

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Kajian Teori

1. *Theory of Planned Behavior (TPB)*

Teori perilaku terencana (TPB) merupakan perluasan dari *theory of reasoned action* (TRA) yang berusaha menjelaskan hubungan antara sikap individu dengan perilakunya. Teori tersebut dikembangkan oleh Icek Ajzen pada tahun 1988. TPB berpendapat bahwa perilaku individu ditentukan oleh tiga faktor: sikap nasabah terhadap perilaku tersebut, norma subyektif nasabah atau tekanan sosial yang nasabah rasakan untuk melakukan perilaku tersebut, dan kontrol perilaku yang nasabah rasakan atau keyakinan nasabah pada kemampuan nasabah untuk melakukan perilaku tersebut. Ketiga faktor tersebut diyakini berinteraksi membentuk niat individu untuk melakukan suatu perilaku, yang kemudian mengarah pada perilaku yang sebenarnya.¹

Theory of planned behavior menjelaskan bahwa manusia berbuat berdasarkan motif dan mengendalikan tanggapan melalui perilaku tertentu. Terdapat tiga jenis kepercayaan dalam teori perilaku terencana, yaitu *behavioral belief* (keyakinan perilaku) yaitu keyakinan tentang kemungkinan aktivitas, *normative belief* (keyakinan normatif) yaitu keyakinan tentang ekspektasi orang lain, dan *control belief* (keyakinan kontrol) yaitu keyakinan tentang keberadaan elemen yang akan mendorong perilaku. Norma subyektif adalah tekanan sosial atau harapan yang mempengaruhi perilaku individu.² *Subjective norm* merupakan pandangan seseorang terhadap tekanan lingkungan sekitar. Tekanan lingkungan sosial berupa teman, keluarga, dan lain-lain. Sedangkan *perceived behavior control* adalah sejauh mana seseorang merasa nyaman atau tidak nyaman melakukan perilaku tertentu.³

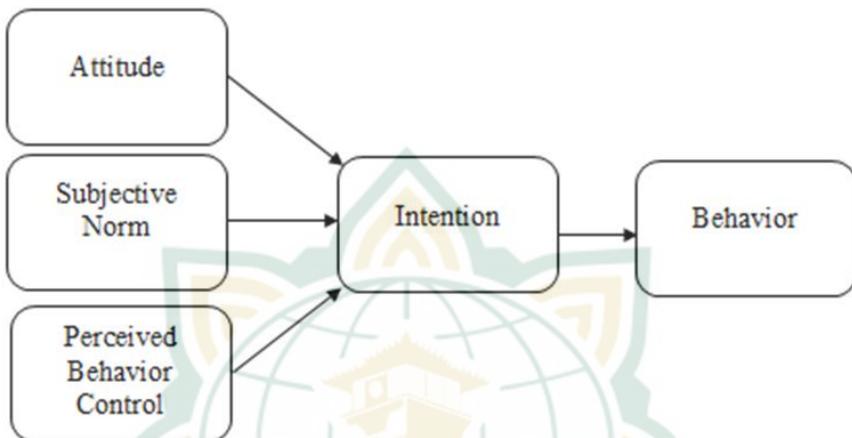
¹ Indyah Hartami Santi dan Bayu Erdani, *Technology Acceptance Model (TAM)*, (NEM, 2021), https://www.google.co.id/books/edition/TECHNOLOGY_ACCEPTANCE_MODEL_TAM/EcA6EAAAQBAJ?hl=id&gbpv=1

² Nonie Afrianty, *Theory of Planned Behavior* (Yogyakarta: CV Brimedia Global, 2021), 26–27..

³ Dwi Junianto, Joko Sabtohadhi, and Dita Hendriani, “Persepsi Mahasiswa Muslim Terhadap Investasi Produk Syariah Di Pasar Modal Dalam Kajian Theory Planned Behaviour,” *Jurnal Shidqia Nusantara* 1, no. 1 (2020): 52–53, <http://ojs.uninus.ac.id/index.php/PBS/article/view/768>.

Ilustrasi dibawah ini memberikan informasi tambahan tentang kontrol perilaku, norma subjektif, dan pengukuran sikap:

Gambar 2.1
The Theory of Planned Behavior



Sumber: Nonie Afrianty (2021)

Sesuai dengan Gambar 2.1 menjelaskan bahwa semakin baik sikap seseorang terhadap perilaku tersebut, semakin tinggi niat mereka untuk terlibat di dalamnya. Demikian pula, jika seseorang merasa bahwa orang penting dalam hidupnya mengharapkan mereka untuk melakukan perilaku tersebut, mereka cenderung berniat melakukannya. Terakhir, jika seseorang yakin bahwa mereka memiliki kendali atas perilaku tersebut dan bahwa perilaku tersebut layak untuk mereka lakukan, mereka cenderung berniat melakukannya. Semua faktor ini secara kolektif mempengaruhi perilaku seseorang karena niat mereka untuk melakukan perilaku tersebut merupakan prediktor yang signifikan apakah mereka benar-benar akan melakukannya atau tidak.

Penggunaan teori ini sesuai dengan variabel pada penelitian yang akan diteliti. *Subjective norm* merupakan pandangan seseorang terhadap tekanan lingkungan dalam kehidupannya, pandangan ini dipengaruhi oleh faktor lingkungan seperti teman, keluarga, dosen, dan lain-lain, hal ini sesuai dengan variabel promosi, karena promosi adalah aktivitas untuk mempengaruhi seseorang terhadap suatu produk. Selain itu, pada *perceived behavior control* yang merupakan perasaan seseorang tentang kemudahan atau kesulitan melakukan perilaku tertentu, sesuai dengan variabel inklusi keuangan karena akses dan layanan keuangan disediakan sebagai bagian dari inklusi keuangan.

