

## BAB II

### LANDASAN TEORI

#### A. Pengetahuan

##### 1. Pengertian Pengetahuan

Pengetahuan atau dalam bahasa Inggris disebut sebagai *knowledge* merupakan aktivitas dan buah dari berfikir yang dilakukan oleh manusia.<sup>21</sup> Pengetahuan bisa didapatkan dari pengalaman diri sendiri atau dari lingkungan sekitar yang berasal dari rasa keingintahuan yang dimiliki seseorang yang kemudian di amati selain itu, pengetahuan dapat diperoleh dari pengamatan yang dapat dilihat oleh panca indera.<sup>22</sup> Hal tersebut juga termuat dalam Al-Qur'an surat An-Nahl ayat 78

وَاللّٰهُ اَخْرَجَكُمْ مِّنْ بُطُوْنِ اُمَّهَاتِكُمْ لَا تَعْلَمُوْنَ شَيْئًا وَجَعَلَ لَكُمُ السَّمْعَ وَالْاَبْصَارَ وَالْاَفْئِدَةَ لَعَلَّكُمْ تَشْكُرُوْنَ

Artinya: “Allah mengeluarkan kamu dari perut ibumu dalam keadaan tidak mengetahui sesuatu pun dan dia menjadikan bagi kamu pendengaran, penglihatan, dan hati nurani agar kamu bersyukur”. (Q.S. An-Nahl:78).<sup>23</sup>

Surat tersebut menjelaskan bahwa kita dilahirkan dari tidak tahu apapun dan diberi pendengaran, penglihatan, hati nurani untuk memperoleh pengetahuan dari apa yang dikaruniai oleh Allah SWT.

Menurut Fredekirus (2013) pengetahuan adalah objek yang ditangkap melalui indra manusia mengenai segala sesuatu. Objek tersebut dapat berupa barang, keterampilan, keahlian, maupun yang lainnya.<sup>24</sup>

---

<sup>21</sup>Ahmad Taufik Nasution, *Filsafat Ilmu Hakikat Mencari Pengetahuan* (Yogyakarta: Deepublish, 2016), 3

<sup>22</sup>Jalaluddin, *Filsafat Ilmu Pengetahuan* (Jakarta: Rajagrafindo Persada, 2013), 83

<sup>23</sup>

<sup>24</sup>Fredekirus, *Pengantar Filsafat Ilmu dan Logika* (Jakarta: Salemba Humanika, 2013), 31

Pengetahuan menurut surajiyo adalah suatu hal yang dikenal oleh seseorang pada pengetahuan terseri atas unsur yang mengetahui dan yang diketahui serta adanya keinginan pada diri seseorang untuk mengetahui hal tersebut.<sup>25</sup> Jadi pengetahuan dapat disimpulkan sebagai informasi yang diketahui seseorang yang berasal dari keinginan seseorang mengenai suatu objek atau suatu hal.

Mangiring (2021) berkata bahwa pengetahuan konsumen adalah berbagai informasi mengenai suatu barang atau jasa yang diketahui oleh konsumen. Pengetahuan dapat berupa fungsi produk atau jasa, macam produk, dan pengetahuan lainnya. Pengetahuan yang dimiliki oleh konsumen sangat berguna untuk mempengaruhi konsumen.<sup>26</sup> Diwyarhi (2022) mengatakan pengetahuan konsumen merupakan informasi produk atau jasa yang didapatkan atau dibutuhkan oleh konsumen, pengetahuan bukan hanya sekedar sebatas pengetahuan konsumen mengenai produk atau jasa akan tetapi pengetahuan konsumen sangat besar pengaruhnya untuk proses keputusan nasabah dalam membeli suatu produk atau jasa.<sup>27</sup>

Pendapat lain dikatakan oleh Damiati (2017) dalam buku *Perilaku Konsumen* menyebutkan bahwa pengetahuan konsumen merupakan pemahaman mengenai harga, manfaat, nama produk, atau segala informasi mengenai produk yang dimiliki konsumen. Sebelum melakukan pembelian konsumen harus mengetahui banyak informasi mengenai produk yang akan dibelinya pepatah mengatakan “Tak kenal maka tak sayang” maka

---

<sup>25</sup>Surajiyo, *Filsafat Ilmu dan Perkembangan di Indonesia* (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2013), 26

