

## BAB II

### KAJIAN PUSTAKA DAN LANDASAN TEORI

#### 2.1. Kajian Pustaka

Aswat ( 2000 ) meneliti faktor-faktor yang memotivasi nasabah untuk menabung pada Bank Muamalat Indonesia dan bagaimana sikap / tanggapan nasabah terhadap prinsip operasional di BMI, yang dikhususkan pada tinjauan tentang prinsip operasional BMI. Hasil penelitiannya mengungkapkan bahwa dari 5 variabel yang dipercaya mempengaruhi motivasi nasabah dalam menabung, yakni agama, layanan nasabah, fasilitas penunjang, keamanan dana nasabah dan referensi itu semuanya positif signifikan berpengaruh, baik melalui uji simultan maupun uji secara parsial. Alat analisis yang digunakan oleh peneliti adalah regresi dan korelasi berganda. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah 60 responden. Dan dari kesimpulannya, pertama bahwa penabung di BMI di dominasi oleh pria, dengan rentang usia antara 20 – 29 tahun, memiliki profesi sebagai pegawai swasta, dan berpenghasilan antara Rp 400.000,00 – Rp 600.000,00 per bulan. Kedua, berdasarkan tanggapan nasabah terhadap prinsip operasional BMI, yang menyatakan sistem bagi hasil, sistem jual beli, dan sistem jasa BMI sudah bagus lebih dominan setuju.

Madundari ( 1999 ), mengidentifikasi hubungan antara karakteristik konsumen dan karakteristik jasa tabungan terhadap perilaku penabung dan karakteristik jasa mana yang dominan terhadap perilaku penabung di BNI. Dengan menggunakan alat analisis Koefisien Kontingensi ( KK ), dimana

karakteristik konsumen ( penabung ) dan karakteristik jasa tabungan sebagai variabel independen, disimpulkan bahwa mayoritas nasabah adalah pedagang. berjenis kelamin laki-laki dengan rentang usia 26 – 55 tahun, berlatar pendidikan tingkat SMU dengan penghasilan rata-rata Rp 1.550.000,00 – Rp 3.000.000,00. Dan apabila dilihat dari karakteristik jasa tabungan, mayoritas konsumen 92% memilih manabung di BNI karena tingkat suku bunga. Dan setelah melalui uji Koefisien Kontingensi, terbukti bahwa tidak ada hubungan yang signifikan antara karakteristik jasa tabungan dengan perilaku penabung.

Djunaidi ( 2002 ), menganalisis segmen manakah yang paling tepat untuk produk jasa tabungan *mudhorobah* BNI Syariah dan faktor apa saja yang mendorong konsumen untuk menjadi nasabah BNI Syariah khususnya fasilitas jasa tabungan *mudhorobah*. Dimana peneliti menggunakan analisis Faktor dan analisis Kluster sebagai alat analisa, dengan variabel internal : pelayanan karyawan, bagi hasil, dan promosi. Sedangkan variabel eksternalnya yakni ketersediaan kantor cabang dan ATM. Dari penelitian tersebut disimpulkan bahwa penabung tidak didominasi oleh jenis kelamin tertentu, rata-rata konsumen berusia antara 20 –30 tahun, dan didominasi oleh mahasiswa / pelajar, dengan penghasilan Rp 501.000,00 – Rp 750.000,00 per bulan. Dengan menggunakan alat analisis Kluster terbukti bahwa responden lebih memiliki respon positif terhadap variabel pelayanan karyawan, ketersediaan kantor, dan ATM, tetapi mereka memiliki respon negatif terhadap sistem bagi hasil dan promosi.

Wulanarsa ( 2003 ), mengidentifikasi bagaimana pengaruh agama, fasilitas penunjang, bagi hasil, pelayanan, dan referensi terhadap motivasi nasabah

menabung di BNI Syariah di wilayah DIY khususnya tabungan *mudhorobah*, dan variabel manakah yang paling dominan berpengaruh terhadap motivasi. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah 60 orang. Hasil penelitian yang menggunakan Regresi dan Korelasi Ganda menunjukkan bahwa agama, fasilitas penunjang, bagi hasil, pelayanan dan referensi mempunyai pengaruh positif signifikan terhadap motivasi, baik dari uji F maupun dari uji t. Sedangkan variabel yang paling dominan berpengaruh terhadap motivasi nasabah dalam menabung adalah variabel referensi.