2. Literasi Keuangan

a. Pengertian Literasi Keuangan

Literasi keuangan adalah tingkat pemahaman terhadap konsep keuangan.⁴ Literasi keuangan syariah merupakan pengetahuan berdasarkan sistem keuangan Islam yang digunakan dalam pengambilan keputusan yang berkaitan dengan keuangan.⁵

Kesejahteraan masyarakat akan meningkat dengan adanya pengetahuan dalam memutuskan layanan dan produk keuangan mana yang akan digunakan dan bagaimana menggunakannya. Semakin tinggi tingkat literasi masyarakat, hal ini juga dapat mempercepat pembangunan ekonomi suatu negara.⁶ Indikator untuk mengukur tingkat literasi keuangan seseorang, yaitu:

- 1) Pengetahuan
- 2) Nilai barang dan skala prioritas
- 3) Anggaran, tabungan dan pengelolaan uang
- 4) Manajemen kredit
- 5) Pentingnya asuransi dan perlindungan risiko
- 6) Dasar investasi
- 7) Dapat membandingkan produk
- 8) Mengenali potensi kegunaan (prioritas)

Beberapa indikator kurangnya literasi keuangan masyarakat antara lain kurangnya pengetahuan dan pemahaman tentang memanfaatkan uang untuk kegiatan produktif. Selain itu, kurangnya pengetahuan tentang produk dan layanan keuangan dapat menghalangi individu untuk memanfaatkan keuntungan yang ditawarkan oleh lembaga keuangan. Hal ini dapat menyebabkan hilangnya peluang untuk pertumbuhan dan stabilitas keuangan. Pendidikan dan literasi keuangan dapat memainkan peran penting dalam mengatasi masalah ini dan memberdayakan individu untuk membuat keputusan keuangan yang tepat.⁷

⁴ Mochamad Reza Adiyanto et al., “Dampak Tingkat Literasi Keuangan Syariah Terhadap Minat Menggunakan Produk Keuangan Syariah,” *Jurnal Administrasi Kantor* 9, no. 1 (2021): 2.

⁵ Gunawan Ade, *Monograf Pengukuran Literasi Keuangan Syariah dan Literasi Keuangan*, (Medan, 2022). 29.

⁶ Mochamad Reza Adiyanto et al., 3.

⁷ Tegar Febrianto, Ghulam Ahmad, and Arifin, “Peran Komunitas Dalam Meningkatkan Literasi Dan Inklusi Keuangan Syariah,” 135–36. <https://doi.org/10.46781/al-mutharahah.v17i1.77..>

b. Tujuan Literasi Keuangan

Literasi keuangan bertujuan untuk meningkatkan pengetahuan dan pemahaman tentang produk dan layanan keuangan, terutama bagi nasabah dengan literasi keuangan terbatas atau tidak ada, sehingga pemanfaatan layanan tersebut meningkat. Literasi keuangan syariah, di sisi lain, ditujukan untuk meningkatkan kesadaran dan pemahaman terhadap produk dan layanan keuangan yang didasarkan pada prinsip-prinsip Islam.⁸

c. Manfaat Literasi Keuangan

Literasi keuangan dapat membawa banyak manfaat bagi individu dan masyarakat secara keseluruhan. Nasabah lebih siap untuk menghindari penipuan dan investasi ilegal, dan kecil kemungkinannya terjatuh utang atau masalah keuangan. Pada saat yang sama, lembaga keuangan mendapat manfaat dari populasi yang melek finansial karena itu berarti semakin banyak orang yang menggunakan layanan nasabah, yang dapat meningkatkan keuntungan dan pertumbuhan lembaga tersebut. Selain itu, lembaga keuangan memiliki tanggung jawab untuk mempromosikan literasi keuangan dan memastikan bahwa klien nasabah sepenuhnya menyadari risiko dan manfaat dari produk dan layanan keuangan.⁹

d. Indikator Literasi Keuangan

1) Pemahaman keuangan dasar syariah

Paham tentang keuangan dasar syariah adalah pengetahuan terkait dengan prinsip dasar keuangan seseorang sebagai acuan dalam mengelola keuangan pribadi, keluarga, maupun bisnis.

⁸ Anriza Witi Nasution and Marlya Fatira, "Analisis Faktor Kesadaran Literasi Keuangan Syariah Mahasiswa Keuangan Dan Perbankan Syariah," *Equilibrium: Jurnal Ekonomi Syariah* 7, no. 1 (2019): 45, <https://doi.org/10.21043/equilibrium.v7i1.4258>.

⁹ Otoritas Jasa Keuangan, *Literasi Keuangan*, <https://www.ojk.go.id/id/kanal/edukasi-dan-perlindungan-konsumen/Pages/Literasi-Keuangan.aspx#:~:text=%E2%80%8BLiterasi%20Keuangan%20memiliki%20tujuan,produk%20dan%20layanan%20jasa%20keuangan>, Diakses pada 07 Desember 2022 pukul 11.01 WIB.

- 2) Pemahaman investasi syariah
Pemahaman investasi syariah merupakan pengetahuan mengenai ragam instrumen investasi syariah.
- 3) Pemahaman asuransi syariah
Pemahaman asuransi syariah merupakan pengetahuan dan pemahaman terkait prinsip, akad transaksi, dan unsur asuransi syariah.
- 4) Pemahaman pembiayaan syariah
Pemahaman pembiayaan syariah merupakan pemahaman mengenai akad pembiayaan yang dilakukan dalam bertransaksi.¹⁰

e. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Literasi Keuangan

Terdapat dua faktor yang mempengaruhi literasi keuangan, yaitu:

1. Faktor Internal
 - a. Demografi
Demografi menggambarkan karakteristik suatu penduduk. Informasi yang mudah diakses dan relatif murah merupakan bagian penting yang dapat mempengaruhi perilaku konsumen.
 - b. Gender
Gender merupakan status yang dimiliki seseorang yaitu laki-laki atau perempuan.
 - c. Usia
Usia merupakan waktu ukur hidup seseorang sejak lahir
 - d. Pendidikan
Pendidikan merupakan kemampuan seseorang dalam memahami suatu hal dari pembelajaran, lingkungan, dan pengetahuan
2. Faktor Eksternal
 - a. Status Sosio-Ekonomi
Status sosio-ekonomi merupakan kondisi seseorang dalam lingkungan sekitar, seperti pendidikan dan pekerjaan.
seperti tingkat pendidikan, pendapatan, pekerjaan dan sebagainya.
 - b. Tempat tinggal
 - c. Perkembangan informasi dan teknologi¹¹

¹⁰ Adiyanto et al., “Dampak Tingkat Literasi Keuangan Syariah Terhadap Minat Menggunakan Produk Keuangan Syariah,” 6.

f. Pengukuran Literasi Keuangan

Pengukuran literasi keuangan dapat membantu pembuat kebijakan dan lembaga keuangan untuk merancang program pendidikan keuangan yang lebih baik yang memenuhi kebutuhan khusus dari target audiens.