<sup>26</sup>Hengki Mangiring, dkk, *Manajemen Perilaku Konsumen dan Loyalitas* (Medan: Yayasan Kita Menulis, 2021), 35-36

<sup>27</sup>Ni Desak Made Santi Diwyarhi, Dkk, *Perilaku Konsumen* (Padang: PT Global Eksekutif Teknologi, 2022), 74-75

dari itu mengetahui informasi suatu produk merupakan hal yang penting bagi konsumen. Disinilah peran pemasar sangat penting agar dapat menarik konsumen maka pemasar harus memberikan informasi yang lengkap dan akurat mengenai produknya agar konsumen memutuskan untuk melakukan pembelian produk tersebut.<sup>28</sup>

Ujang Sumarwan (2017) berpendapat apabila pengetahuan konsumen adalah segala informasi yang diketahui konsumen tentang berbagai produk atau jasa, serta pengetahuan lain yang dimiliki konsumen terkait dengan produk atau jasa tersebut, dan informasi yang berhubungan dengan fungsinya. Pengetahuan yang dimiliki oleh konsumen sangat penting karena dapat mempengaruhi keputusan pembelian, maka dari itu sebagai marketing atau pemasar perlu memberikan pengetahuan kepada konsumen sebanyak-banyaknya agar konsumen tertarik dan akhirnya akan melakukan pembelian terhadap produk atau jasa yang ditawarkan.<sup>29</sup>

Dapat ditarik kesimpulan bahwa pengetahuan konsumen adalah segala hal berbentuk informasi yang diketahui oleh konsumen mengenai suatu produk atau jasa. Segala informasi yang diketahui oleh konsumen mengenai suatu produk atau jasa sangat mempengaruhi keputusan pembelian atau pemakaian terhadap suatu produk atau jasa, dalam hal ini pemasar harus dapat memberikan informasi sebaik dan sebanyak mungkin kepada khalayak umum agar masyarakat mengetahui mengenai produk atau jasa tersebut dan pada akhirnya bisa mempengaruhi konsumen untuk membelinya.

---

<sup>28</sup>Damiati, dkk, *Perilaku Konsumen* (Depok: Rajawali Pers, 2017), 3

<sup>29</sup>Ujang Sumarwan, *Perilaku Konsumen Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran* (Bogor: Ghalia Indonesia, 2017), 147

## 2. Jenis Pengetahuan Konsumen

Engel, Blackwell, dan Miniard dalam buku Ujang Sumarwan (2017) Perilaku Konsumen mengatakan jika pengetahuan konsumen dibagi menjadi 3 macam yaitu pengetahuan produk, pengetahuan pembelian, dan pengetahuan pemakaian.

### a. Pengetahuan produk

Pengetahuan produk adalah pengetahuan atau informasi tentang suatu produk atau jasa. Pengetahuan produk sangat penting bagi konsumen dimana apabila konsumen kurang mengetahui informasi mengenai produk maka konsumen bisa jadi salah mengambil keputusan. Pengetahuan produk dapat meliputi karakter produk, atribut, fitur, harga, merek, manfaat, dan kepercayaan mengenai produk. Ada tiga jenis pengetahuan produk, antara lain:

#### 1) Pengetahuan karakteristik atau atribut produk

Pengetahuan karakteristik atau atribut meliputi ciri fisik, keragaman produk, kualitas produk, dan lain sebagainya.

#### 2) Pengetahuan manfaat produk

Pengetahuan manfaat merupakan suatu hal atau perasaan yang dirasakan oleh konsumen setelah memakai atau membeli produk tersebut. Secara umum manfaat yang didapatkan konsumen dapat berupa fungsional atau fungsi dari produk tersebut dan emosional yaitu berupa perasaan yang dirasakan konsumen.

