⁰ Bungin, *Penelitian Kualitatif: Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik, Dan Ilmu Sosial Lainnya*

1) Pemahaman Konseptual

Pemahaman konseptual merujuk pada kemampuan nasabah dalam mengetahui definisi dan prinsip dasar suatu produk. Dalam konteks deposito *mudharabah*, nasabah memahami pengertian *mudharabah* sebagai bentuk kerja sama antara pemilik dana dan pengelola dana, serta memahami konsep bagi hasil sebagai pengganti bunga. Pemahaman ini menjadi dasar bagi nasabah dalam mengenali karakteristik utama produk.

2) Pemahaman Prosedural

Pemahaman prosedural berkaitan dengan kemampuan nasabah dalam memahami cara kerja suatu produk. Hal ini mencakup proses pembukaan rekening deposito, penentuan jangka waktu, mekanisme perhitungan bagi hasil, hingga prosedur pencairan dana. Pemahaman prosedural sangat penting karena berkaitan langsung dengan pengalaman praktis nasabah dalam menggunakan layanan tersebut.

3) Pemahaman Kontekstual

Pemahaman kontekstual menunjukkan kemampuan nasabah dalam mengaitkan produk dengan kebutuhan dan situasi pribadi mereka. Misalnya, nasabah memilih deposito *mudharabah* sebagai sarana investasi, penyimpanan dana yang aman, atau sebagai alternatif yang sesuai dengan prinsip syariah.

Pemahaman ini mencerminkan relevansi produk dalam kehidupan nasabah.

4) Pemahaman Nilai

Pemahaman nilai berkaitan dengan sejauh mana nasabah memahami dan merasakan nilai-nilai syariah yang terkandung dalam produk. Nilai-nilai seperti keadilan, kejujuran, transparansi, dan keberkahan menjadi bagian penting dalam membentuk persepsi nasabah terhadap produk perbankan syariah. Pemahaman ini sering kali bersifat emosional dan spiritual, bukan hanya rasional.

Menurut M. Kabir Hassan dan Sani Aliyu, literatur perbankan syariah menunjukkan bahwa pemahaman nasabah terhadap prinsip-prinsip dasar menjadi bagian penting dalam membentuk persepsi mereka terhadap produk.⁵¹ Pemahaman yang baik akan membantu nasabah dalam membedakan secara jelas antara sistem syariah dan konvensional.

Dalam penelitian kualitatif, bentuk-bentuk pemahaman ini dilihat sebagai variasi cara nasabah dalam memahami produk, bukan sebagai tingkatan yang harus diukur secara numerik. Oleh karena itu, peneliti lebih menekankan pada bagaimana pemahaman tersebut muncul dalam narasi dan pengalaman nasabah.

⁵¹ Hassan and Aliyu, 'A Contemporary Survey of Islamic Banking Literature.'

d. Cara nasabah memahami informasi tentang Deposito *Mudharabah*

Pemahaman nasabah terhadap informasi mengenai deposito *mudharabah* merupakan suatu proses yang dipengaruhi oleh berbagai faktor, seperti pengalaman pribadi, latar belakang, lingkungan sosial, serta tingkat religiusitas. Hal ini sejalan dengan pandangan Kotler dan Keller yang menyatakan bahwa pemahaman nasabah terbentuk dan ditentukan oleh faktor pribadi, sosial, serta pengalaman yang dimiliki individu.⁵² Informasi mengenai deposito *mudharabah* tidak diterima begitu saja, tetapi diproses dan ditafsirkan berdasarkan pengetahuan serta pengalaman yang dimiliki oleh masing-masing nasabah.

Nasabah memperoleh informasi mengenai deposito *mudharabah* dari berbagai sumber, seperti petugas bank, media massa, media sosial, maupun lingkungan sekitar seperti keluarga dan teman. Sumber informasi tersebut memberikan pengaruh yang berbeda-beda terhadap cara nasabah memahami produk deposito *mudharabah*. Oleh karena itu, pemahaman yang terbentuk pada setiap nasabah dapat beragam tergantung pada sumber informasi yang mereka peroleh dan bagaimana mereka menilai informasi tersebut.