1. *Self-assesment*, yaitu pihak yang diminta untuk memberikan informasi mengenai keputusan nasabah terhadap suatu hal.
2. *Objective measure like test score*, yaitu tes objektif dengan menilai pemahaman pihak-pihak tentang pengetahuan dan konsep keuangan.¹²

g. Upaya Pemerintah Dalam Meningkatkan Literasi Keuangan

Kurangnya pengetahuan masyarakat mengenai sektor keuangan dapat membuat masyarakat terjebak dalam investasi ilegal, tingkat literasi yang rendah juga berdampak pada perkembangan sektor keuangan yang melambat. Pemerintah dan lembaga keuangan syariah harus berupaya memahami literasi keuangan syariah di masyarakat Indonesia.

OJK juga telah membentuk Indonesian *Financial Services Authority Learning Center* (IFSA LC) sebagai center of excellence pendidikan dan pelatihan keuangan. IFSA LC menyediakan berbagai program pendidikan dan pelatihan keuangan untuk individu dan institusi, termasuk lokakarya, seminar, dan program sertifikasi. Selain upaya yang dilakukan OJK, berbagai lembaga keuangan juga melakukan program literasi keuangan sendiri untuk meningkatkan pemahaman masyarakat terhadap produk dan layanan keuangan, khususnya keuangan syariah. Upaya tersebut meliputi program pendidikan dan pelatihan keuangan, serta pengembangan produk dan layanan keuangan yang user friendly dan sesuai dengan prinsip syariah.¹³

¹¹ Adiyanto et al., 6.

¹² Soraya and Lutfiati, "Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Literasi Keuangan," 120.

¹³ Hani Meilita Purnama Subardi and Indri Yuliafitri, "Hani Meilita, Dkk.: Efektivitas Gerakan Literasi," *Jurnal Ilmiah Perbankan Syariah* 5, no. 1 (2019): 34.

3. Promosi

a. Pengertian Promosi

Promosi merupakan kegiatan untuk mengkomunikasikan dan membujuk konsumen agar tertarik terhadap suatu produk.¹⁴ Tujuan promosi adalah mengkomunikasikan nilai dan manfaat dari suatu produk atau layanan kepada audiens target untuk menciptakan keinginan untuk membeli.¹⁵ Dalam Islam, promosi suatu barang diperbolehkan tetapi harus dengan kejujuran, menjauhi penipuan dan tidak bertentangan dengan syariah Islam.¹⁶

b. Strategi Promosi

1. Publikasi (*Publication*), yaitu meningkatkan citra perusahaan dengan beralih ke publikasi tertentu.
2. Kegiatan (*Event*), yaitu perusahaan dapat melakukan kegiatan yang menarik untuk menarik publik.
3. Pemberian (*News*), yaitu perusahaan dapat melakukan sesuatu atau melakukan kegiatan untuk menjadikannya berita dan membuat publik lebih mengenal perusahaan.
4. Kepedulian kepada masyarakat (*Community involvement*), yaitu perusahaan memiliki citra baik dimata masyarakat dengan cara menunjukkan kepedulian terhadap nasabah.
5. *Identity media*, yaitu dengan menuliskan identitas perusahaan di media seperti kartu nama, mobil, dan lain-lain.
6. *Lobbying* (mempengaruhi), yaitu perusahaan membuat kontak pribadi secara tidak resmi untuk mempengaruhi calon nasabah.
7. *Social investment*, yaitu melalui kegiatan sosial yang dapat menarik perhatian masyarakat.¹⁷

¹⁴ Alaudin Khasan, "Jurnal Syar ' Insurance (Sijas) Issn : 2460-5484" 7, no. 2 (2021): 16.

¹⁵ Nia Ruhaniah, Hendri Tanjung, and Hilman Hakiem, "Pengaruh Promosi, Kualitas Pelayanan, Dan Implementasi Syariah Terhadap Minat Masyarakat Menggunakan Jasa Pegadaian Syariah," *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam* 5, no. 1 (2021): 62, <https://doi.org/10.47467/elmal.v5i1.633>.

¹⁶ Nine Septa Maharani, "Pengaruh Promosi Dan Fluktuasi Harga Emas Terhadap Minat Nasabah Pada Produk Tabungan Emas," *Muhasabatuna : Jurnal Akuntansi Syariah* 2, no. 2 (2020): 62, <https://doi.org/10.54471/muhasabatuna.v2i2.820>.