3) Pengetahuan mengenai kepuasan yang ditujukan kepada konsumen. Kepuasan dapat timbul dari pelayanan yang diberikan dan manfaat yang didapatkan dari produk itu sendiri.<sup>30</sup>

b. Pengetahuan pembelian

Pengetahuan pembelian dapat meliputi berbagai informasi yang dimiliki oleh konsumen mengenai dimana pembelian produk tersebut.

c. Pengetahuan pemakaian

Pengetahuan pemakaian dapat timbul apabila produk tersebut sudah dipakai atau dirasakan manfaatnya oleh konsumen. Untuk memperoleh kepuasan atau manfaat yang maksimal dari produk tersebut maka konsumen harus menggunakan produk tersebut dengan baik dan benar.<sup>31</sup>

## **B. Perilaku Konsumen**

### **1. Pengertian Perilaku Konsumen**

Perilaku konsumen merupakan suatu hal berupa tindakan yang dilakukan oleh seseorang untuk membeli, mencari, menggunakan, ataupun mencari informasi mengenai suatu barang atau jasa yang mereka butuhkan.<sup>32</sup> Bilson mengatakan bahwa perilaku konsumen adalah suatu proses yang dilakukan sebelum mengambil keputusan atau melakukan tindakan dalam memperoleh, membeli, memakai, mengkonsumsi, dan menghabiskan barang maupun jasa melalui proses pengambilan

---

<sup>30</sup>Ujang Sumarwan, *Perilaku Konsumen Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*, 148-158

<sup>31</sup>Danang sunyoto, *Perilaku Konsumen dan Pemasar* (Yogyakarta: Center Of Academic Publishing Service, 2015), 53-54

<sup>32</sup>Damiati, Dkk, *Perilaku Konsumen* (Depok: Rajawali Press, 2017), 11

keputusan.<sup>33</sup>

Nurmawati (2018) berpendapat bahwa perilaku konsumen merupakan hubungan sosial atau tindakan yang dilakukan oleh konsumen secara individu maupun kelompok untuk menilai, memperoleh, dan menggunakan suatu barang atau jasa melalui pertukaran atau pembelian yang berawal dari proses pengambilan keputusan.<sup>34</sup> Maka dapat disimpulkan bahwa perilaku konsumen merupakan suatu perilaku yang dilakukan oleh individu maupun kelompok untuk memakai suatu barang dan jasa yang berawal dari proses pemikiran atau proses untuk mengambil keputusan pembelian. Jadi, perilaku konsumen dapat dianggap sebagai suatu hal yang dapat mempengaruhi seseorang dalam mengambil keputusan pembelian.

## 2. Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Konsumen

Menurut Setiadi (2015) Perilaku konsumen dapat dipengaruhi oleh banyak hal yang paling utama ada empat faktor yang dapat mempengaruhi perilaku konsumen, antara lain:

### a. Faktor Kebudayaan

Faktor Kebudayaan merupakan faktor yang pengaruhnya cukup luas pada tingkah laku konsumen. Walaupun pengaruhnya cukup luas faktor kebudayaan merupakan faktor yang paling mendasar untuk mendapatkan nilai, persepsi, preferensi, dan perilaku. Pemasar harus mengetahui peran yang dimainkan oleh budaya, subbudaya, dan kelas

---

<sup>33</sup>Bilson Simamora, *Panduan Riset Perilaku Konsumen* (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2000), 2

<sup>34</sup>Nurmawati, *Perilaku Konsumen dan Keputusan Pembelian* (Malang: Media Nusa Creative, 2018), 43

sosial.

b. Faktor Sosial

Faktor sosial merupakan faktor tingkah laku konsumen yang dapat dipengaruhi oleh lingkungan atau faktor sosial antara lain keluarga, kelompok, peran dan status.<sup>35</sup>

c. Faktor Pribadi

Faktor pribadi didefinisikan sebagai karakteristik psikologis. Faktor ini pengaruhnya berasal dari psikologis seseorang itu sendiri dan setiap orang cenderung beda-beda hal ini menyebabkan tanggapannya bertahan relatif lama dan konsisten terhadap lingkungan. Keputusan pembelian dapat dipengaruhi oleh karakteristik pribadi antara lain umur dan tahap daur hidup, pekerjaan, situasi ekonomi, gaya hidup, kepribadian dan konsep diri.

d. Faktor Psikologis

Faktor psikologis merupakan bagian dari pengaruh lingkungan dimana ia tinggal pada saat ini tanpa mengabaikan pengaruhnya dimasa lampau. Keputusan pembelian konsumen dipengaruhi oleh faktor psikologis penting antara lain motivasi, persepsi, pengetahuan, keyakinan dan sikap.<sup>36</sup>