⁵² Kotler and Keller, *Marketing Management*, h. 94-105

Dalam pendekatan kualitatif, pemahaman nasabah terhadap suatu produk ditentukan oleh pengalaman subjektif yang dimiliki oleh masing-masing individu. Hal ini sejalan dengan pandangan Lexy J. Moleong⁵³ dan Burhan Bungin⁵⁴ yang menekankan bahwa realitas sosial dalam penelitian kualitatif merupakan hasil konstruksi makna oleh individu. Dengan demikian, meskipun nasabah menerima informasi yang sama, pemahaman yang terbentuk dapat berbeda sesuai dengan pengalaman dan sudut pandang masing-masing.

Pemahaman nasabah terhadap deposito *mudharabah* tidak selalu seragam, melainkan dapat berbeda-beda tergantung pada pengalaman menggunakan produk, tingkat literasi keuangan syariah, kepercayaan terhadap lembaga, serta nilai religius yang dianut. Keempat faktor tersebut saling berkaitan dalam membentuk pemahaman nasabah. Misalnya, nasabah yang memiliki pengalaman positif dan memperoleh informasi yang jelas cenderung memiliki pemahaman yang lebih baik dibandingkan dengan nasabah yang belum pernah menggunakan produk tersebut. Laporan World Bank juga menjelaskan bahwa literasi keuangan memiliki peranan penting dalam

⁵³ Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, h. 6-7

⁵⁴ Bungin, *Penelitian Kualitatif: Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik, Dan Ilmu Sosial Lainnya*, h. 48-50

membantu masyarakat memahami serta memanfaatkan layanan keuangan secara optimal.⁵⁵

Dalam penelitian ini, pemahaman nasabah terhadap informasi deposito *mudharabah* dipahami sebagai cara nasabah menjelaskan, menilai, dan memahami produk berdasarkan pengalaman dan informasi yang mereka peroleh. Oleh karena itu, penelitian ini berupaya menggali pengalaman serta pandangan nasabah secara mendalam untuk mengetahui bagaimana pemahaman mereka terbentuk terhadap produk deposito *mudharabah*.

5. Kepercayaan Nasabah

a. Pengertian Kepercayaan (*Trust*)

Kepercayaan (*trust*) merupakan konsep penting dalam hubungan antara individu dan lembaga, khususnya dalam sektor perbankan. Kepercayaan menunjukkan seberapa besar keyakinan seseorang terhadap integritas, kemampuan, serta niat baik pihak lain dalam menjalankan suatu aktivitas secara konsisten dan dapat diandalkan. Dalam konteks ini, kepercayaan menjadi dasar utama dalam terbentuknya hubungan jangka panjang antara nasabah dan lembaga keuangan. Menurut Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, kepercayaan adalah kesediaan konsumen untuk

⁵⁵ Demircuc-Kunt et al., *The Global Findex Database 2017: Measuring Financial Inclusion and the Fintech Revolution*.

bergantung pada suatu pihak berdasarkan harapan bahwa pihak tersebut akan bertindak secara konsisten, jujur, dan bertanggung jawab.⁵⁶ kepercayaan tidak hanya berkaitan dengan aspek rasional, tetapi juga melibatkan dimensi emosional yang terbentuk melalui pengalaman dan interaksi yang berulang.

Dalam penelitian ini, kepercayaan dipahami sebagai konstruksi yang bersifat subjektif yang berkembang dari pengalaman individu, hubungan sosial, serta persepsi terhadap lembaga. Oleh karena itu, kepercayaan tidak bersifat tetap, melainkan dapat berubah seiring dengan pengalaman yang dialami dan dirasakan oleh nasabah dalam berinteraksi dengan bank.

b. Kepercayaan dalam konteks Lembaga Keuangan Syariah

Dalam perbankan syariah, kepercayaan memiliki dimensi yang lebih luas dibandingkan dengan perbankan konvensional. Hal ini disebabkan karena kepercayaan tidak hanya berkaitan dengan kinerja lembaga, tetapi juga dengan kepatuhan terhadap prinsip-prinsip syariah. Nasabah tidak hanya mempercayai bank sebagai institusi keuangan, tetapi juga sebagai lembaga yang menjalankan nilai-nilai Islam dalam setiap aktivitasnya.

