

BAB II LANDASAN TEORITIS

A. Deskripsi Teori

1. Label Syariah

a) Pengertian Label Syariah

Label atau *brand* (merek) merupakan ciri khas yang menjadi bagian dari produk di mana label ini bertujuan untuk memberikan informasi kepada konsumen tentang produk yang dijualnya.¹ Label ini bisa berupa nama-nama, istilah, tanda, lambang, rancangan-rancangan atau kombinasi, yang bertujuan untuk identifikasi produk dari penjual kepada pembeli serta menjadi pembeda dengan produk satu dengan yang lainnya.²

Label menjadi identitas sumber atau pembuat produk dan memungkinkan konsumen, baik individu maupun organisasi untuk menuntut tanggung jawab atas kinerja dari produsen atau penyalur produk tertentu. Konsumen dapat mengevaluasi produk yang sama secara berbeda tergantung pada bagaimana pelabelan produk tersebut.³

Secara etimologi, syariah di ambil dari kata *syara' /syari'at* (Bahasa Arab) yang memiliki artian hukum-hukum dalam Islam. Arti lain dari syariah adalah perilaku atau nilai-nilai yang berkaitan dengan tauhid atau keimanan.⁴

Sedangkan secara Pengistilahan syariah merupakan seperangkat peraturan dari Allah SWT yang di dalamnya berisi perintah, panduan, larangan, dan pandangan hidup yang diturunkan melalui Nabi Muhammad SAW melalui Al-Qur'an maupun As-Sunnah sebagai pedoman utama bagi umat Islam dalam kehidupan di dunia maupun di akhirat.⁵

Dari berbagai pengertian-pengertian yang diuraikan di atas maka dapat ditarik kesimpulan bahwa label syariah

¹ Danang Sunyoto, *Teori Kuesioner & Analisis Data untuk Pemasaran dan Perilaku Konsumen*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2014), 66.

² Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran Jilid I*, (Jakarta: Erlangga, 2009), 258.

³ Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran Jilid I*, (Jakarta: Erlangga, 2009), 259.

⁴ Ma'ruf Abdullah, *Manajemen Bisnis Syariah*, (Sleman: Aswaja Pressindo, 2014), 1.

⁵ Mardani, *Hukum Bisnis Syariah*, (Jakarta: Prenadamedia Group, 2014), 2.

adalah label yang berfungsi untuk menunjukkan informasi yang sesuai dengan syariat Islam pada suatu produk tertentu.

b) Unsur-Unsur Label

Sebuah label biasanya menunjukkan beberapa informasi sebagai berikut:

- 1) Tanda merek (*Brand Mark*), bagian ini dapat berupa logo, desain huruf atau warna tertentu yang tujuannya untuk mengenali sebuah produk tertentu namun tidak dapat dibaca atau diucapkan.
- 2) Nama merek (*Brand Name*), merupakan bagian dari produk yang dapat dibaca atau diucapkan.
- 3) Tanda dagang (*Trade Mark*), merupakan tanda dagang yang fungsinya untuk melindungi penjual untuk penggunaan istimewa dari hak dari nama mereknya (tanda merek), tanda dagang ini sudah dilindungi oleh hukum dengan tujuan untuk menghasilkan dan melindungi sesuatu yang istimewa.
- 4) Hak cipta (*Copyright*), yaitu sebuah perundang-undangan yang mengatur tentang penerbitan, produksi dan pengedaran produk sebagai suatu karya yang dihasilkan dari produsen sebagai hak istimewa atas produknya.⁶

c) Jenis-Jenis Label

Penggunaan label pada perusahaan pada umumnya menggunakan tiga jenis label yang sering digunakan, di antaranya:

- 1) *Brand label*, yaitu label yang hanya sebagai *brand*. Di mana pada produk asuransi, kita bisa menemukan istilah *unit link* yang umum dipakai oleh perusahaan asuransi. Di mana dari setiap perusahaan dapat mencantumkan merk khusus yang menjadi kepemilikannya.
- 2) *Grade label*, merupakan label berupa tulisan atau kata-kata yang menyatakan atau menunjukkan tingkat kualitas dari suatu barang tertentu.
- 3) *Informative label* atau *descriptive label*, merupakan label yang menggambarkan tentang sistematisa dari suatu barang produk jasa keuangan.⁷

⁶ Rama Kertamukti, *Strategi Kreatif dalam Periklanan*, (Jakarta: Rajawali Persada, 2015), 88.