### C. Keputusan Nasabah

#### 1. Pengertian Mengambil Keputusan

Keputusan adalah hasil dari suatu proses pemilihan sesuatu dari

---

<sup>35</sup>Friska Artaria Sitanggang dan Prayetno Agustinus Sitanggang, *Buku Ajar Perilaku Konsumen* (Pekalongan: Nasya Expanding Manajemen, 2021), 6

<sup>36</sup>Nugroho J Setiadi, *Perilaku Konsumen: Perspektif Kontemporer pada Motif, Tujuan, dan Keinginan Konsumen Edisi Revisi*, 10-14

berbagai pilihan. Proses pengambilan keputusan diawali dari pengumpulan informasi atau data yang diperlukan yang kemudian dibandingkan dan diperhitungkan setelah itu memilih pilihan yang menurutnya terbaik untuk dijadikan pilihan.<sup>37</sup>

Mengambil keputusan menurut Ratih Pratiwi (2021) adalah proses dari berbagai kegiatan untuk menganalisis informasi, fakta, data, teori, dan pendapat yang kemudian diambil yang paling baik atau terbaik.<sup>38</sup> Menurut Kotler dalam Aripin dan Negara (2021) mengambil keputusan merupakan kegiatan yang dilakukan setelah melakukan penilaian atau evaluasi terhadap semua pilihan sehingga timbul keputusan pembelian.<sup>39</sup>

Menurut Setiadi (2015) mengambil keputusan merupakan suatu pemecahan masalah yang telah dipertimbangkan dari berbagai informasi yang telah diperoleh, pengambilan keputusan dipengaruhi oleh beberapa hal seperti pengetahuan, kepercayaan dan lain sebagainya.<sup>40</sup> Dapat diambil kesimpulan bahwa mengambil keputusan adalah proses dalam menentukan suatu pilihan yang di pengaruhi beberapa faktor seperti pengetahuan, lingkungan, keluarga, dan lainnya.

## 2. Proses Mengambil Keputusan

Menurut Setiadi (2015) mengambil keputusan dapat dilakukan dengan melalui beberapa tahap, antara lain:

### a. Mengenal Masalah

---

<sup>37</sup>Herlambang Rahmadhani, *Metode dan Aplikasi Sistem Pendukung Keputusan* (Yogyakarta: Deepublish, 2018), 1

<sup>38</sup>Hasnindar dkk, *Pemasaran Terpadu* (Bandung: Media Sains Indonesia, 2021), 15

<sup>39</sup>Zaenal Arifin dan Risqi Padma Negara, *Perilaku Bisnis: Etika Bisnis & Perilaku Konsumen* (Yogyakarta: Deepublish, 2021), 53

<sup>40</sup>Nugroho J Setiadi, *Perilaku Konsumen: Perspektif Kontemporer pada Motif, Tujuan, dan Keinginan Konsumen Edisi Revisi*, 341

Sebelum memutuskan pembelian atau pengambilan keputusan seseorang harus mengenali masalahnya seperti apa yang ia butuhkan atau yang ia inginkan. Kebutuhan merupakan sesuatu yang digerakkan oleh rangsangan dalam diri sendiri ataupun dari luar. Dalam hal ini pemasar harus pandai mengenali apa yang dibutuhkan oleh konsumen atau nasabah.

b. Pencarian Informasi

Konsumen yang memiliki keinginan kuat untuk membeli atau memutuskan memakai suatu produk atau jasa akan tertarik mencari informasi yang lebih mendalam mengenai suatu produk atau jasa yang ia inginkan. Akan tetapi jika seorang konsumen tidak tertarik maka ia akan berhenti mencari informasi mengenai produk atau jasa yang ia inginkan atau butuhkan sebelumnya.

c. Penilaian Alternatif

Penilaian alternatif merupakan proses setelah seorang konsumen mencari informasi yang banyak mengenai suatu produk atau jasa. Setelah banyak mencari informasi, konsumen harus memberikan penilaian dan memutuskan langkah selanjutnya yang akan diambil.<sup>41</sup>

d. Keputusan Membeli

Setelah melalui beberapa tahap yang telah dilalui maka saatnya memutuskan pembelian suatu produk atau jasa yang dibutuhkan dan bisa jadi sebaliknya keputusan untuk tidak membeli produk atau jasa tersebut.