Menurut Adiwarman A. Karim, kepercayaan dalam perbankan syariah sangat erat kaitannya dengan prinsip

⁵⁶ Philip Kotler and Kevin Lane Keller, *Marketing Management*, Edisi 15 (Pearson Education, 2016), h. 153-156

amanah (kepercayaan) dan keadilan dalam pengelolaan dana.⁵⁷ Bank syariah dituntut untuk menjaga kepercayaan nasabah melalui transparansi, kejelasan akad, serta konsistensi dalam menjalankan prinsip syariah.

Selain itu, penelitian oleh Rifki Ismal menunjukkan bahwa stabilitas dan efisiensi operasional bank syariah turut membentuk persepsi nasabah terhadap keandalan lembaga.⁵⁸ Hal ini menunjukkan bahwa kepercayaan tidak hanya dibangun dari nilai-nilai religius, tetapi juga dari kinerja nyata lembaga dalam memberikan layanan.

Dalam perspektif kualitatif, kepercayaan nasabah dipahami melalui cara mereka menggambarkan atau menceritakan pengalaman, menilai layanan, dan merasakan interaksi dengan bank.

c. Unsur-unsur Kepercayaan

Kepercayaan nasabah terhadap bank syariah dapat dipahami melalui beberapa unsur utama, yaitu amanah, transparansi, dan profesionalitas. Hal ini sejalan dengan pandangan Antonio yang menekankan bahwa perbankan syariah dibangun atas prinsip kejujuran, tanggung jawab, dan amanah dalam pengelolaan dana nasabah.⁵⁹ Selain itu, unsur transparansi dan profesionalitas juga berkaitan

⁵⁷ Karim, *Bank Islam: Analisis Fiqih Dan Keuangan*, 2014.

⁵⁸ Ismal, 'Strengthening and Improving the Efficiency of Islamic Banks in Indonesia.' *Humanomics* 26.1 (2010), 65-81

⁵⁹ Antonio, *Bank Syariah: Dari Teori Ke Praktik*, h. 40-55

dengan kualitas layanan dan kepercayaan konsumen sebagaimana dijelaskan dalam teori perilaku konsumen oleh Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, bahwa kepercayaan terbentuk dari pengalaman, kualitas pelayanan, serta keterbukaan informasi yang diberikan oleh lembaga kepada konsumen.⁶⁰ Berdasarkan hal tersebut, kepercayaan nasabah dapat dijelaskan melalui beberapa unsur utama sebagai berikut:

1) Amanah

Amanah merujuk pada sikap dapat dipercaya dalam menjaga dan mengelola dana nasabah. Dalam konteks perbankan syariah, amanah menjadi nilai fundamental karena berkaitan langsung dengan tanggung jawab moral dan religius. Nasabah cenderung memberikan kepercayaan kepada lembaga yang dianggap mampu menjaga dana mereka dengan baik dan sesuai prinsip syariah.

2) Transparansi

Transparansi berkaitan dengan keterbukaan informasi mengenai produk, risiko, serta mekanisme pengelolaan dana. Informasi yang jelas dan mudah dipahami akan membantu nasabah dalam membangun keyakinan terhadap lembaga. Sebaliknya, kurangnya

⁶⁰ Kotler and Keller, *Marketing Management*, h. 97-110

transparansi dapat menimbulkan keraguan dan menurunkan tingkat kepercayaan.

3) Profesionalitas

Profesionalitas mencerminkan kemampuan bank dalam memberikan layanan yang baik, akurat, dan sesuai dengan standar operasional. Hal ini mencakup kompetensi pegawai, kecepatan layanan, dan kejelasan prosedur. Pelayanan yang profesional akan memperkuat persepsi positif nasabah terhadap bank.