⁷ Basu Swastha, *Azaz-Azaz Marketing*, (Yogyakarta: Liberty, 2002), 142.

d) Karakteristik Produk Berlabel Syariah

Adapun karakteristik dari produk-produk yang berlabel syariah yang dikutip dari Yusanto dan Widjayakusuma oleh Nana Herdiana Abdurrahman, produk tersebut memiliki karakteristik berikut:

- 1) Tidak memakan riba.
- 2) Dalam prosen *Input, output* maupun prosesnya tidak ditemukan barang atau jasa yang haram.
- 3) Tidak memberi hadiah atau komisi dalam lobi bisnis (wanita, uang dan lain-lain).
- 4) Tidak ingkar janji /wanprestasi.
- 5) Tidak ada unsur suap-menyuap.
- 6) Tidak korupsi.
- 7) Tidak menipu.
- 8) Tidak zalim.⁸

e) Indikator Label Syariah

Dalam menjalankan operasinya, produk asuransi syariah menekankan beberapa poin penting sebagai berikut:

1) Pengetahuan

Pengetahuan yang dimaksud dalam hal ini adalah pengetahuan tentang produk asuransi syariah termasuk fungsi dan tujuannya harus diketahui oleh nasabah dari berbagi informasi produk tersebut.

2) Konsep

Asuransi syariah menerapkan konsep kerja sama yang dikenal dengan bentuk akad *mudharabah* dan *musyarakah*. Di mana pengertian dari Akad *mudharabah* sendiri adalah pemilik harta atau pemodal memberikan modal tersebut kepada pihak lain (pengusaha) untuk mengoperasikan modal tersebut, selanjutnya laba yang dihasilkan dari hasil pengusaha tersebut dibagi antara keduanya sesuai dengan syarat-syarat sesuai kesepakatan sebelumnya.⁹ sedangkan akad *musyarakah* sendiri merupakan akad yang dilakukan oleh dua belah pihak atau lebih di mana dari masing-masing pihak memberikan kontribusi dana (*expertise*, atau kompensasi) untuk suatu usaha tertentu, kemudian pihak-pihak tersebut bersepakan untuk menanggung

⁸ Mardani, *Hukum Bisnis Syariah*, (Jakarta: Prenadamedia Group, 2014), 24-25.

⁹ Rachmat Syafei, *Fiqh Muamalah*, (Bandung: Pustaka Setia, 2001), 224.

keuntungan maupun risiko yang akan terjadi selanjutnya.¹⁰

3) Bebas *Gharar* dan *Riba*

Pengertian secara Bahasa istilah *Gharar* merupakan serapan dari Bahasa Arab yang artinya: “risiko, tipuan, dan menjatuhkan diri atau harta ke jurang kebinasaan”. Sedangkan secara istilah *gharar* sendiri merupakan akad jual-beli yang tidak memiliki kejelasan sesudahnya. Hal inilah yang menjadi alasan dilarangnya asuransi konvensional, dikarenakan dalam pelaksanaannya kontrak yang dilakukan di dalamnya masih mengandung unsur *gharar* atau kesepakatan di dalamnya berkaitan erat dengan kejadian yang tidak jelas, bisa saja terjadi atau tidak akan terjadi.

Sedangkan pada unsur *riba* atau dikenal dengan bunga/*interest*, asuransi syariah tidak terdapat unsur tersebut yang hukumnya jelas dilarang dalam syariah.

4) Dana Hangus

Dalam pelaksanaan asuransi konvensional di mana peserta yang tidak mampu melakukan pembayaran premi dan mengundurkan diri sebelum waktu yang ditentukan (*reversing period*), maka dana dari peserta tersebut akan hangus, dana hangus juga terdapat pada sistem asuransi non-tabungan atau kerugian di mana ketika sampai akhir masa kontrak peserta tidak terjadi suatu hal untuk mengklaim dana tersebut, maka premi yang dibayarkan peserta tersebut akan menjadi hak milik perusahaan asuransi atau hangus.¹¹

2. Tingkat Investasi

a) Pengertian Investasi

Sharpe mendefinisikan investasi dengan pengertian mengorbankan sumber daya yang dimiliki pada masa sekarang dalam rangka mendapatkan aset dengan jumlah yang lebih besar pada masa yang akan datang.

Pengertian investasi menurut Jones merupakan suatu komitmen yang dilakukan oleh seseorang terhadap jumlah

¹⁰ Dimyauddin Djuwaini, *Pengantar Fiqh Muamalah*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2008), 207.