Wijisaksono ( 2001 ), menganalisis bagaimana perilaku konsumen dalam memutuskan untuk menjadi konsumen di PT BPRS Bangun Drajat Warga Yogyakarta. Berdasarkan hasil penelitian, disimpulkan bahwa bagi hasil, pelayanan dan fasilitas penunjang ikut mempengaruhi keputusan konsumen untuk menjadi nasabah BDW. Dan dengan menggunakan Fishbein Formula sebagai alat analisis, mengindikasikan bahwa atribut fasilitas penunjang adalah yang paling dominan dalam mempengaruhi keputusan konsumen untuk menjadi nasabah BDW.

Kurniawati ( 2003 ), menganalisis tentang bagaimana cara yang ditempuh oleh PT BPRS BDW dalam hal pemasaran produk tabungan *mudhorobah*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa, ada tiga kesimpulan yang diperoleh, yakni pertama, cara yang ditempuh oleh BDW dalam melakukan pemasaran produk tabungan *mudhorobah* antara lain dari mulut ke mulut, dalam forum-forum pengajian di lembaga-lembaga Islam, dengan media cetak dan elektronik ( radio ), dan dengan cara “jemput bola“ serta dengan cara menjadi

*sponsorship* untuk suatu kegiatan tertentu. Kedua, masalah yang dihadapi oleh BDW dalam melakukan pemasaran adalah karena kurang mengertinya masyarakat tentang perbankan Islam, letak kantor BPRS yang sulit dijangkau oleh masyarakat luas, masih kurangnya kepercayaan masyarakat manajemen yang ada pada perbankan syariah, kurangnya dana untuk melakukan promosi dan distribusi jika harus menjangkau masyarakat luas, serta masih tertariknya masyarakat pada bunga bank. Ketiga, disimpulkan bahwa dalam rangka meningkatkan sumber daya karyawan yang profesional, BDW mengadakan pengkajian sebagai sarana evaluasi pada setiap hari Senin yang di dalamnya menjelaskan tentang sistem operasional bank Islam.

Dari keenam peneliti terdahulu yang mengidentifikasi perilaku konsumen terhadap produk bank syariah, khususnya tabungan, mulai dari motivasi, pemasaran jasa tabungan, dan tanggapan konsumen, dapat disimpulkan bahwa PT BPRS BDW telah melakukan yang terbaik dalam memperoleh simpati masyarakat untuk sosialisasi produk-produk bank syariah. Meskipun dalam kenyataannya masih banyak masyarakat yang tidak mengetahui tentang sistem operasional bank Islam yang membedakan dengan bank konvensional.

Dilihat dari hasil yang diperoleh para peneliti sebelumnya, masyarakat yang menabung di bank syariah terbagi dua, yaitu masyarakat yang paham akan agama, akan lebih memiliki motivasi yang dipengaruhi oleh faktor internal dalam menabung di bank syariah, dan masyarakat yang kurang paham agama, memiliki motivasi yang dipengaruhi oleh faktor eksternal dalam menabung di bank syariah.