¹⁷ Ruhaniah, Tanjung, and Hakiem, "Pengaruh Promosi, Kualitas Pelayanan, Dan Implementasi Syariah Terhadap Minat Masyarakat Menggunakan Jasa Pegadaian Syariah," 62–23. <https://doi.org/10.47467/elmal.v5i1.633>.

c. Indikator Promosi

1. Periklanan (*advertising*), yaitu media komunikasi dua arah yang berisi informasi yang bertujuan untuk membujuk orang lain.
2. Penjualan pribadi (*personal selling*), yaitu cara yang digunakan dalam teknik penjualan dengan cara berinteraksi secara langsung untuk mempengaruhi keputusan seseorang.
3. Publisitas, yaitu kegiatan yang bertujuan untuk memberikan tahu orang lain melalui media sosial untuk menarik perhatian publik sehingga menciptakan kepercayaan.
4. *Sales promotion*, yaitu promosi yang dilakukan dengan cara terjun langsung kepada masyarakat tertentu untuk memperkenalkan produk atau layanan yang ditawarkan.¹⁸

4. Inklusi Keuangan

a. Pengertian Inklusi Keuangan

Inklusi keuangan syariah merupakan akses yang diberikan kepada berbagai barang, jasa, dan lembaga perbankan syariah untuk memenuhi kebutuhan masyarakat. Inklusi keuangan meliputi layanan keuangan yang berkelanjutan, sesuai kebutuhan, menguntungkan dan bermanfaat untuk masyarakat yang membutuhkan.¹⁹

b. Tujuan Inklusi Keuangan

Inklusi keuangan bertujuan untuk menyediakan akses ke berbagai layanan dan produk keuangan, termasuk bank, kredit, asuransi, dan investasi, kepada semua individu dan bisnis, terutama nasabah yang kurang terlayani atau dikecualikan dari sistem keuangan tradisional. Tujuannya adalah untuk mendorong pertumbuhan dan pembangunan ekonomi dengan memungkinkan orang mengelola keuangan nasabah secara lebih efektif, menghemat uang, dan melakukan investasi. Selain itu, tujuan lain dari inklusi keuangan adalah:

- 1) Akses terjangkau ke berbagai layanan keuangan.
- 2) Untuk menjamin kelangsungan finansial dan investasi

¹⁸ Alaudin Khasan, "Jurnal Syar ' Insurance (Sijas) Issn : 2460-5484" 7, no. 2 (2021): 17.

¹⁹ Abdus Salam Dz., "Inklusi Keuangan Perbankan Syariah Berbasis Digital-Banking: Optimalisasi Dan Tantangan," *Al-Amwal : Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syari'ah* 10, no. 1 (2018): 66, <https://doi.org/10.24235/amwal.v10i1.2813>.

- 3) Untuk memastikan pilihan dan memudahkan nasabah dalam mengakses layanan keuangan.²⁰

c. Manfaat Inklusi Keuangan

Menurut bank dunia, pertumbuhan ekonomi akan meningkat senilai 0,03% jika inklusi keuangan meningkat senilai satu persen. Manfaat inklusi keuangan yaitu:²¹

1. Layanan keuangan mudah diakses
2. Kemampuan ekonomi meningkat
3. Kemiskinan dan kesenjangan sosial berkurang
4. Kesejahteraan masyarakat semakin meningkat
5. Bertambahnya lapangan pekerjaan

d. Indikator Inklusi Keuangan

- 1) Ketersediaan akses
- 2) Penggunaan, lama penggunaan produk dan jasa keuangan
- 3) Kualitas, kebutuhan nasabah dapat terpenuhi dari kualitas produk dan jasa keuangan
- 4) Kesejahteraan, layanan keuangan berdampak pada kehidupan pengguna jasa yang semakin sejahtera²²

e. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Inklusi Keuangan

1. Pendapatan, yaitu orang dengan pendapatan keluarga yang tinggi, kemungkinan memiliki akses terhadap pembiayaan cenderung lebih tinggi bagi orang yang berpendidikan.
2. *Gender Gap*, dalam akses keuangan kemungkinan akses keuangan perempuan lebih rendah dari laki-laki.
3. Biaya dan kualitas pelayanan dari jasa keuangan, semakin tinggi biaya kemungkinan bisa menjadi hambatan akses keuangan.²³

²⁰ Dz., 66.

²¹ Tegar Febrianto, Ghulam Ahmad, and Arifin, "Peran Komunitas Dalam Meningkatkan Literasi Dan Inklusi Keuangan Syariah," 136.

²² Dz., "Inklusi Keuangan Perbankan Syariah Berbasis Digital-Banking: Optimalisasi Dan Tantangan," 67.

²³ Prani Sastiono and Chaikal Nuryakin, "Inklusi Keuangan Melalui Program Layanan Keuangan Digital Dan Laku Pandai Financial Inclusion: Case Study of LKD and Laku Pandai Program," *Jurnal Ekonomi Dan Pembangunan Indonesia* 19, no. 2 (2019): 246, https://www.researchgate.net/profile/Chaikal-Nuryakin/publication/338108938_Inklusi_Keuangan_Melalui_Program_Layanan_Keuangan_Digital_dan_Laku_Pandai_Financial_Inclusion_Case_Study_of_LKD_and_Laku_Pandai_Program/links/5dff46a8299bf10bc36ef66c/Inklusi-Keua.

f. Upaya Pemerintah Dalam Meningkatkan Inklusi Keuangan

Inklusi keuangan dipandang sebagai solusi utama untuk mengurangi kemiskinan dan ketimpangan ekonomi di masyarakat, dan pemerintah Indonesia telah berkomitmen untuk mendukung inklusi keuangan melalui berbagai cara. Ini termasuk memperluas akses ke keuangan untuk populasi yang kurang terlayani, menyediakan berbagai produk layanan keuangan yang memenuhi kebutuhan berbagai segmen populasi, dan meningkatkan kualitas dan aksesibilitas layanan keuangan. Program dan inisiatif literasi keuangan juga memainkan peran kunci dalam mempromosikan inklusi keuangan yang nasabah butuhkan untuk membuat keputusan keuangan yang tepat.²⁴ Beberapa program yang dilakukan OJK bertujuan untuk menyediakan layanan keuangan yang terjangkau dan mudah diakses, serta mempromosikan penggunaan produk keuangan Islam.²⁵

5. Minat

a. Pengertian Minat

Minat merupakan keinginan yang timbul akibat ketertarikan terhadap objek tertentu.²⁶ Minat adalah ketertarikan untuk memperhatikan dan bertindak dengan perasaan senang terhadap aktivitas atau situasi tertentu.²⁷

b. Ragam Minat

1. Berdasarkan timbulnya :

- a) Minat primitif berasal dari kebutuhan biologis dan fisiologis manusia, seperti kebutuhan akan makanan, air, tempat tinggal, dan keamanan. Kepentingan ini sering disebut sebagai "kepentingan bertahan hidup" karena nasabah diperlukan untuk kelangsungan hidup dasar dan kesejahteraan individu. Minat primitif juga mencakup keinginan untuk kebahagiaan, interaksi sosial, dan kebutuhan dasar manusia lainnya yang diperlukan untuk

²⁴ Tegar Febrianto, Ghulam Ahmad, and Arifin, "Peran Komunitas Dalam Meningkatkan Literasi Dan Inklusi Keuangan Syariah," 136.