¹¹ Heri Sudarsono, *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah: Deskripsi dan Ilustrasi* (Yogyakarta: Ekonisia, 2013), 128-129.

dana yang dijadikan suatu asset pada periode yang ditentukan. Investasi pada pengertian lain diartikan sebagai suatu bentuk penanaman modal yang di tanamkan untuk keperluan dimasa yang mendatang di mana keuntungan yang diambil berupa pengembalian (*return*). Pada umumnya penggolongan investasi dapat dibedakan menjadi dua golongan bentuk investasi: pertama, *real asset* (investasi pada asset riil) yaitu dapat berupa mesin, tanah, dan emas. Kedua, *finansial asset* (asset finansial) yang di dalamnya bisa dalam bentuk saham yang dibeli ataupun obligasi..¹²

b) Prinsip-Prinsip Investasi yang Islami

Pada hukum Islam terkait dengan investasi, Islam membolehkan semua bentuk investasi sesuai dengan aturan atau ketetapan halal dan haram di mana hal tersebut menjadi batasan diperbolehkannya sesuatu dan tidak diperbolehkannya sesuatu untuk dilakukan. Tujuan dari prinsip ini diterapkan agar ummat Islam terhindar dari berbagai kegiatan-kegiatan yang berbahaya. Jadi pada penanaman investasi menurut prinsip Islam harus disandarkan pada aturan-aturan syariat Islam. Menurut Islam perputaran dari modal yang diinvestasikan tidak diperbolehkan dalam penglokasiannya pada kegiatan-kegiatan yang dilarang (haram), seperti halnya penanaman saham pada perusahaan minuman beralkohol, rumah makan yang menyediakan makanan haram dan berbagai perusahaan lain yang melakukan kegiatan yang dilarang oleh syariat Islam.¹³

Prinsip investasi asuransi syariah adalah perusahaan selaku pengelola uang nasabah wajib menginvestasikan dana yang terkumpul dari nasabah, dan kegiatan investasi yang dimaksud harus sesuai dengan prinsip-prinsip syariah.

Dalam pandangan Islam arti dari investasi adalah penanaman sejumlah dana pada suatu sektor tertentu dalam jangka waktu yang ditentukan dengan harapan dapat mendapatkan keuntungan yang diinginkan (*expected return*), investasi tersebut dapat berupa asset maupun keuangan. Di mana prinsip tersebut akan dijabarkan sebagai berikut:

¹² Didit Herlianto, *Manajemen Investasi: Plus Jurus Mendeteksi Investasi Bodong* (Yogyakarta: Pustaka Baru, 2013), 1.

¹³ Sakinah, "Investasi dalam Islam," *Iqtishadia: Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah* 01, no. 2 (2014): 255.

1) Aspek kehalalan;

Pada prinsip Islam investasi tidak diperbolehkan pada sektor yang bersifat haram dan / syubhat. Dikarenakan pada pandangan Islam suatu yang berhukum haram dan atau syubhat akan membawa manusia pada kesestian serta merusak baik secara individual maupun social.

2) Aspek materi atau keuangan,

Aspek ini memperhatikan kemanfaatan atau baik dari segi manfaat finansial keuangan khususnya bagi pelaku investasi.

3) Aspek sosial dan lingkungan,

Aspek ini memperhatikan manfaat positif dari investasi untuk masyarakat umum, lingkungan sekitar dan secara luas seluruh masyarakat. Perhatian selanjutnya hendaknya investasi memperhatikan manfaat untuk generasi sekarang maupun mendatang.

4) Aspek pengharapan ridha Allah,

Aspek ini memperhatikan tujuan utama dari ummat islam yaitu dengan mengharap Ridha Allah baik di dunia maupun di akhirat, di mana dalam Islam di ajarkan setelah kematian ada kehidupan selanjutnya. Diharapkan dengan adanya prinsip mengharap Ridha ini seluruh bidang usaha yang dilakukan ummat Islam di dunia akan menjadi penyelamat dan memiliki impact pada kehidupan selanjutnya.¹⁴

c) Tujuan Investasi

Salah satu tujuan seseorang berinvestasi adalah mendapatkan keuntungan di periode mendatang, berbagai hal yang menjadi dorongan seseorang untuk melakukan investasi menurut Tandelilin antara lain:

1) Untuk mendapatkan kehidupan yang lebih layak

Tujuan untuk mendapatkan kehidupan yang layak tentunya menjadi keinginan bagi seluruh manusia, sehingga berbagai usaha-usaha akan selalu diupayakan terus-menerus oleh manusia guna mendapatkan kehidupan yang layak dimasa mendatang.