---

<sup>41</sup>Nora Anisa Sinulingga dan Hengki Tamando Sihotang, *Perilaku Konsumen: Strategi dan Teori* (Medan: IOCS Publisher, 2021), 5-7

e. Perilaku Setelah Pembelian

Keputusan untuk membeli suatu barang atau jasa yang ia butuhkan akan menimbulkan penilaian terhadap barang atau jasa tersebut. Banyak kemungkinan yang akan terjadi seperti apakah ia puas terhadap barang atau jasa, puas terhadap pelayanannya, dan masih banyak lagi. Bisa jadi yang terjadi adalah sebaliknya yaitu merasa tidak puas akan barang atau jasa yang ia beli.<sup>42</sup>

#### **D. Bank Syariah**

1. Pengertian Bank Syariah

Bank merupakan lembaga keuangan yang memiliki peranan penting bagi negeri yaitu sebagai perantara keuangan didalam perekonomian negara. Berdasarkan Undang-Undang Nomor 10 Tahun 1998 Bank merupakan lembaga keuangan yang berfungsi menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk tabungan dan deposito, selain itu bank juga berfungsi sebagai penyalur dana atau memberikan kredit kepada masyarakat untuk modal usaha. Di Indonesia bank dibagi menjadi 2 yaitu bank konvensional dan bank syariah. Bank konvensional adalah jasa perbankan yang prinsip usahanya menggunakan bunga. Sementara bank syariah adalah jasa perbankan yang menggunakan prinsip syariah.<sup>43</sup>

Bank syariah menurut Ismail (2017) adalah bank yang menjalankan kegiatannya berpacu pada prinsip islam, selain itu dalam menjalankan transaksi tidak membebankan atau memberikan bunga kepada nasabah.

Imbalan yang didapatkan dan diberikan kepada nasabah adalah berdasarkan

---

<sup>42</sup>Nugroho J Setiadi, *Perilaku Konsumen: Perspektif Kontemporer Pada Motif, Tujuan, dan Keinginan Konsumen Edisi Ketiga* (Jakarta: Kencana, 2003), 13-15

<sup>43</sup>Kasmir, *Dasar-Dasar Perbankan* (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2014), 3-25

akad yang telah disepakati antara pihak bank dan dengan nasabah. Akad atau perjanjian yang berlaku harus sesuai pada syarat dan rukun akad yang di atur dalam syariat islam.<sup>44</sup> Pada Undang-Undang Nomor 21 Tahun 2008 tentang perbankan syariah, Bank syariah adalah bank yang menjalankan kegiatan usahanya berdasarkan prinsip syariah dan menurut jenisnya terdiri atas Bank Umum Syariah dan Bank Pembiayaan Syariah.<sup>45</sup>

Ikit (2014) berpendapat bahwa bank syariah merupakan lembaga keuangan yang operasional balas jasanya menggunakan margin, bagi hasil dan lainnya atau dalam kata lain pada operasional bank syariah tidak ada bunga (*Riba*). Pada bank syariah kegiatannya menggunakan prinsip-prinsip syariah. Prinsip hukum islam yang digunakan dalam aktivitas perbankan berdasarkan fatwa yang ditetapkan atau dikeluarkan oleh pihak berwenang yang berpedoman pada *Al-Qur'an, Hadist, dan Fatwa MUI* merupakan prinsip syariah.<sup>46</sup>

Andri (2018) mengatakan bank syariah adalah bank yang melakukan kegiatan usahanya dengan berpedoman pada prinsip syariah. bank syariah tidak hanya bebas dari riba saja melainkan menggunakan prinsip kehati-hatian juga dalam melaksanakan kegiatan usahanya.<sup>47</sup> Neneng dan Panji (2017) berpendapat bank syariah merupakan lembaga keuangan yang memiliki fungsi sebagai perantara pihak kelebihan dengan dengan pihak yang membutuhkan modal atau dana, dalam menjalannya kegiatannya

---

<sup>44</sup>Ismail, *Perbankan Syariah* (Jakarta: Kencana, 2017), 25-26

<sup>45</sup>Ikatan Bankir Indonesia, *Mengelola Bank Syariah* (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2014), 2

<sup>46</sup>Ikit, *Manajemen Dana Bank Syariah* (Yogyakarta: Gava Media, 2018), 15