Tabel 2.1  
 Penelitian Terdahulu

Tahun	Tema	Alat	Hasil	Peneliti
2000	Faktor-faktor yang Memotivasi Nasabah Menabung di BMI	Regresi & Korelasi Ganda	Variabel agama, layanan nsbh, fasilitas pnnjg, keamanan dana nsbh & referensi positif signifikan berpengaruh thd motivasi menabung	Toni Aswat
1999	Identifikasi Hubungan Karakteristik Konsumen & Karakteristik Jasa Tabungan terhadap Perilaku Penabung	Koefisien Kontingen si	Tidak ada hubungan yang signifikan antara karakteristik jasa tabungan dengan perilaku penabung	Madundari
2002	Analisa Segmentasi Pasar untuk Produk Jasa Tabungan <i>mudhorobah</i> di BNI Syariah	Analisis Faktor & Kluster	Terbukti bahwa responden lebih responsif terhadap pelayanan karyawan, ketersediaan kantor & ATM, tetapi mereka memiliki respon negatif terhadap sistem bagi hasil & promosi	Djunaidi
2003	Identifikasi Faktor-faktor yang Mempengaruhi Motivasi Nasabah Menabung di BNI Syariah DIY	Regresi & Korelasi Ganda	Faktor agama, fasilitas penunjang, bagi hasil, pelayanan dan referensi positif signifikan berpengaruh terhadap motivasi menabung	Wulanarsa
2001	Analisa Perilaku Konsumen untuk Menjadi Nasabah di PT BPRS BDW	Fishbein Formula	Faktor fasilitas penunjang adalah yang paling dominan berpengaruh terhadap keputusan konsumen untuk menjadi nsbh PT BDW	Wijisaksono
2003	Analisa Pemasaran Produk Tabungan <i>Mudhorobah</i>	Regresi & Korelasi Ganda	Cara yang ditempuh untuk memasarkan produk : dari mulut ke mulut, "jemput bola" & menjadi <i>sponsorship</i>	Kurniawati

Sumber : Data Sekunder Diolah

## 2.2. Landasan Teori

### 2.2.1. Teori Tabungan

Semua teori perilaku tabungan rumah tangga berusaha untuk menjelaskan 3 pola berikut ini :

- a. Dalam suatu negara pada suatu waktu tertentu, fraksi pendapatan yang ditabung oleh rumah tangga yang berpendapatan lebih tinggi cenderung lebih besar ketimbang rumah tangga yang berpendapatan lebih rendah.
- b. Dalam suatu negara, rasio tabungan rumah tangga cenderung konstan sepanjang waktu.
- c. Rasio tabungan rumah tangga bervariasi antar negara tanpa menunjukkan adanya hubungan yang jelas dengan pendapatan.

Ada 4 alternatif perilaku tabungan rumah tangga, yaitu : ( Arsyad, 1999 )

#### 1. Hipotesis absolut ( Keynes )

Hipotesis ini mengatakan bahwa tingginya tingkat tabungan rumah tangga tergantung pada besarnya pendapatan yang siap dibelanjakan ( *disposable income* ). Hasrat menabung dari pendapatan yang siap dibelanjakan tersebut akan meningkat sesuai dengan tingkat pendapatan. Menurut pandangan ini hubungan tabungan–pendapatan dapat diformulasikan sebagai berikut :

$$S = a + s Y_d$$

Dimana :

S = tabungan

$Y_d$  = *disposable income*

$a$  = konstanta ( $a > 0$ ), dan

$s$  = hasrat menabung marginal ( $0 < s < 1$ )

Rumus ini cukup baik untuk menggambarkan perilaku tabungan rumah tangga untuk jangka waktu yang sangat pendek, tetapi kurang baik untuk jangka panjang.

## 2. Hipotesis Pendapatan Relatif ( Duesenberry )

Hipotesis ini menganggap bahwa konsumsi ( dan tentunya tabungan ) tidak hanya tergantung pada pendapatan sekarang tetapi juga pada tingkat pendapatan sebelumnya dan perilaku konsumsi di masa lalu. Hipotesis ini dinyatakan dalam rumus :

$$C_t = a + s Y_t^d + b C_h$$

Dimana :

$C_t$  = konsumsi periode 1

$Y_t^d$  = pendapatan periode 1

$C_h$  = tingkat konsumsi yang tinggi terdahulu,  $0 < s < 1$ , dan  $0 < b < 1$

Menurut pandangan hipotesis ini, jika pendapatan tumbuh dalam jangka waktu yang panjang, konsumen akan menyesuaikan perilaku belanja mereka ke tingkat konsumsi yang lebih tinggi. Tetapi dalam jangka waktu pendek mereka enggan menurunkan ( dan lambat menaikkan ) tingkat konsumsi walaupun pendapatan turun / naik sewaktu-waktu.