¹⁴ Muhammad Syakir Sula, *Asuransi Syariah (Life and General) : Konsep dan Sistem Operasional* (Jakarta: Gema Insani, 2004), 362.

2) Mengurangi Tekanan Inflasi

Tekanan inflasi merupakan suatu faktor yang tidak bisa diprediksi maupun dihindari dalam dunia ekonomi, salah satu upaya untuk meminimalisir risiko dari hal tersebut adalah dengan melakukan investasi, maka dalam sebuah bisnis investasi menjadi langkah efektif dalam pengupayaan untuk menghindari efek dari inflasi yang dapat mengurangi tingkat kesejahteraan.

3) Usaha untuk Meminimalisir Pajak

Di antara negara belahan dunia banyak yang melakukan kebijakan yang bersifat mendorong tumbuhnya investasi di masyarakat melalui pemberian fasilitas perpajakan kepada masyarakat yang melakukan investasi pada usaha tertentu.¹⁵

d) Manfaat Berinvestasi pada Asuransi Jiwa Syariah

Berikut akan dijelaskan berbagai manfaat bagi peserta yang berinvestasi pada Asuransi Jiwa Syariah, terdapat tiga manfaat diantaranya:

- 1) Apabila peserta Asuransi syariah pada akhir masa kontrak masih hidup, peserta akan memperoleh dari hasil iuranya yang ada di rekeningnya sekaligus akan mendapatkan bagi hasil dari investasinya.
- 2) Apabila pada akhir masa kontraknya belum berakhir dan peserta asuransi tersebut telah meninggal, maka seluruh iuran yang dibayarkan oleh anggota tersebut maka ahli waris dari peserta tersebut akan memperolehnya dan ditambah porsi dari hasil investasi serta iuran dari peserata lain atau uang santunan.
- 3) apabila sebelum akhir masa kontrak peserta menyatakan mengundurkan diri maka peserta tersebut memperoleh keringanan/kompensasi berupa seluruh iuran yang ada direkeningnya dikembalikan sekaligus porsi bagi hasil investasi dari rekening peserta.¹⁶

¹⁵ Ade Nanda Sawitri, "Analisis Investasi dalam Asuransi Syariah di Indonesia terhadap Portofolio Optimal, Media Ekonomi," *Media Ekonomi: Jurnal Ekonomi dan Bisnis* 19, no. 2 (2011): 35.

¹⁶ Siaah Khosyi'ah, *Fiqh Muamalah Perbandingan*, (Bandung: Pustaka Setia, 2014), 226.

e) Indikator Tingkat Investasi

Tujuan asuransi syariah adalah pemberdayaan yang baik dan maksimal bagi pelaku usaha dalam melakukan usahanya, prinsip tersebut adalah salah satu tujuan dari kegiatan pembiayaan ataupun keuangan yang berprinsip Syariah.¹⁷ Beberapa aspek yang menjadi tolak ukur bagi nasabah dalam memilih suatu asuransi berbasis investasi adalah:

1) Bagi Hasil

Dalam sistem bagi hasil atau lebih dikenal dengan istilah *revenue sharing* asuransi syariah pada umumnya menganut sistem tersebut yang biasanya dipakai pada tabungan yang ada diperbankan syariah. Pengertian dari *revenue sharing* sendiri adalah sebuah bagi hasil di mana dalam perhitungannya adalah total pendapatan yang diperoleh dari pengolaan dana tidak ada pengurangan pada sistem alokasi, atau lebih jelasnya perhitungan dari *revenue sharing* adalah total bagi hasil berdasarkan total seluruh pendapatan yang diterima di mana total tersebut sebelum dikurangi dengan biaya yang dikeluarkan untuk mendapatkan keuntungan dari pendapatan sebelumnya.¹⁸

2) Presentase Tabungan

Pada pelaksanaan sistem asuransi syariah bentuk akad yang digunakan adalah tabunga investasi dan akad kontibusi yang dilakukan pada awal terima premi. Dasar yang dianut pada kedua akad diatas adalah prinsip *al-mudharabah* pada akad investasi dan prinsip *hibah* pada akad kontribusi. Di mana sistem yang berjalan adalah antara nasabah satu dengan yang lain saling menanggung risiko.¹⁹

3) Santunan

Salah satu faktor yang mendorong seseorang berminat menjadi nasabah yaitu proteksi sebagai

¹⁷ Ade Nanda Sawitri, "Analisis Investasi dalam Asuransi Syariah di Indonesia terhadap Portofolio Optimal, Media Ekonomi," *Media Ekonomi: Jurnal Ekonomi dan Bisnis* 19, no. 2 (2011): 37.