<sup>47</sup>Andri Soemitra, *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah Edisi Kedua* (Jakarta: Kencana, 2018), 58

menggunakan hukum islam. Bank syariah disebut sebagai *Islamic banking* maka dari itu pelaksanaan operasionalnya tidak ada sistem bunga (*Riba*), spekulasi (*Maysir*), dan ketidakjelasan (*Gharar*).<sup>48</sup> Maka dapat disimpulkan bahwa Bank syariah adalah lembaga keuangan yang melaksanakan kegiatan usahanya tanpa bunga, tanpa spekulasi, dan tanpa ketidakjelasan serta berdasarkan pada prinsip syariah yang berpedoman pada *Al-Qur'an* dan *Hadist*.

Perbankan pada dasarnya memiliki tujuan yang sama yaitu menunjang kegiatan pembangunan Negara untuk meningkatkan pertumbuhan ekonomi dan stabilitas nasional untuk kesejahteraan rakyat. Salah satu fungsi bank syariah adalah menyalurkan modal kepada masyarakat, hal tersebut bertujuan untuk menunjang atau mendukung pelaksanaan pembangunan serta pemerataan kesejahteraan rakyat. Sedangkan fungsi lainnya adalah menghimpun dana masyarakat dalam bentuk tabungan dan deposito, hal itu bertujuan untuk mengumpulkan dana dari masyarakat yang kelebihan dana yang kemudian disalurkan dalam bentuk kredit kepada masyarakat untuk modal usaha. Maka dapat disimpulkan sebenarnya fungsi dari bank syariah tidak jauh beda dengan bank konvensional yaitu sebagai menghimpun dan menyalur dana kepada masyarakat, akan tetapi yang membedakannya adalah dalam menjalankan kegiatannya bank syariah menggunakan prinsip syariah dengan bebas dari bunga (*riba*).<sup>49</sup> Didalam islam riba tidak diperbolehkan apapun alasannya, hal tersebut termuat dalam *Al-Qur'an* Surat *Al-Baqarah* ayat 278:

---

<sup>48</sup>Neneng Nurhasanah dan Panji Adam, *Hukum Perbankan Syariah* (Jakarta: Sinar Grafika, 2017), 6-7

<sup>49</sup>Wangsawidjaja, *Pembiayaan Bank Syariah* (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2013), 32-34

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَذَرُوا مَا بَقِيَ مِنَ الرِّبَا إِن كُنتُمْ مُؤْمِنِينَ

Artinya: “Hai orang-orang yang beriman, bertakwalah kepada Allah dan tinggalkanlah sisa riba (yang belum dipungut), jika kamu orang yang beriman.”

(Q.S. Al-Baqarah:278).

## 2. Tugas dan Fungsi Bank Syariah

Bank syariah memiliki tugas dan fungsi sebagai berikut:

- a. Mendukung pelaksanaan pembangunan nasional dalam rangka meningkatkan keadilan, kebersamaan, serta pemerataan kesejahteraan masyarakat.<sup>50</sup>
- b. Sebagai penerima amanah dari pemilik dana investasi maupun deposito. Kegiatan ini dijalankan atas dasar prinsip bagi hasil sesuai kebijakan bank.
- c. Sebagai pengelola dana yang dimiliki *sahibul mal*. Pengelolaan dana dilakukan sesuai dengan arahan *sahibul mal*. Dalam hal ini bank berkedudukan sebagai manajer investasi.
- d. Sebagai penyedia jasa lalu lintas pembayaran dan lain sebagainya, akan tetapi tidak bertentangan dengan prinsip syariah.<sup>51</sup>

## 3. Prinsip Bank Syariah

- a. Prinsip *at-Ta'awun*

---

<sup>50</sup>Ikatan Bankir Indonesia, *Mengelola Bank Syariah*, 3

<sup>51</sup>Joko Umbaran dan Kris Sumarwanto, *Bank Umum Konvensional dan Syariah* (Yogyakarta: Buku KTSP, 2018), 175

Prinsip *at-Ta'awun* merupakan prinsip saling membantu dan bekerja sama dalam kebaikan.