²⁵ Otoritas Jasa Keuangan, *Bulan Inklusi Keuangan*, <https://sikapiuangmu.ojk.go.id/FrontEnd/CMS/Article/10532> , diakses pada 12 Desember 2022 pukul 11.36 WIB.

²⁶ Ruhaniah, Tanjung, and Hakiem, "Pengaruh Promosi, Kualitas Pelayanan, Dan Implementasi Syariah Terhadap Minat Masyarakat Menggunakan Jasa Pegadaian Syariah," 64.

²⁷ Khasan, "Jurnal Syar ' Insurance (Sijas) Issn : 2460-5484," 14.

kelangsungan hidup dan pemenuhan pribadi. Kepentingan ini biasanya bawaan dan universal, dan nasabah umum untuk semua manusia.

- b) Minat kultural dibentuk oleh lingkungan, pendidikan, dan pengalaman individu. Ini mencakup minat seperti memperoleh kekayaan, mencapai status, memperoleh pengetahuan, atau mengejar hobi dan hasrat. Kepentingan ini tidak harus terkait dengan kebutuhan dasar kelangsungan hidup melainkan berasal dari nilai-nilai budaya dan sosial.
2. Berdasarkan arahnya :
 - a) Minat intrinsik mengacu pada minat yang memotivasi diri sendiri dan didorong oleh kesenangan, keingintahuan, atau kepuasan pribadi.
 - b) Minat ekstrinsik dipengaruhi oleh faktor eksternal seperti imbalan, insentif, atau tekanan dari orang lain. Minat ekstrinsik mungkin bersifat sementara dan mungkin tidak mengarah pada keterlibatan atau motivasi jangka panjang.
 3. Berdasarkan cara mengungkapkannya :
 - a) *Expressed Interest*, yaitu cara mengekspresikan dengan meminta orang lain untuk menceritakan atau menulis tentang aktivitas yang disukai.
 - b) *Manifest Interest*, yaitu ketertarikan ditunjukkan dengan observasi terhadap suatu kegiatan.
 - c) *Tased Interest*, yaitu ketertarikan yang ditunjukkan untuk memperoleh nilai yang tinggi pada suatu bahasan.
 - d) *Infonteried Interest*, yaitu minat diekspresikan melalui alat-alat yang sudah distandarisasikan, biasanya terdiri dari pernyataan-pernyataan yang berkaitan pada subjek dengan sejumlah aktivitas atau objek.²⁸

c. Indikator Minat

- 1) Dorongan dari dalam, yaitu keinginan seseorang yang memicu perhatiannya dan menyebabkan dia tertarik pada sesuatu.
- 2) Motif sosial, yaitu motif yang muncul karena ingin diakui oleh lingkungan.

²⁸ Ruhaniah, Tanjung, and Hakiem, "Pengaruh Promosi, Kualitas Pelayanan, Dan Implementasi Syariah Terhadap Minat Masyarakat Menggunakan Jasa Pegadaian Syariah," 64–65.

- 3) Faktor emosional karena berkaitan dengan pengalaman atau minat pribadinya. Emosi seperti keingintahuan, kegembiraan, dan hasrat dapat mendorong minat seseorang dan memotivasi nasabah untuk mengejar aktivitas atau tujuan tertentu.²⁹

6. Produk Bank Syariah

a. Pengertian Produk Bank Syariah

Bank syariah merupakan bank yang beroperasi berdasarkan prinsip Islam, khususnya yang terkait dengan urusan muamalah dijalankan secara Islami.³⁰ Pendirian bank syariah didasarkan pada larangan riba atau riba dalam ajaran Islam. Larangan ini berakar pada Al-Qur'an ayat 2:275 yang berbunyi:

الَّذِينَ يَأْكُلُونَ الرِّبَا لَا يَقُومُونَ إِلَّا كَمَا يَقُومُ الَّذِي يَتَخَبَّطُهُ الشَّيْطَانُ مِنَ الْمَسِّ ذَلِكَ بِأَنَّهُمْ قَالُوا إِنَّمَا الْبَيْعُ مِثْلُ الرِّبَا وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا فَمَنْ جَاءَهُ مَوْعِظَةٌ مِنْ رَبِّهِ فَانْتَهَى فَلَهُ مَا سَلَفَ وَأَمْرُهُ إِلَى اللَّهِ وَمَنْ عَادَ فَأُولَئِكَ أَصْحَابُ النَّارِ هُمْ فِيهَا خَالِدُونَ

Artinya:

“orang-orang yang Makan (mengambil) riba tidak dapat berdiri melainkan seperti berdirinya orang yang kemasukan syaitan lantaran (tekanan) penyakit gila. Keadaan nasabah yang demikian itu, adalah disebabkan nasabah berkata (berpendapat), Sesungguhnya jual beli itu sama dengan riba, Padahal Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba. orang-orang yang telah sampai kepadanya larangan dari Tuhannya, lalu terus berhenti (dari mengambil riba), Maka baginya apa yang telah diambinya dahulu (sebelum datang larangan); dan urusannya (terserah) kepada Allah. orang yang kembali (mengambil riba), Maka orang itu adalah penghuni-penghuni neraka; nasabah kekal di dalamnya”. (Q.S. Al-Baqarah 2: 275).²⁸

²⁹ Ruhaniah, Tanjung, and Hakiem, 64.