## 3. Hipotesis Pendapatan Permanen ( Friedman )

Menurut Friedman pendapatan terdiri dari dua komponen, yaitu pendapatan permanen dan pendapatan tidak tetap ( *transitory income* ). Ide yang mendasarinya adalah bahwa individu-individu berharap untuk hidup lama, maka mereka membuat keputusan-keputusan konsumsi untuk periode waktu bertahun-tahun. Pendapatan permanen adalah hasil dari kekayaan ( *wealth* ), termasuk asset modal fisik dan insani ( pendidikan dan lain-lain ). Hipotesis ini diformulasikan sebagai berikut :

$$S = a + b_1 Y_p + b_2 Y_t$$

Dimana :

S = tabungan

a = konstanta

$Y_p$  = pendapatan permanen

$Y_t$  = pendapatan tidak tetap

Sedangkan  $b_1 = 0$  dan  $b_2 = 1$ , sehingga semua tabungan timbul dari komponen pendapatan tidak tetap dan semua komponen ini ditabung. Dalam versi yang telah dimodifikasi, hanya tabungan yang berasal dari pendapatan permanen yang konstan sepanjang hidup seseorang, tetapi menjadi positif, dan bahwa walaupun hasrat menabung pendapatan tidak tetap tinggi, tidak semua pendapatan bisa ditabung. Persamaan diatas ini menunjukkan versi ini dengan  $0 < b_1 < b_2 < 1$ .

#### 4. Hipotesis Tabungan-Kelas ( Kaldor )



Pendekatan ini menganggap perilaku konsumsi tabungan rumah ( tabungan ) dipengaruhi oleh kelas ekonomi. Para pekerja yang banyak menerima pendapatan sebagai tenaga kerja, dianggap mempunyai hasrat menabung yang jauh lebih rendah ketimbang kapitalis, yang banyak menerima pendapatan dari kekayaan ( laba, bunga uang, sewa ).

Hipotesis ini ditunjukkan dengan model :

$$S = s_w L + s_c P$$

Dimana :

$s_w$  = hasrat menabung para pekerja atas pendapatan ( rendah )

$s_c$  = hasrat menabung kapitalis

$L$  = upah

$P$  = pendapatan dari kekayaan ( *property* ) dan  $0 < s_w < s_c < 1$

Di dalam hipotesis tabungan kelas sulit untuk melihat mengapa para rumah tangga, dalam proses pengambilan keputusan untuk menabung, menilai pendapatan tenaga kerja berbeda dengan pendapatan dari kekayaan : satu rupiah adalah satu rupiah, satu rupiah pendapatan dari kekayaan tidak berbeda dengan satu rupiah pendapatan upah. Akan tetapi, pendapatan rumah tangga dari kekayaan terutama dari perusahaan-perusahaan bukan korporasi, cenderung lebih berfluktuatif ketimbang pendapatan tenaga kerja. Jadi studi-studi tentang perilaku tabungan yang didasarkan pada model kelas yang menunjukkan tabungan cukup tinggi dari pendapatan atas hak milik

mungkin sesungguhnya adalah pengaruh dari hasrat menabung yang tinggi atas pendapatan besar yang berfluktuasi.

### 2.2.2. Tabungan Dalam Konsep Islam

Adapun yang dimaksud tabungan syariah adalah tabungan yang dijalankan berdasarkan prinsip-prinsip syariah. Dalam hal ini, Dewan Syariah Nasional telah mengeluarkan fatwa yang menyatakan bahwa tabungan yang dibenarkan adalah tabungan yang berdasarkan prinsip *wadiah & mudhorobah*. ( Karim, 2004 )

#### a. Tabungan *Wadiah*

Secara bahasa *wadiah* berarti barang yang dititipkan agar dijaga. Sedangkan menurut istilah fiqih, *wadiah* merupakan pemberian otoritas pemilikan suatu barang kepada orang lain agar dijaga secara jelas dan tegas. ( At-Tariqi, 2004 )

Tabungan *wadiah* merupakan tabungan yang dijalankan berdasarkan akad *wadiah*, yakni titipan murni yang harus dijaga dan dikembalikan setiap saat sesuai dengan kehendak pemiliknya. Berkaitan dengan produk tabungan *wadiah*, bank syariah menggunakan akad *wadiah yad-dhamanah*, dimana nasabah bertindak sebagai penitip yang memberikan hak kepada bank syariah untuk menggunakan uang atau barang titipannya, sedangkan bank syariah bertindak sebagai pihak yang dititipi dana atau barang yang disertai hak untuk menggunakan dana atau barang tersebut.