Menurut studi oleh M. Kabir Hassan dan Sani Aliyu, kepercayaan dalam perbankan syariah tidak hanya dibangun dari kepatuhan terhadap prinsip agama, tetapi juga dari kualitas layanan, reputasi lembaga, serta pengalaman nasabah dalam berinteraksi dengan bank.⁶¹

Dalam penelitian kualitatif, unsur-unsur ini dipahami sebagai bagian dari pengalaman yang dirasakan oleh nasabah dalam interaksi mereka dengan bank, bukan sebagai ukuran yang dinilai secara angka.

d. Cara nasabah membangun kepercayaan terhadap Bank

Kepercayaan nasabah tidak muncul secara instan, melainkan terbentuk melalui proses yang berkelanjutan dan dipengaruhi oleh berbagai pengalaman serta interaksi. Hal ini sejalan dengan pandangan Kotler dan Keller yang menyatakan bahwa kepercayaan konsumen

⁶¹ Hassan and Aliyu, 'A Contemporary Survey of Islamic Banking Literature'

terbentuk melalui pengalaman, informasi, serta interaksi yang diperoleh dalam penggunaan layanan.⁶² Proses ini melibatkan bagaimana nasabah mengalami, menilai, dan merespons layanan yang diberikan oleh bank dalam kehidupan sehari-hari.

Nasabah membangun kepercayaan berdasarkan beberapa faktor, yaitu pengalaman langsung menggunakan produk dan layanan, interaksi dengan pegawai bank, informasi yang diperoleh dari lingkungan sosial maupun media, serta nilai religius yang dianut. Keempat faktor tersebut saling berinteraksi dalam membentuk pandangan nasabah terhadap bank. Pengalaman positif, seperti pelayanan yang baik dan sistem yang jelas, akan memperkuat kepercayaan, sedangkan pengalaman negatif dapat menimbulkan keraguan terhadap lembaga keuangan.

Laporan dari World Bank juga menekankan bahwa kepercayaan masyarakat terhadap lembaga keuangan berkaitan dengan pengalaman mereka dalam mengakses layanan serta tingkat inklusi keuangan.⁶³ Semakin baik pengalaman yang diperoleh dan didapatkan, semakin besar kecenderungan masyarakat untuk mempercayai lembaga tersebut.

⁶² Kotler and Keller, *Marketing Management*, h. 97-110

⁶³ Demircuc-Kunt et al., *The Global Findex Database 2017: Measuring Financial Inclusion and the Fintech Revolution*.

Dalam pendekatan fenomenologi, kepercayaan dipahami sebagai hasil dari pengalaman hidup (*lived experience*) yang dialami oleh individu.⁶⁴ Oleh karena itu, setiap nasabah dapat memiliki pandangan yang berbeda terhadap bank yang sama, tergantung pada pengalaman dan interaksi yang mereka alami. Dengan demikian, dalam penelitian ini, kepercayaan dipahami sebagai proses yang terus berkembang, yang terbentuk melalui pengalaman, persepsi, serta interaksi nasabah dengan lembaga keuangan syariah.

6. Minat Nasabah

a. Pengertian Minat

Minat merupakan kecenderungan individu untuk memberikan perhatian, ketertarikan, serta dorongan terhadap suatu objek atau aktivitas tertentu. Minat tidak hanya berkaitan dengan keinginan sesaat, tetapi juga mencerminkan kecenderungan yang relatif stabil dalam diri seseorang yang terbentuk melalui pengalaman, pengetahuan, serta interaksi dengan lingkungan. Hal ini sejalan dengan pendapat John W. Santrock yang menyatakan bahwa minat berhubungan dengan kecenderungan seseorang untuk memperhatikan dan

⁶⁴ Edmund Husserl, *Ideas: General Introduction to Pure Phenomenology*, Edisi 1 (London / Germany: Routledge / (original German publication), 1913), h. 50-60

terlibat dalam suatu aktivitas berdasarkan pengalaman dan perkembangan individu.⁶⁵

Menurut Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, minat merupakan bagian dari perilaku konsumen yang menunjukkan kesiapan seseorang untuk bertindak terhadap suatu produk atau layanan.⁶⁶ Dalam hal ini, minat mencerminkan adanya dorongan internal yang mengarahkan individu untuk mempertimbangkan suatu pilihan, meskipun belum tentu langsung diwujudkan dalam tindakan nyata.