³⁰ Samsul and Ismawati, “Tingkat Pemahaman Mahasiswa Terhadap Produk-Produk Perbankan Syariah,” *Jurnal Ekonomi, Keuangan Dan Perbankan Syariah* 4 (2020): 69.

³¹ Quran Kemenag, <https://quran.kemenag.go.id/surah/2/275>, diakses pada 25 Januari 2023 pukul 23.26 WIB.

Ayat ini menekankan larangan riba (bunga) dalam Islam dan memperingatkan individu akan hukuman berat pada Hari Kebangkitan jika mereka terlibat di dalamnya. Ini membedakan antara perdagangan, yang merupakan cara mencari nafkah yang diperbolehkan, dan bunga, yang dianggap eksploitatif dan terlarang. Ayat tersebut juga mendesak individu untuk mencari pengampunan dan menjauhkan diri dari riba, dan memperingatkan bahwa mereka yang tetap melakukannya akan menghadapi hukuman di Api Neraka. Ini menggarisbawahi fakta bahwa Allah adalah hakim tertinggi atas perbuatan manusia dan takdir seseorang terletak di tangan-Nya³²

Secara sudut pandang perundang-undangan bahwa PBI No. 10/17/PBI/2008 merupakan landasan hukum bagi kerangka produk dan layanan bank syariah di Indonesia. Ini mengatur berbagai aspek, seperti penggalangan dana, penyaluran dana, kegiatan investasi, serta pengelolaan dan tata kelola bank syariah. Peraturan tersebut memastikan bahwa bank syariah mematuhi prinsip syariah dalam operasinya. Bank syariah di Indonesia menawarkan berbagai produk dan layanan, antara lain rekening tabungan, giro, pembiayaan murabahah, pembiayaan mudharabah, pembiayaan musyarakah, dan pembiayaan ijarah.³³

b. Produk Penghimpun

Simpanan merupakan istilah pada produk penghimpun di bank syariah. Produk bank syariah berupa simpanan terdiri dari:

1. Giro

Giro adalah rekening simpanan yang disediakan oleh bank yang memungkinkan penarikan dana hingga batas maksimum tertentu setiap saat. Sesuai fatwa No. 01/DSN-MUI/IV/2000, giro dapat ditarik seketika.³⁴

2. Deposito

Deposito berjangka mengacu pada simpanan yang tidak dapat ditarik kembali sampai jangka waktu tertentu telah berlalu. Dalam deposito berbasis mudharabah, deposan bertindak sebagai investor (rab al-mal) sedangkan bank bertindak sebagai pengusaha (mudharib) yang mengelola

³² Rini Fatriani, "Bentuk-Bentuk Produk Bank Konvensional Dan Bank Syariah Di Indonesia," *Ensiklopedia Of Journal* 1, no. 1 (2018): 220.

³³ Fatriani, 220.

³⁴ Fatriani, 220.

dana dengan menginvestasikannya pada instrumen syariah. Keuntungan yang diperoleh dari investasi ini dibagi antara deposan dan bank berdasarkan rasio bagi hasil yang telah disepakati sebelumnya. Namun, deposan tidak dijamin pengembalian tetap karena rasio bagi hasil ditentukan berdasarkan keuntungan aktual yang diperoleh bank dari investasinya. Hal ini sesuai dengan fatwa No. 03/DSN-MUI/IV/2000..³⁵

3. Tabungan

Tabungan adalah tindakan menyisihkan sebagian dari pendapatan atau uang untuk digunakan di masa depan, biasanya untuk tujuan tertentu atau tujuan keuangan. Itu juga bisa merujuk pada uang yang disimpan, biasanya disimpan di rekening bank atau lembaga keuangan lainnya, dan mendapatkan bunga dari waktu ke waktu. Tabungan dapat digunakan untuk berbagai keperluan, seperti dana darurat, pendidikan, pensiun, atau pembelian besar. Tabungan adalah simpanan yang dengan jangka waktu penarikan yang ditetapkan, tidak dapat ditarik dengan cek, bilyet giro, atau metode lainnya..³⁶

c. Produk Pembiayaan

1. Prinsip jual-beli

- a) Akad murabahah, merupakan akad pembiayaan dengan mengambil keuntungan yaitu membayar harga yang lebih tinggi dari harga pembelian.
- b) Akad Salam, yaitu perjanjian pembiayaan dengan cara pemesanan dan pembayaran uang muka yang disepakati bersama.
- c) Akas Istishna', yaitu akad pembiayaan barang dengan pemesanan dengan syarat dan ketentuan yang ditetapkan oleh pembeli dan penjual.

2. Prinsip sewa

- a) Akad Ijarah, yaitu akad penyediaan dana dengan transaksi sewa tanpa perpindahan kepemilikan barang.
- b) Akad Ijarah muntahiya bittamlik, yaitu akad penyediaan dana dengan transaksi sewa dan perpindahan kepemilikan barang tersebut.

³⁵ Fatriani, 220.

³⁶ Fatriani, 220.

3. Prinsip bagi hasil

- a) Akad Mudharabah, yaitu perjanjian kerjasama antara pemasok modal dan pengelola dana yang menentukan bagaimana keuntungan akan dibagi, jika terjadi kerugian, penyedia dana akan bertanggung jawab, kecuali kesalahan yang disengaja dari pengelola dana.
- b) Akad Musyarakah, yaitu perjanjian kerjasama dimana setiap anggota menyumbangkan dana dan keuntungan atau kerugian dialokasikan berdasarkan porsi masing-masing dana.