#### b. Tabungan *Mudhorobah*

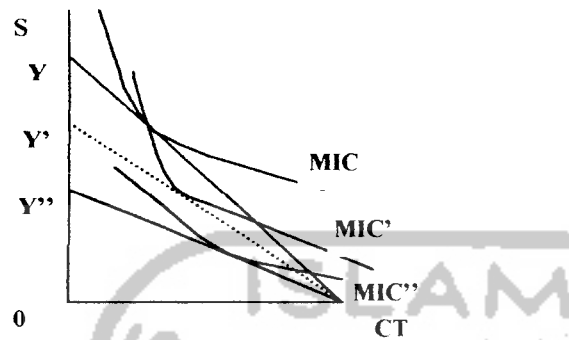
Tabungan *mudhorobah* adalah tabungan yang dijalankan berdasarkan akad *mudhorobah*, dimana *mudhorobah* ini mempunyai dua bentuk yaitu, *mudhorobah mutlaqah* dan *mudhorobah muqayyadah*. Perbedaan utamanya terletak pada ada tidaknya persyaratan yang diberikan pemilik dana kepada bank dalam mengelola hartanya. Dalam hal ini, bank bertindak sebagai *mudhorib* ( pengelola dana ), sedangkan nasabah sebagai *shahibul mal* ( pemilik dana ). Bank syariah juga harus memiliki sifat sebagai seorang wali amanah ( *trustee* ) yang berarti bank harus berhati-hati atau bijaksana serta beritikad baik dan bertanggungjawab atas segala sesuatu yang timbul akibat kesalahannya.

Baik tabungan *mudhorobah* maupun *wadiah*, keduanya merupakan jenis transaksi legal yang diatur oleh Al-Qur'an, Sunnah dan kesepakatan ulama. Firman Allah SWT ( QS.Al-Baqoroh :283 ), yang artinya :” ... akan tetapi jika sebagian kamu mempercayai sebagian yang lain, maka hendaknya yang dipercayai itu menunaikan amanatnya “. Dan sabda Rosul : “ tunaikan amanah dari orang yang telah mempercayaimu suatu amanat dan jangan mengkhianati orang yang mengkhianati kamu “. ( At-Tariqi, 2004 )

Dengan sistem *mudhorobah*, tabungan yang diinvestasikan dapat memberikan pendapatan ( *return on investment* ), yang pada gilirannya akan meningkatkan anggaran yang dimiliki dari waktu ke waktu. Dalam hal ini zakat akan dikenakan atas pendapatan atau keuntungan dari investasi yang nilai nominalnya tentu lebih kecil dibandingkan dengan zakat atas harta menganggur. ( Anto, 2003 ).

Gambar 2.1.

Hubungan antara Keputusan Menabung dan Keputusan Investasi



Secara grafis, dimana  $v = 1$  akan menghasilkan pendapatan yang paling tinggi, ditunjukkan sebagai *budget line* YY dengan tingkat *masalah indifference curve* I. Bila tidak ada dana tabungan yang diinvestasikan maka  $0 < v < 1$ , maka *budget line* akan berotasi berlawanan arah dengan putaran jarum jam menuju YY', dimana *masalah indifference curve*-nya adalah I'. jadi semakin rendah v maka *slope budget line* akan semakin menurun, sebaliknya jika v naik, maka *slope budget line* akan naik. ( Dalam gambar 2.1, MIC' lebih rendah dari pada MIC ). ( Anto, 2003 ).

Diasumsikan tingkat pemanfaatan tabungan untuk investasi ( v ), sehingga jika seluruh tabungan dimanfaatkan untuk investasi maka  $v = 1$ , sedangkan bila sama sekali tidak dimanfaatkan untuk investasi maka  $v = 0$ . Secara umum dapat dikatakan bahwa semakin banyak dana tabungan yang diinvestasikan ( atau semakin tinggi v ) maka semakin besar pula kemungkinan pendapatan yang akan diperoleh dari investasi. Dan akhirnya, pendapatan ini akan menaikkan

anggaran yang dimiliki sehingga *budget line*-nya naik (  $Y$  naik ), yang diikuti dengan meningkatnya kemungkinan *masalah* yang diperoleh konsumen.