Dalam pendekatan kualitatif, minat tidak dipahami sebagai sesuatu yang diukur secara angka, melainkan sebagai pengalaman subjektif yang berkaitan dengan bagaimana individu merasakan ketertarikan, membentuk penilaian, dan mengembangkan kecenderungan terhadap suatu objek. Hal ini sejalan dengan pandangan Lexy J. Moleong⁶⁷ dan Burhan Bungin⁶⁸ yang menekankan bahwa makna dalam penelitian kualitatif dibangun berdasarkan pengalaman dan persepsi individu. Oleh karena itu, minat lebih dilihat sebagai proses yang berkembang melalui pengalaman dan interaksi.

⁶⁵ John W Santrock, *Educational Psychology*, Edisi 5(New York: McGraw-Hill, 2011), h. 398-405

⁶⁶ Kotler and Keller, *Marketing Management*.h. 181-185

⁶⁷ Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, h. 181-190

⁶⁸ Bungin, *Penelitian Kualitatif: Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik, Dan Ilmu Sosial Lainnya*, h.6-8

b. Minat sebagai kecenderungan sikap dan pengalaman subjektif

Dalam perspektif kualitatif, minat dipandang sebagai bagian dari sikap yang terbentuk melalui interaksi antara pengetahuan, pengalaman, dan nilai yang dimiliki individu. Hal ini sejalan dengan pandangan Philip Kotler dan Kevin Lane Keller yang menyatakan bahwa sikap dan perilaku konsumen dipengaruhi oleh pengalaman, persepsi, serta nilai yang dimiliki individu.⁶⁹ Minat tidak muncul secara tiba-tiba, tetapi berkembang melalui proses yang melibatkan pemahaman, pengalaman, dan lingkungan sosial, sebagaimana dijelaskan oleh John W. Santrock bahwa minat individu berkembang seiring dengan pengalaman dan interaksi dengan lingkungan.⁷⁰

Minat juga berkaitan dengan bagaimana individu membentuk pandangan terhadap suatu produk berdasarkan pengalaman yang mereka alami. Seseorang yang memiliki pengalaman positif terhadap suatu layanan cenderung menunjukkan ketertarikan yang lebih kuat dibandingkan dengan individu yang belum memiliki pengalaman langsung. Hal ini menunjukkan bahwa pengalaman memiliki peran penting dalam membentuk minat individu terhadap suatu produk atau layanan.

⁶⁹ Kotler and Keller, *Marketing Management*, h. 128-135

⁷⁰ Santrock, *Educational Psychology*, h. 398-405

Menurut kajian dalam literatur perilaku konsumen oleh M. Kabir Hassan dan Sani Aliyu, preferensi terhadap produk keuangan syariah sering kali tidak hanya didasarkan pada aspek ekonomi, tetapi juga pada nilai, keyakinan, dan persepsi individu.⁷¹

Dengan demikian, dalam penelitian kualitatif, minat dipahami sebagai kecenderungan sikap terhadap suatu pilihan, hasil dari pengalaman dan interaksi individu, serta refleksi dari nilai dan keyakinan pribadi. Hal ini sejalan dengan pandangan Lexy J. Moleong⁷² dan Burhan Bungin⁷³ yang menekankan bahwa makna dan pemahaman individu dibangun berdasarkan pengalaman serta konteks sosialnya. Oleh karena itu, setiap individu dapat menunjukkan bentuk minat yang berbeda, karena dipengaruhi oleh latar belakang, pengalaman, dan lingkungan yang tidak sama.

c. Minat dalam konteks keputusan memilih produk keuangan

Dalam konteks perbankan, minat berkaitan dengan bagaimana nasabah mempertimbangkan suatu produk sebelum mengambil keputusan. Hal ini sejalan dengan