b. Prinsip menghindari *al-iktinaz*

Prinsip *al-iktinaz* melarang keras adanya *gharar* dan *maysir*. *Gharar* adalah transaksi yang dilakukan tidak pasti atau terdapat unsur kebohongan (menipu) dalam transaksinya. Sedangkan *maysir* adalah transaksi yang dilakukan dapat merugikan salah satu pihak dan menguntungkan satu pihak atau dapat dikatakan sebagai judi.

c. Prinsip tanpa riba

Prinsip ini merupakan prinsip yang tidak memberi atau meminta imbalan atau bunga.<sup>52</sup>

4. Produk Bank Syariah

Bank syariah memiliki banyak produk dan akad yang dapat dipilih nasabah sesuai dengan kebutuhannya. Berikut ini adalah produk atau akad yang ada pada bank syariah, antara lain:

a. Wadi'ah (Simpanan)

Wadi'ah merupakan simpanan yang dimiliki salah satu pihak (perorangan atau perusahaan) yang dititipkan ke pihak lain dan harus dijaga serta dikembalikan kapanpun bila pemilik memintanya.

b. Musyarakah

Musyarakah merupakan akad kerjasama yang dilakukan oleh dua orang atau lebih dengan tujuan melaksanakan usaha tertentu. Dalam akad ini modal diberikan oleh masing-masing pihak dengan kesepakatan

---

<sup>52</sup>Mardani, *Hukum Bisnis Syariah* (Jakarta: Prenada Media, 2014), 155

bersamaserta apabila memperoleh keuntungan maupun kerugian maka akan ditanggung bersama sesuai kesepakatan bersama.<sup>53</sup>

c. Mudharabah

Mudharabah adalah akad kerjasama yang dilakukan antara dua pihak dimana pihak pertama sebagai penyedia modal penuh dan pihak kedua sebagai pengelola modal atau dana dengan keuntungan dibagi sesuai kesepakatan diawal akad. Apabila mengalami kerugian dan kerugian tersebut bukan akibat dari kelalaian pengelola dana maka kerugian akan ditanggung pemilik dana atau pihak pertama, tetapi apabila kerugian tersebut akibat dari kelalaian pengelola dana maka pengelola dana wajib bertanggung jawab penuh atas kerugiannya.

d. Murabahah

Murabahah merupakan akad jual beli dimana pihak pertama sebagai perantara pembelian barang yang dibutuhkan pihak kedua dengan harga pokok ditambah dengan keuntungan yang telah disepakati oleh kedua pihak di awal akad.

e. Salam

Salam merupakan akad jual beli dimana pembayaran dilakukan di awal dan barang diberikan dikemudian hari. Dalam akad ini ada prinsip yang harus di terapkan yaitu pada saat awal akad dan pembayaran dilakukan barang harus jelas jenisnya, jelas jumlahnya, dan jelas kualitasnya.

f. Istihna'

---

<sup>53</sup>Muhammad Syafii Antonio, *Bank Syariah Dari Teori Ke Praktik* (Jakarta: Gema Insani Press, 2001), 85-90

Istihna' merupakan akad jual beli antara pembeli dan produsen dengan cara pemesanan barang. Pemesanan tersebut terdapat kesepakatan yang dilakukan antara pembeli dan produsen diawal akad.

g. Ijarah

Ijarah merupakan akad pemindahan barang atau jasa melalui upah sewa tanpa di ikuti pemindahan kepemilikan barang atau jasa tersebut.

h. Wakalah

Wakalah merupakan akad penyerahan mandat dari satu pihak ke pihak lain. Mandat tersebut harus dilaksanakan oleh pihak lain sesuai dengan kesepakatan pada saat akad tersebut dilakukan.

i. Kafalah

Kafalah merupakan jaminan yang diberikan penanggung kepada pihak lain untuk memenuhi kewajiban pihak yang ditanggung. Atau dapat dikatakan sebagai pengalihan tanggung jawab dari pihak satu kepihak yang lainnya.

j. Hawalah

Hawalah merupakan akad pemindahan tanggung jawab hutang piutang yang dilakukan oleh pihak satu kepihak lain.

k. Rahn

Rahn merupakan jaminan yang diberikan kepada pihak lain atas pinjaman yang telah diberikan atau sering disebut sebagai gadai.<sup>54</sup>

---

<sup>54</sup>Kasmir, *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya* (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2014), 174