¹⁸ Ahmad Roziq dan Rinanda Fitri Diptyanti, "Variabel Penentu dalam Keputusan Memilih Tabungan Mudharabah," *JEAM: Jurnal Akuntansi dan Manajemen* 12, no. 1 (2013): 8-9.

¹⁹ Abdullah Amrin, *Meraih Berkah melalui Asuransi Syariah* (Jakarta: Elex Media Kumputindo, 2011), 106.

cover atau pegangan apabila dia tidak bisa menghasilkan lagi penghasilan yang seperti biasanya karena sakit, pensiun, meninggal dunia dan cacat permanen.

Selain itu nasabah yang meninggal juga mendapatkan jaminan warisan untuk orang yang dicintai. Perusahaan asuransi akan memberikan keuntungan berupa jaminan uang pertanggungan yang akan diwariskan kepada keluarganya apabila nasabah meninggal dunia.²⁰

4) *Surplus Sharing*

Surplus sharing adalah dana yang akan diberikan kepada pemegang polis bila terdapat kelebihan dana rekening *tabarru*, yang dikelola oleh perusahaan, termasuk juga bila terdapat pendapatan lain setelah dikurangi klaim dan hutang kepada perusahaan, jika ada.²¹

3. Minat Nasabah

a) Pengertian Minat

Secara bahasa minat dapat diartikan sebagai kecenderungan dari seseorang terhadap sesuatu baik berupa perhatian, keinginan di mana hal tersebut dipengaruhi oleh tingkat emosional dari seseorang²². Pengertian lain dari minat adalah sebuah kecenderungan seseorang untuk memberikan perhatian khusus baik terhadap individu, aktivitas maupun situasi yang menjadi perhatian dari minat itu sendiri sehingga menimbulkan antusiasme di dalamnya. Apabila seseorang memiliki minat terhadap sesuatu maka akan menimbulkan suatu usaha untuk mendekati, mengetahui, dan mengetahui sehubungan dengan hal tersebut, hal ini dilakukan secara emosional dari seseorang dari perasaan senang karena adanya daya tarik dari obyek tersebut.²³

Minat sama artinya dengan perhatian, antara minat dan perhatian pada umumnya dianggap sama/ tidak berbeda. Keduanya hampir sama dan dalam praktiknya selalu beriringan satu sama lain. Minat ialah sikap jiwa seseorang

²⁰ Leliya dan Maya Kurniasari, "Minat Masyarakat Berasuransi Syariah di Prudential," *Orasi: Jurnal Dakwah dan Komunikasi* 07, no. 2 (2016): 9.

²¹ *PRUfast start* (Jakarta: PT. Prudential Life Assurance, 2015), 25.

²² <https://kbbi.web.id/minat>, 5 Oktober 2019 pukul 21.25 WIB.

²³ Abdul Rahman Shaleh dan Muhibb Abdul Wahab, *Psikologi Suatu Pengantar: dalam Perspektif Islam* (Jakarta: Prenada Media, 2004), 263.

termasuk ketiga fungsi jiwanya (kognisi, konasi, emosi), yang ditujukan pada sesuatu dan disertai perasaan yang kuat dalam hubungan itu. Perhatian merupakan aktifnya kejiwaan yang terarah kepada suatu obyek tertentu. Dalam hal gejala perhatian, masih terdapat ketiga fungsi tersebut, tetapi unsur pikiranlah yang berpengaruh paling signifikan. Antara minat dan perhatian selalu berhubungan dengan praktik. Apa yang menarik minat dapat menyebabkan timbulnya perhatian dan apa yang menyebabkan timbulnya perhatian kita terhadap sesuatu tentunya disertai dengan minat.²⁴

b) Macam-Macam Minat

Pada pengelompokan macam-macam minat sendiri dapat dilihat dari berbagai sudut pandang, berbeda sudut pandang berbeda pula penggolongan dari minat, berikut tiga macam minat jika dilihat dari segi arahnya, sebab timbulnya, dan pengungkapannya, yang akan dijelaskan sebagaimana poin di bawah ini:

1) Berdasarkan sumber kemunculannya,

Pada sumber kemunculannya minat dapat dibedakan menjadi dua hal. Pertama adalah minat primitif yaitu minat yang timbul atas dasar kebutuhan biologis atau jaringan-jaringan tubuh, misalnya kebutuhan untuk makan dan tidur. Kedua adalah minat kultural, yaitu minat yang timbul melalui proses belajar, minat ini tidak secara langsung berhubungan dengan diri kita.

