

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

A. Deskripsi Teori

1. Minat

a. Definisi minat

Minat menurut Mulyasa adalah kecenderungan seseorang untuk melakukan sesuatu perbuatan, misalnya minat untuk mempelajari atau melakukan sesuatu yang diinginkan.¹ Menurut Tampubolon minat adalah suatu perpaduan keinginan dan kemauan yang dapat berkembang jika ada motivasi, jadi jika ada motivasi dan keinginan seseorang akan berkembang sehingga seseorang memiliki minat dan jika seseorang memiliki minat akan berkembang motivasi dalam kegiatan. Menurut Djali minat pada dasarnya adalah penerimaan akan sesuatu hubungan antara diri sendiri dengan sesuatu di luar diri.² Menurut definisi umum minat merupakan pandangan manusia terhadap suatu objek yang bermacam - macam tergantung kepada beberapa banyak energi yang merupakan kecenderungan manusia untuk memperhatikan suatu tipe tertentu dari stimulasi atau yang bisa di katakan sebagai suatu minat.³

¹ Mulyasa, *Ilmu dan Aplikasi Pendidikan*, (t.t.p., Grasindo, 2007) hlm. 63

² Hidayatullah, *Penelitian Tindakan Kelas*, (Banten : LKP Setia Budhi, 2018) hlm. 69

³ Bimo Walgito, *Pengantar Psikologi Umum*, (Yogyakarta : Andi, 2003), hlm.90

Minat adalah keinginan atau kemauan yang timbul dari dalam diri sendiri tanpa adanya suatu paksaan dari pihak lain untuk mencapai suatu tujuan tertentu yang diinginkan. Minat merupakan rasa suka atau rasa ketertarikan terhadap suatu objek tanpa adanya pengaruh dari luar yang menyuruh atau yang biasanya terdapat kecenderungan untuk memiliki suatu objek yang ditertariki tersebut. Minat atau yang lebih di kenal sebagai keputusan pemakai atau pembelian jasa atau produk tertentu. Dalam hal ini keputusan untuk pembelian merupakan proses untuk pengambilan keputusan yang mencakup penentu apa yang akan di beli atau tidak di beli dan keputusan tersebut lah di peroleh dari kegiatan sebelumnya yaitu kebutuhan yang dimiliki.⁴

b. Macam – macam minat

Minat dapat dibagi menjadi tiga macam yaitu sebagai berikut:⁵

- 1) Berdasarkan timbulnya. Minat dibedakan menjadi minat primitif dan minat kultural, minat primitif merupakan minat yang timbul karena kebutuhan biologis pada jaringan tubuh. Sedangkan minat kultural atau yang bisa disebut minat sosial merupakan minat yang timbul karena adanya proses belajar.
- 2) Berdasarkan arahnya. Minat dibedakan menjadi minat intrinsik dan ekstrinsik, minat intrinsik merupakan minat yang berhubungan langsung dengan aktivitas itu sendiri. Sedangkan minat ekstrinsik merupakan

⁴ Sofyan Assauri, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2011) hlm.141

⁵ Abdul Rahman Shalih dan Muhib Abdul Wahab, *Psikologi Suatu Pengantar Dalam Perspektif Islam*, (Jakarta : Prenada Media, 2004) hlm. 265

minat yang berhubungan dengan tujuan akhir dari sebuah kegiatan tersebut.

- 3) Berdasarkan cara mengungkapkannya minat dibedakan menjadi empat yaitu : a) Expressed interest, minat yang diungkapkan dengan cara meminta kepada subyek untuk menyatakan kegiatan yang disenangi maupun tidak. b) Manifest interest, minat yang dilakukan dengan pengamatan secara langsung. c) Tested interest, minat yang diungkapkan dengan cara menyimpulkan dari sebuah hasil jawaban tes objektif. d) Inventoried interest, minat yang diungkapkan dengan menggunakan alat-alat yang sudah standar.