⁷¹ M Kabir Hassan and Sani Aliyu, 'Determinants of Islamic Banking Adoption and Customer Preference', *Journal of Islamic Economics and Finance* (Various Publications), 2018, 22–35

⁷² Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, 2018, h. 6-8

⁷³ Bungin, *Penelitian Kualitatif: Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik, Dan Ilmu Sosial Lainnya*, h. 48-50

pandangan Philip Kotler dan Kevin Lane Keller yang menjelaskan bahwa minat merupakan bagian dari proses awal dalam perilaku konsumen yang mencerminkan kecenderungan individu sebelum melakukan keputusan pembelian.⁷⁴ Minat menjadi bagian dari proses awal yang menggambarkan kecenderungan nasabah untuk memilih suatu layanan berdasarkan pengalaman dan penilaian yang dimiliki.

Minat terhadap produk keuangan syariah, seperti deposito *mudharabah*, tidak hanya ditentukan oleh keuntungan finansial, tetapi juga oleh persepsi terhadap kesesuaian prinsip syariah, tingkat kepercayaan terhadap lembaga, serta pengalaman dalam menggunakan layanan perbankan. Ini sejalan dengan penelitian M. Kabir Hassan dan Sani Aliyu yang menyatakan bahwa pilihan terhadap produk keuangan syariah ditentukan oleh nilai, keyakinan, dan persepsi individu.⁷⁵

Menurut Rifki Ismal, pemahaman terhadap sistem operasional dan kinerja bank dapat membentuk persepsi nasabah terhadap produk yang ditawarkan.⁷⁶ Hal ini menunjukkan bahwa minat muncul sebagai bagian dari

⁷⁴ Kotler and Keller, *Marketing Management*, h. 173-181

⁷⁵ Hassan and Aliyu, 'Determinants of Islamic Banking Adoption and Customer Preference', 10.3 (2017), 345-362

⁷⁶ Rifki Ismal, *Islamic Banking in Indonesia: Theory and Practice* Edisi 1 (Jakarta: Gramedia / Bank Indonesia related publication, 2013), h. 60-72

proses bagaimana nasabah menilai informasi dan pengalaman yang mereka peroleh.

Selain itu, laporan World Bank menekankan bahwa akses terhadap layanan keuangan serta pengalaman dalam menggunakan layanan tersebut turut menentukan kecenderungan individu dalam memilih produk keuangan.⁷⁷ Pengalaman yang baik akan memperkuat ketertarikan, sedangkan pengalaman yang kurang baik dapat mengurangi minat.

Dalam penelitian ini, minat tidak dipahami sebagai keputusan akhir atau hasil akhir, tetapi sebagai proses yang mencerminkan kecenderungan berpikir dan sikap sebelum tindakan dilakukan. Hal ini sejalan dengan pandangan Lexy J. Moleong⁷⁸ dan Burhan Bungin⁷⁹ yang menegaskan bahwa arti dalam penelitian kualitatif dibangun dan dibentuk berdasarkan pengalaman dan persepsi individu.

d. Proses terbentuknya ketertarikan nasabah terhadap Deposito Mudharabah

Ketertarikan nasabah terhadap deposito *mudharabah* merupakan hasil dari proses yang melibatkan berbagai aspek, seperti pengalaman, pengetahuan, nilai religius,

⁷⁷ World Bank, *Global Financial Development Report: Financial Inclusion* (Washington, D.C.: World Bank Group, 2017), h. 18-30

⁷⁸ Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, 2018, h. 6-8

⁷⁹ Bungin, *Penelitian Kualitatif: Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik, Dan Ilmu Sosial Lainnya*, 48-50

serta interaksi sosial. Hal ini sejalan dengan pandangan Philip Kotler dan Kevin Lane Keller yang menyatakan bahwa minat konsumen terbentuk melalui pengalaman, persepsi, dan nilai yang diperoleh dalam interaksi dengan suatu produk atau layanan.⁸⁰ Proses ini terjadi secara bertahap dan ditentukan oleh bagaimana nasabah mengalami serta menilai produk dalam kehidupan sehari-hari.