d. Produk Jasa

Produk layanan bank adalah produk yang ditawarkan bank kepada nasabah sebagai cara untuk meningkatkan pengalaman bank nasabah atau memberikan layanan tambahan. Produk-produk ini mungkin termasuk layanan manajemen akun, layanan bank elektronik, brankas, kartu kredit dan debit, perlindungan cerukan, dan banyak lainnya. Pelanggan biasanya membayar biaya untuk layanan ini, baik sebagai biaya satu kali atau sebagai biaya berulang. Bank mengembangkan produk layanan untuk menarik dan mempertahankan pelanggan, menghasilkan aliran pendapatan tambahan, dan tetap kompetitif di industri bank. Contoh produk jasa di bank syariah yaitu:³⁷

1. *Sharia import Letter of Credit*

Sharia import Letter of Credit menggunakan akad syariah seperti Wakalah bil Ujrah dan Kafalah. Ini dikeluarkan oleh bank Islam atas nama importir untuk menjamin pembayaran kepada eksportir atas impor barang. Bank syariah bertindak sebagai mediator antara importir dan eksportir, memastikan bahwa transaksi dilakukan dengan cara yang sesuai syariah. Bank membebaskan biaya untuk menyediakan layanan ini, yang dikenal sebagai ujarah.

2. *Sharia Guarantee Bank*

Sharia Guarantee Bank syariah adalah jenis jaminan yang diberikan oleh bank untuk memastikan bahwa pelanggan memenuhi kewajiban kontraktualnya kepada pihak ketiga. Jaminan ini biasanya didasarkan pada prinsip kafalah, yang merupakan kontrak jaminan dalam keuangan Islam. Berdasarkan perjanjian ini, penjamin (bank) setuju untuk bertanggung jawab atas kewajiban debitur (nasabah)

³⁷ Neneng Nurhasanah dan Panji Adam, *Hukum Perbankan Syariah*, 47-76.

kepada pihak ketiga, apabila debitur lalai memenuhi kewajiban tersebut. Bank membebankan biaya untuk memberikan jaminan ini, yang didasarkan pada risiko yang terlibat dan jumlah jaminan yang diberikan.

3. Transfer dan Inkaso

Layanan transfer dan inkaso adalah salah satu layanan bank dasar yang ditawarkan oleh bank kepada nasabahnya. Layanan transfer mengacu pada proses pemindahan dana dari satu rekening ke rekening lainnya, baik dalam bank yang sama maupun antar bank yang berbeda, sedangkan inkaso mengacu pada proses pengumpulan dana atas nama nasabah. Dalam bank syariah, transfer dan penagihan dilakukan berdasarkan akad wakalah, dimana bank bertindak sebagai agen atas nama nasabah. Bank bertanggung jawab untuk melakukan proses transfer atau penagihan, dan membebankan biaya untuk layanannya. Bank juga bertanggung jawab untuk memastikan bahwa dana ditransfer atau dikumpulkan dengan cara yang sesuai Syariah.

4. *Rahn*

Gadai syariah (*Rahn*) adalah kesepakatan antara peminjam dan pemberi pinjaman. Kriteria barang yang dijaminkan yaitu barang tersebut milik nasabah sendiri dan jelas barangnya.

5. *Syariah Charge Card*

Syariah Charge Card adalah menggunakan kartu sebagai bentuk pembayaran atau penarikan tunai.

6. *Sharf*

Penukaran valuta asing menggunakan prinsip sharf. Prinsip sharf umum digunakan dalam pertukaran mata uang asing di keuangan Islam. Istilah "sharf" mengacu pada pertukaran dua mata uang yang berbeda pada kurs tertentu yang disepakati oleh kedua belah pihak. Transaksi harus dilakukan tanpa unsur kebetulan atau spekulasi (*gharar*) dan harus bebas dari segala bentuk riba atau bunga. Selain itu, jika mata uang yang dipertukarkan memiliki nilai yang setara, transaksi harus dilakukan secara tunai. Dalam hal mata uang berbeda jenis, transaksi juga harus dilakukan secara tunai dengan kurs mata uang yang berlaku pada saat transaksi.

7. Pembiayaan Multijasa

Pembiayaan multijasa adalah nasabah dapat memperoleh pendanaan dari Lembaga Keuangan Syariah (LKS) untuk menggunakan layanan tersebut.

8. Hawalah

Hawalah adalah akad pengalihan dimana debitur mengalihkan kewajiban hutangnya kepada pihak ketiga, yang kemudian menjadi penanggung jawab pembayarannya. Dalam keuangan Islam, hawalah dapat dilakukan berdasarkan berbagai akad, antara lain mudharabah, musyarakah, dan wakalah. Hawalah dianggap sebagai mekanisme yang sah dan penting dalam keuangan Islam, dan diakui di bawah hukum syariah.

B. Hasil Penelitian Terdahulu

Tabel 2.1
Hasil Penelitian Terdahulu

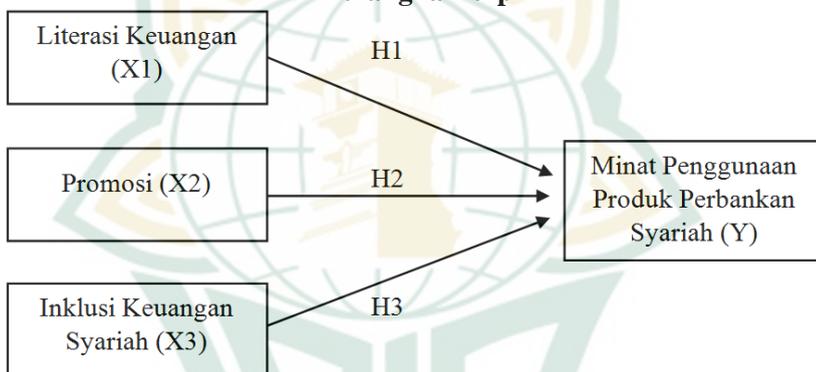
| No | Nama dan Tahun | Judul |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1 | Mochamad Reza Adiyanto dan Arie Setyo Dwi Purnomo, Vol.9 No.1, 2021. | “Dampak Tingkat Literasi Keuangan Syariah Terhadap Minat Menggunakan Produk Keuangan Syariah” |
| <p>Persamaan: Menggunakan variabel independen literasi keuangan dan variabel dependen minat menggunakan produk keuangan syariah. Menggunakan metode penelitian kuantitatif.</p> <p>Perbedaan: Pada penelitian sebelumnya menggunakan subjek peserta pelatihan UMKM yang terdampak covid-19, sedangkan pada kajian ini menggunakan subjek masyarakat kabupaten Kudus.</p> | | |
| 2 | Auliya Rahmawati dan Ali Hamdan, Vol.2 No.1, 2021 | “Analisis Pengaruh Tingkat Literasi Keuangan Syariah dan Religiusitas Terhadap Minat Penggunaan Produk-Produk Bank Syariah (Studi Kasus Pada Masyarakat Kel.Warugunung Surabaya)” |
| <p>Persamaan: 1) Menggunakan metode kuantitatif. 2) Menggunakan variabel independen literasi keuangan dan variabel dependen minat penggunaan produk bank syariah.</p> | | |