2) Berdasarkan arahnya,

Dilihat dari arahnya minat dapat dibedakan menjadi dua hal. pertama adalah minat intrinsik, yaitu minat yang berhubungan langsung dengan aktivitas itu sendiri. Ini merupakan minat yang lebih mendasar atau minat asli. Kedua adalah minat ekstrinsik, yaitu minat yang berhubungan dengan tujuan akhir dari suatu kegiatan yang dilakukan, apabila tujuannya sudah tercapai akan ada kemungkinan minat tersebut hilang.

3) Berdasarkan caramengungkapkannya,

Berdasar cara pengungkapannya minat dapat dibedakan menjadi 4 jenis minat, yaitu *expressed interest*, *manifest interest*, *tested interested*, dan *inventoried interest*.

²⁴ Abu Ahmadi, *Psikologi Umum*, (Jakarta: Rineka Cipta, 1998), 151.

- (a) *Manifest interest*, minat ini ini biasanya ditandai dengan adanya pengamatan langsung atau observasi yang diungkapkan terhadap suatu subjek maupun aktivitas-aktivitas dari seseorang, biasanya dapat diketahui dari minat atau hobinya.
- (b) *Expressed interest*, minat ini dapat diketahui atau diungkapkan dari seseorang melalui begai pertanyaan-pertanyaan tentang menuliskan kegiatan kesehariannya baik kegiatan tersebut disenangi atau tidak disenangi, baik yang merupakan tugas pokoknya maupun yang diluar tugasnya, setelah diketahui jawabanya, maka minat dari seseorang tersebut dapat diketahui.
- (c) *Tested interest*, minat ini dapat diidentifikasi melalui test objektif yang dilakukan terhadap seseorang, yang selanjutnya hasil jawaban yang memiliki prosentase terbesar dalam sebuah obyek tertentu akan menunjukkan minat tinggi pula seseorang terhadap suatu hal itu.
- (d) *Inventoried interest*, pengelompokan pada inventoried ini biasanya minat seseorang akan diketahui melauai pertanyaan yang ditunjukan untuk mendapatkan respon senang atau tidak senang terhadap suatu obyek, di mana pertanyaan ini sudah dirancang sesuai standarisasi tertentu.²⁵

c) **Faktor-Faktor Pemicu Timbulnya Minat**

Timbulnya minat dari seseorang biasanya dipengaruhi dari berbagai faktor di mana secara garis besarnya pengklasifikasian dari faktor pemicu dari timbulnya niat adalah dapat dilihat dari individu itu sendiri yaitu faktor internal dan eksternal, faktor internal sendiri biasanya timbul dari diri sendiri individu yang bersangkutan misalnya jenis kelamin, usia, pengalaman, kepribadian, perasaan, bahkan berat badan. Sedangkan faktor yang berasal dari luar individu atau eksternal meliputi lingkungan keluarga, sekolah, dan tempat kerja. Akan tetapi justru faktor eksternal ini memiliki pengaruh yang lebih besar terhadap minatnya seseorang. Crow berpendapat timbulnya minat dipengaruhi oleh tiga faktor, di antaranya:

²⁵ Abdul Rahman Shaleh dan Muhibb Abdul Wahab, *Psikologi Suatu Pengantar: dalam Perspektif Islam* (Jakarta: Prenada Media, 2004), 265-268.

- 1) Dorongan internal dalam diri individu, seperti kebutuhan untuk makan dan rasa ingin tahu akan memicu minat untuk bekerja atau mendapatkan penghasilan.
- 2) Faktor emosional, minat mempunyai hubungan yang erat dengan emosi. Ketika seseorang mencapai kesuksesan pada aktivitas yang sedang dilakukannya maka akan menimbulkan perasaan senang, hal tersebut akan memperkuat minat terhadap aktivitas tersebut. Sebaliknya, suatu kegagalan dapat menurunkan minat terhadap hal tersebut.
- 3) Motif sosial, membangkitkan minat untuk melakukan suatu aktivitas tertentu. Misalnya minat terhadap pakaian karena ingin mendapatkan kesan baik atau perhatian dan penerimaan dari orang lain.²⁶

d) Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat

Terkait dengan faktor yang mempengaruhi minat adalah berkaitan erat dengan bagaimana kemampuan obyek tersebut secara berkelanjutan mampu menarik perhatian dan serta memberikan makna khusus terhadap individu sehingga mampu menimbulkan minat dari diri seorang, berikut beberapa faktor yang mempengaruhi minat seseorang terhadap suatu obyek diantaranya:

1) Latar Belakang Pengalaman

Faktor ini biasanya timbul dikarenakan pendidikan yang diperoleh, pekerjaan dan lain di mana dipengaruhi oleh pengalaman-pengalaman masa lalu seseorang sehingga akan mempengaruhi minat individu secara berkelanjutan, contohnya ketika seseorang mahasiswa psikologi tertarik dengan buku warna merah dan tertarik ingin membelinya, setelah kemudian dibaca buku itu berisi permasalahan dalam psikologi maka akan menimbulkan ketertarikan karena dia sedang mempelajari hal tersebut dari obyek buku merah itu.

2) Keadaan pada Waktu Itu

Faktor ini akan dipengaruhi oleh situasi dan kondisi yang dialami seorang pada saat melihat obyek tersebut, misal ketika seseorang sedang merasa lapar maka sepiring nasi

²⁶ Abdul Rahman Shaleh dan Muhib Abdul Wahab, *Psikologi Suatu Pengantar: dalam Perspektif Islam* (Jakarta: Prenada Media, 2004), 263-265.

goring yang dilihatnya waktu itu akan terasa lebih menarik perhatiannya.

3) Kegiatan yang sedang Dilakukan

Misalnya orang yang sedang berpikir hendak membeli mobil, maka iklan mobil akan lebih menarik perhatiannya daripada iklan yang lain.²⁷

e) **Prosen Terbentuknya Minat**

Berikut ini penjelasan mengenai proses atas terbentuknya minat seseorang, yaitu sebagai berikut:

1) Kognisi (Gejala Pengenalan)

Pada tahap ini seseorang akan memperoleh pengetahuan dari sebuah proses kegiatan di mana secara sadar dari perasaannya ia akan berusaha mengenali kegiatan tersebut melalui pengalaman-pengalaman yang pernah dialami sebelumnya. Tahap ini dapat dianalisis seseorang melalui dua media berupa akal dan indera yang dipunyainya.

Kognisi merupakan keyakinan seseorang tentang suatu yang dia dapatkan dari proses berpikir terhadap sesuatu obyek tertentu. Pada tahap ini individu akan memperoleh informasi yang memanipulasi pengetahuan melalui aktivitas mengingat, menganalisis, memahami, menilai, melogika, dan membayangkan.

2) Emosi (Gejala Perasaan)

Emosi dapat diartikan perasaan yang muncul akibat terjadinya rangsangan secara internal maupun eksternal. Emosi berperan memberi dorongan terhadap individu untuk menanggapi atau bertindak terhadap stimulus, baik yang berasal dari dalam maupun dari luar dirinya.

3) Konasi (Gejala Kemauan)

Konasi merupakan salah satu fungsi hidup kejiwaan manusia, yang dapat diartikan sebagai aktivitas psikis yang mengandung usaha aktif dan berhubungan dengan pelaksanaan suatu tujuan. Tujuan adalah tahap akhir dari gerakan yang menuju pada suatu arah.

²⁷ Makmun Khairani, *Psikologi Umum*, (Sleman: Aswaja Pressindo, 2016), 59-60.

Konasi atau kemauan dapat diidentikkan dengan kehendak atau hasrat. Kehendak itu merupakan suatu fungsi psikologis untuk dapat mencapai sesuatu. Kehendak ini dapat disebut kekuatan dari dalam, sedangkan dari luar disebut sebagai gerak-gerik.²⁸

f) **Indikator Minat Nasabah**

Lucas dan Britt mengemukakan bahwa indikator yang terdapat dalam minat seseorang untuk membeli suatu produk antara lain:

- 1) Ketertarikan; ketertarikan timbul apabila seluruh aspek yang diperhatikan konsumen terasa cocok terhadap dirinya. Ketertarikan ini berkaitan dengan kualitas produk yang dirasa sesuai dengan informasi yang didapatkan.
- 2) Keinginan; yaitu adanya perasaan untuk memiliki suatu produk tersebut. Ketertarikan disertai adanya dorongan pada diri konsumen untuk membeli produk tersebut. Timbulnya keinginan karena adanya kebutuhan dan didukung oleh adanya kemampuan untuk membeli suatu produk.
- 3) Keyakinan; kemudian timbul keyakinan pada diri individu terhadap produk tersebut sehingga menimbulkan keputusan pada akhir proses. Konsumen akan meyakinkan dirinya dalam mengambil keputusan. Keyakinan timbul atas rasa percaya dan pengalaman konsumen.²⁹

²⁸ Abu Ahmadi, *Psikologi Umum*, (Jakarta: Rineka Cipta, 1998), 112-113.