### 2.2.3. Pengertian Motivasi

Motivasi merupakan suatu proses psikologis yang mencerminkan interaksi antara sikap, kebutuhan, persepsi, dan keputusan yang terjadi pada diri seseorang. ( Wahjosumidjo, 1994 ).

Dalam penelitian ini, yang merupakan cerminan dari hasil interaksi antara sikap, kebutuhan, persepsi dan keputusan nasabah disebut sebagai perilaku konsumen yang didorong oleh motivasi sehingga berpengaruh pada permintaan tabungan di bank syariah.

#### 2.2.3.1. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Motivasi

Motivasi sebagai proses psikologis timbul diakibatkan oleh faktor di dalam diri seseorang itu sendiri ( intrinsik ), atau faktor di luar diri ( ekstrinsik ). Faktor intrinsik dapat berupa kepribadian, sikap, pengalaman dan pendidikan, atau berbagai harapan, cita-cita yang menjangkau masa depan. Sedangkan faktor ekstrinsik itu ditimbulkan oleh berbagai sumber, bisa karena pengaruh teman, keluarga, institusi atau faktor-faktor lain yang sangat kompleks. Dan semua faktor motivasi itu timbul karena adanya rangsangan. ( Wahjosumidjo, 1994 ).

Motivasi konsumen dalam menabung misalnya, juga dapat didorong oleh kedua faktor tersebut. Dalam diri konsumen timbul kebutuhan untuk merasa aman, keinginan untuk memperoleh pengakuan diri ( *prestise* ). Sedangkan dari

lingkungan luarnya, konsumen dihadapi oleh berbagai tindakan aktif dari pihak luar ( dalam hal ini adalah bank yang bersangkutan ) untuk menstimulus konsumen agar bersedia menabung, dengan menawarkan berbagai atribut seperti bagi hasil, pelayanan, fasilitas penunjang, referensi ( adanya dorongan / anjuran ) dari beberapa pihak lain.

### 2.2.3.2. Teori Motivasi

#### a. Teori Maslow

Maslow mendasarkan konsep hirarki kebutuhan pada dua prinsip, yaitu :

1. Kebutuhan-kebutuhan manusia dapat disusun dalam suatu hirarki dari kebutuhan paling rendah sampai dengan kebutuhan paling tinggi.
2. Suatu kebutuhan yang telah terpuaskan akan berhenti menjadi motivator utama dari pelaku. Kemudian digantikan oleh kebutuhan-kebutuhan selanjutnya yang mendominasi. Proses tersebut menunjukkan bahwa kebutuhan-kebutuhan saling tergantung dan saling menopang.

#### b. Teori Porter-Lawler

Adalah teori pengharapan dari motivasi dengan versi orientasi masa mendatang dan menekankan antisipasi tanggapan-tanggapan / hasil-hasil.

#### c. Teori Keadilan

Teori keadilan ini menjelaskan bahwa orang akan cenderung membandingkan antara masukan yang mereka berikan dengan hasil ( penghargaan ) yang terima.

### **2.2.3.3. Hubungan antara Perilaku Konsumen dan Motivasi**

Motivasi merupakan suatu dorongan atas keinginan / kebutuhan yang diarahkan terhadap tujuan untuk memperoleh kepuasan. Dengan adanya motivasi, konsumen akan berperilaku yang mengarah pada tujuan untuk memperoleh kepuasan, dengan kata lain perilaku konsumen merupakan tindak lanjut / tindakan nyata dari suatu proses motivasi.

Dalam hal ini motivasi seseorang untuk menabung diaplikasikan oleh konsumen dengan membuat keputusan untuk menjadi nasabah penabung di bank syariah.

### **2.2.4. Bank Perkreditan Rakyat**

Sedangkan bank perkreditan rakyat adalah bank yang melaksanakan kegiatan usaha secara konvensional atau berdasarkan prinsip syariah yang dalam kegiatannya tidak memberikan jasa dalam lalu lintas pembayaran.

Usaha bank perkreditan rakyat meliputi :

- a. Menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan berupa deposito berjangka, tabungan, dan atau bentuk lainnya yang dipersamakan dengan itu.
- b. Memberikan kredit.
- c. Menyediakan pembiayaan dan penempatan dana berdasarkan prinsip syariah, sesuai dengan ketentuan yang ditetapkan oleh Bank Indonesia.
- d. Menempatkan dananya dalam bentuk Sertifikat Bank Indonesia ( SBI ), Deposito berjangka, Sertifikat Deposito, dan atau tabungan pada bank lain.