Dalam pendekatan fenomenologis, seseorang menciptakan arti berdasarkan pengalaman hidup (*lived experience*). Hal ini sejalan dengan pandangan Alfred Schutz yang menjelaskan bahwa makna dalam kehidupan sosial terbentuk melalui pengalaman sehari-hari individu.⁸¹ Oleh karena itu, ketertarikan terhadap deposito *mudharabah* dapat berbeda antara satu nasabah dengan nasabah lainnya, tergantung pada pengalaman dan latar belakang yang dimiliki. Pendekatan ini juga diperkuat oleh Lexy J. Moleong yang menekankan bahwa dalam penelitian kualitatif, makna dipahami dari pengalaman subjektif individu.⁸²

Ketertarikan ini dapat terlihat dalam beberapa cara, sebagai pilihan investasi yang dianggap aman, sarana memperoleh keuntungan sesuai prinsip syariah, bentuk

⁸⁰ Kotler and Keller, *Marketing Management*, h. 173-181

⁸¹ Alfred Schutz, *The Phenomenology of the Social World*, Edisi 1 (Evanston: Northwestern University Press, 1967), h. 68-85

⁸² Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, h. 6-8

kepercayaan terhadap lembaga keuangan syariah, serta alternatif dari sistem perbankan konvensional.

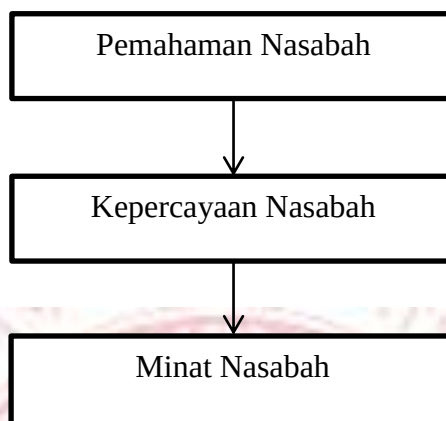
Menurut Adiwarman A. Karim, produk perbankan syariah memiliki dimensi nilai yang kuat, sehingga tidak hanya dipandang sebagai instrumen ekonomi, tetapi juga berkaitan dengan praktik keagamaan dan keyakinan individu.⁸³

Dengan demikian, dalam penelitian ini, minat nasabah terhadap deposito *mudharabah* dipahami sebagai proses yang berkembang melalui pengalaman, penilaian, serta kecenderungan sikap individu terhadap produk. Proses ini bersifat dinamis dan dapat berubah sesuai dengan pengalaman yang diperoleh nasabah dalam berinteraksi dengan lembaga keuangan syariah. Hal ini juga sejalan dengan pandangan Burhan Bungin yang menyatakan bahwa realitas sosial merupakan hasil konstruksi makna yang dibentuk melalui interaksi dan pengalaman individu.⁸⁴

⁸³ Karim, *Bank Islam: Analisis Fiqih Dan Keuangan*, h.52-60

⁸⁴ Bungin, *Penelitian Kualitatif: Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik, Dan Ilmu Sosial Lainnya*, h. 48-50

B. Kerangka Konseptual



Gambar 2.2 Kerangka Konseptual

Kerangka Konseptual penelitian ini menggambarkan bahwa pemahaman nasabah terhadap produk deposito Mudharabah menjadi dasar dalam membentuk kepercayaan nasabah. Melalui pemahaman yang dimiliki, nasabah kemudian membangun kepercayaan terhadap produk dan lembaga perbankan syariah. Kepercayaan yang terbentuk selanjutnya mempengaruhi minat nasabah dalam memilih deposito Mudharabah. Oleh karena itu, penelitian ini berfokus untuk menggali dan memahami bagaimana pemahaman nasabah terhadap deposito mudharabah membentuk kepercayaan serta bagaimana kepercayaan tersebut dimaknai oleh nasabah dalam menumbuhkan minat memilih deposito Mudharabah di BPRS Maslahat Dana Syariah Nusantara Kota Bengkulu.