²⁹ Dede Widian Prayugo, "Pengaruh Komunikasi Virtual terhadap Minat Beli Online pada Grup Facebook Bubuhan Samarinda," *eJournal: Jurnal Ilmu Komunikasi* (6), no. 1 (2018): 148.

B. Hasil Penelitian Terdahulu

Tabel 2.1
Tabel Penelitian Terdahulu

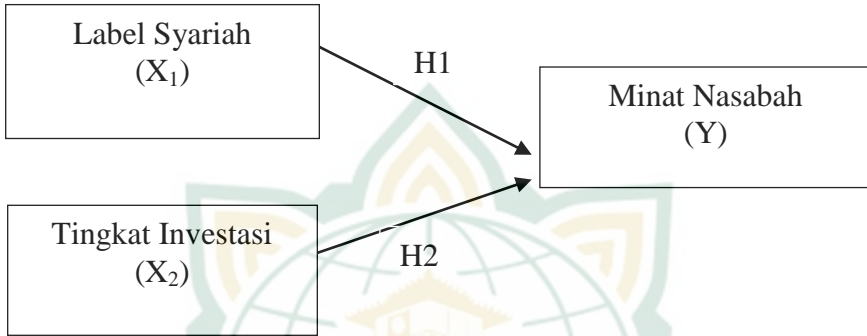
No.	Peneliti dan Tahun	Judul Penelitian	Metode Analisa	Hasil
1	Amalia Nuril Hidayati (2016)	Pengaruh Faktor <i>Marketing Mix</i> dan Label syariah terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Lembaga Keuangan Mikro Syariah	Analisis deskriptif dan analisis regresi ganda dengan uji t dan uji F	<i>Marketing mix</i> dan label syariah berpengaruh secara simultan terhadap keputusan menjadi nasabah
2	Hutomo Rusdianto dan Chanafi Ibrahim (2016)	Pengaruh Produk Bank Syariah terhadap Minat Menabung dengan Persepsi Masyarakat sebagai Variabel Moderating di Pati	Analisis deskriptif dan analisis regresi linear ganda	Label Produk Bank Syariah berpengaruh terhadap minat menabung sebesar 66,5 %
3	Wirdayani Wahab (2016)	Pengaruh Tingkat Bagi Hasil terhadap Minat Menabung di Bank Syariah	Analisis regresi ganda dengan uji t dan uji F	Tingkat bagi hasil berpengaruh terhadap minat menabung sebesar 75,8 %
4	Rismawati dan Siti Ita Rosita (2014)	Pengaruh Sistem Bagi Hasil Deposito Mudharabah terhadap Minat Nasabah Berinvestasi pada Bank Syariah	Analisis deskriptif dan analisis regresi ganda dengan uji t dan uji F	Tingkat bagi hasil berpengaruh terhadap minat berinvestasi sebesar 41,7 %

C. Kerangka Berpikir

Dalam penelitian ini dapat dilihat hubungan antara variabel label syariah dan tingkat investasi terhadap minat nasabah kantor Pru

Force One dalam memakai produk Prulink Syariah. Kerangka pikir yang telah disusun adalah sebagai berikut:

Gambar 2.1
Kerangka Pikir



Keterangan:

Objek penelitian ini terdiri dari dua variabel, yaitu variabel independen (bebas) dan variabel dependen (terikat). Variabel bebas dalam penelitian ini terdiri dari Label syariah (X₁) dan Tingkat Investasi (X₂). Variabel terikat dalam penelitian ini adalah Minat Nasabah (Y).

D. Hipotesis Penelitian

Hipotesis atau dugaan-dugaan dalam penelitian digunakan dan dijabarkan sebagai jawaban sementara dalam pertanyaan dalam penelitian. Meskipun sifatnya dugaan akan tetapi dibutuhkan relevansi dari penelitian terdahulu sehingga hipotesisnya bersifat kuat sampai penelitian dilakukan dan memberi bukti riil. Oleh karenanya berdasarkan latar belakang, perumusan masalah dan tujuan penelitian ini, maka hipotesis dari penelitian ini adalah:

1. H₁ : Apakah faktor syariah berpengaruh terhadap minat nasabah.
2. H₂ : Apakah semakin tinggi tingkat investasi, semakin besar minat nasabah.