Hal-hal yang dilarang dalam bank perkreditan rakyat :

- a. Menerima simpanan berupa giro dan ikut serta dalam lalu lintas pembayaran.
- b. Melakukan kegiatan usaha dalam valuta asing.
- c. Melakukan penyertaan modal.
- d. Melakukan usaha lain diluar kegiatan usaha sebagaimana dimaksud dalam usaha BPR.

#### **2.2.5. Bank Syariah**

Bank Syariah adalah bank umum yang melaksanakan kegiatan usaha berdasarkan prinsip syariah yang dalam kegiatannya memberikan jasa dalam lalu lintas pembayaran. ( UU No.10 Tahun 1998 tentang Perubahan UU No.7 Tahun 1992 tentang Perbankan ).

##### **2.2.5.1. Prinsip Bank Syariah**

Prinsip-prinsip yang terkandung dalam bank syariah adalah :

##### **a. Prinsip Keadilan**

Prinsip ini tercermin dari penerapan imbalan atas dasar bagi hasil dan pengambilan margin keuntungan yang disepakati bersama antara bank dan nasabah.

##### **b. Prinsip Kesederajatan**



Bank syariah menempatkan nasabah penyimpan dana, nasabah pengguna dana, maupun bank pada kedudukan yang sama dan sederajat. Hal ini tercermin dalam hak, kewajiban, resiko dan keuntungan yang berimbang diantara nasabah penyimpan dana, nasabah pengguna dana maupun bank.

c. Prinsip Ketentraman

Produk-produk bank syariah telah sesuai dengan prinsip dan kaidah muamalah Islam ( halal ) yang antara lain tidak ada unsur riba dan menerapkan zakat harta. Dengan demikian nasabah merasakan ketentraman lahir maupun batin.

#### 2.2.5.1. Teori Mengenai Faktor yang Mempengaruhi Bonus dan Bagi Hasil

Faktor-faktor yang mempengaruhi tingkat bagi hasil / bonus terbagi ke dalam dua kelompok, yaitu :

a. Faktor Langsung

*Investment rate* merupakan prosentase dana aktual yang diinvestasikan dari total dana. Jika bank menentukan *investment rate* sebesar 80%, hal ini berarti 20% dari total dana yang dialokasikan untuk memenuhi likuiditas. Semakin besar pembiayaan yang diberikan semakin besar pengeluaran bagi hasilnya.

Jumlah dana yang tersedia untuk diinvestasikan merupakan jumlah dana dari berbagai sumber dana yang tersedia untuk diinvestasikan. Dana tersebut dapat dihitung dengan menggunakan metode rata-rata saldo minimum bulanan dan metode rata-rata saldo harian.

*Investment rate* dikalikan dengan jumlah dana yang tersedia untuk diinvestasikan maka akan menghasilkan dana aktual yang digunakan.

b. Faktor Tidak Langsung

1. Penentuan butir-butir pendapatan dan biaya *murabahah*.
2. Bank dan nasabah melakukan *share* dalam pendapatan dan biaya (*profit and sharing*). Pendapatan yang “dibagihasilkan” merupakan pendapatan yang diterima dikurangi biaya-biaya.
3. Jika semua biaya-biaya ditanggung bank, hal ini disebut *revenue sharing*.
4. Kebijakan akunting dimana bagi hasil secara tidak langsung dipengaruhi oleh berjalannya aktifitas yang diterapkan, terutama sehubungan dengan pendapatan dan biaya.

Besar kecilnya bonus dan bagi hasil yang diperoleh nasabah bergantung pada ;

a. Pendapatan bank

Semakin besar pendapatan bank maka semakin besar pula bonus dan bagi hasil yang diperoleh nasabah.

b. Nisbah bagi hasil antara bank dan nasabah

c. Nominal tabungan nasabah

Semakin besar tabungan maka semakin besar pula bagi hasilnya.

d. Jangka waktu tabungan karena berpengaruh pada lamanya investasi.