| | | |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p>Perbedaan: Perbedaannya terletak pada subjek penelitian yaitu masyarakat di Kota Kudus, sedangkan pada hasil penelitian terdahulu menggunakan subjek penelitian masyarakat Kelurahan Warugunung Surabaya.</p> | | |
| 3 | Hanafi dan Lusiana Ayu Agustina, Vol.7 No.1, 2021 | “Pengaruh Pendapatan, Pengetahuan Produk Dan Promosi Terhadap Minat Masyarakat Dalam Berasuransi Syariah (Studi Pada Desa Kabandungan Kabupaten Sukabumi)” |
| <p>Persamaan: 1) Menggunakan metode kuantitatif 2) Menggunakan variabel independen pengetahuan atau literasi dan promosi.</p> <p>Perbedaan: Perbedaannya terletak pada subjek penelitian yaitu masyarakat di Kota Kudus, sedangkan pada hasil penelitian terdahulu menggunakan subjek penelitian masyarakat Desa Kabandungan Kabupaten Sukabumi</p> | | |
| 4 | Sodik Dwi Purnomo, Heru Cahyo, dan Siti Ainul Mukharomah, Vol.6 No.2, 2021 | “Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Menabung di Bank Syariah pada Masyarakat Kabupaten Banyumas” |
| <p>Persamaan: Menggunakan metode kuantitatif</p> <p>Perbedaan: Subjek penelitian yaitu masyarakat Kabupaten Kudus, sedangkan pada penelitian terdahulu menggunakan subjek masyarakat Kabupaten Banyumas</p> | | |
| 5 | Nia Ruhaniah, Hendri Tanjung, dan Hilman Hakiem, Vol.5 No.1, 2022 | “Pengaruh Promosi, Kualitas Pelayanan Dan Implementasi Syariah Terhadap Minat Masyarakat Menggunakan Jasa Pegadaian Syariah” |
| <p>Persamaan: Menggunakan variabel independen promosi dan metode kuantitatif</p> <p>Perbedaan: Pada hasil penelitian terdahulu menggunakan subjek penelitian masyarakat Kota Depok, sedangkan subjek kajian ini adalah masyarakat di Kota Kudus</p> | | |
| 6 | Eko Dwi Prasetyo dan | “Pengaruh Pengetahuan Perbankan |

| | | |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------|
| | Menik Kurnia Siwi, Vol. 5 No.1, 2022 | Syariah dan Lingkungan Keluarga Terhadap Minat Menabung Mahasiswa di Bank Syariah” |
| <p>Persamaan: Menggunakan metode kuantitatif</p> <p>Perbedaan: Pada hasil penelitian terdahulu menggunakan subjek penelitian mahasiswa FEBI Universitas Negeri Padang, sedangkan subjek kajian ini adalah masyarakat di Kota Kudus</p> | | |

C. Kerangka Berpikir

Gambar 2.2
Kerangka Berpikir



D. Hipotesis

Berdasarkan Hasil Penelitian Terdahulu dan teori maka hipotesis yaitu:

1. Pengaruh tingkat literasi terhadap minat penggunaan produk bank syariah

Berdasarkan penelitian Auliya Rahmawati dan Ali Hamdan, dapat dihipotesiskan bahwa ada hubungan positif antara literasi keuangan minat menggunakan produk bank syariah. Berdasarkan penjelasan sebelumnya serta hasil penelitian sebelumnya, bisa dituliskan hipotesis yaitu:

H1= Tingkat literasi berpengaruh terhadap minat penggunaan produk-produk bank syariah.

2. Pengaruh promosi terhadap minat penggunaan produk bank syariah

Hasil penelitian Hanafi dan Lusiana Ayu Agustina menjelaskan terdapat hubungan positif yang signifikan antara promosi penjualan dengan minat masyarakat terhadap asuransi

syariah di Desa Kabandungan Kabupaten Sukabumi. Studi ini juga mengungkapkan bahwa pendapatan dan pengetahuan produk memiliki dampak positif yang signifikan terhadap minat masyarakat terhadap asuransi syariah. Berdasarkan penjelasan sebelumnya serta hasil penelitian sebelumnya, bisa dituliskan hipotesis yaitu:

H2 = Promosi berpengaruh terhadap minat penggunaan produk-produk bank syariah.

3. Pengaruh inklusi keuangan terhadap produk bank syariah

Munardi, Ahmad Fauzul Hakim Hasibuan, dan Ichsan melakukan kajian tentang Analisis Dampak Tingkat Literasi Keuangan Syariah, Religiusitas, dan Akses Layanan terhadap Penggunaan Produk Keuangan Syariah. Studi ini menemukan bahwa akses layanan atau inklusi keuangan berpengaruh positif terhadap pemanfaatan produk keuangan syariah, seiring dengan tingkat literasi dan religiusitas keuangan syariah. Berdasarkan penjelasan sebelumnya serta hasil penelitian sebelumnya, bisa dituliskan hipotesis yaitu:

H3 = Inklusi keuangan berpengaruh terhadap minat penggunaan produk-produk bank syariah.