Dengan demikian dapat dikatakan bahwa minat terdiri dari tiga macam yaitu minat berdasarkan timbulnya, minat berdasarkan arahnya dan minat berdasarkan cara mengungkapkannya.

c. Indikator minat

Seseorang ahli dalam pendidikan JP. Guilford mengatakan minat adalah kecenderungan dan kegairahan yang tinggi atau keinginan yang besar terhadap sesuatu. Minat terdiri dari:⁶

- 1) Minat profesional yaitu minat dalam keilmuan, ekspresi seni dan kesejahteraan sosial.
- 2) Minat komersial yaitu minat pada pekerjaan dunia usaha jual beli, periklanan, kesekretarian, akuntansi, dan sebagainya.
- 3) Minat kegiatan fisik yaitu minat tenaga dan kegiatan luar.

⁶ Fariz Al Mustaqim, *True of My Self*, (t.t.p., FAM Group, 2019) hlm. 43

Ketiga minat diatas bisa disebut bisa juga disebut minat vokasional yang artinya minat yang menunjuk atau mengarah pada bagian bidang – bidang pekerjaan.

Adapun faktor – faktor yang mempengaruhi timbul minat pada seseorang antara lain :⁷s

1) Dorongan dari dalam individu

Misal dorongan untuk berbelanja. Dorongan tersebut akan membangkitkan minat untuk bekerja, berusaha atau mencari penghasilan guna memenuhi minatnya tersebut.

2) Motif sosial

Motif sosial dapat menjadi faktor yang membangkitkan minat untuk melakukan suatu aktivitas tertentu.

3) Faktor emosional

Minat memiliki hubungan dengan emosi. Dengan hal ini maka dapat dikatakan bahwa minat adalah dorongan kuat bagi seseorang untuk melakukan segala sesuatu dalam mewujudkan pencapaian tujuan dan cita – cita yang menjadi keinginannya.

Sedangkan faktor yang mempengaruhi minat masyarakat menjadi nasabah bank syariah yaitu⁸ :

1) Pengetahuan

⁷ Abdul Rahman Shaleh dan Muhib Abdul Wahab, *Psikologi Suatu...*, hlm. 264

⁸ Dayaan Yusuf, "Analisis Minat Masyarakat Muslim Menjadi Nasabah Bank Syariah (Studi Kasus Di Gampong Pondok Kemuning)", *Jurnal Penelitian*, Vol, 1 No. 1 , 2017, hlm. 62

Istilah pengetahuan dalam keseharian memiliki konsep sebagai segala yang diketahui dan diperoleh berdasarkan pengalaman – pengalaman seseorang tersebut. Sedangkan menurut ahli sosiologi Soekanto mendefinisikan pengetahuan adalah kesan didalam pikiran manusia sebagai hasil penggunaan pancainderannya yang berbeda sekali dengan kepercayaan (*beliefs*), takhayul (*superstitions*), dan penerangan – penerangan yang keliru (*mis information*).⁹

Pengetahuan merupakan hasil pengindraan manusia terhadap objek melalui indera yang dimiliki, seperti indera penglihatan, pendengaran, penciuman, rasa, dan raba. Pengetahuan juga bisa diartikan seluruh pemikiran, ide, konsep, gagasan, dan pemahaman manusia. Indikator pengetahuan timbul dari pendidikan, media, pengetahuan ilmu, dan informasi.¹⁰

Pengetahuan juga diartikan sebagai peristiwa yang terjadi dalam diri manusia, pengetahuan ditinjau dari objek dan manusia sebagai objeknya. Jadi, manusia disini sebagai pengamat dari kejadian objek tersebut dan timbulah pengetahuan. Pengetahuan dalam lingkup perbankan adalah informasi yang diterima atau diketahui masyarakat mengenai perbankan syariah dari produk, keunggulan dan kelebihan masing – masing bank. Untuk memperbanyak pengetahuan masyarakat,

⁹ Ahmad Husain, *Ketahanan Dasar Lingkungan*, (Makasar : SAH Media, 2019) hlm. 55

¹⁰ Sukijo Notoadmojo, *Metodologi Penelitian Kesehatan*, (Jakarta : Rieneka Cipta, 2010), hlm. 27

sosialisasi dalam bentuk usaha untuk memberikan pengetahuan dan memperkenalkan suatu bank.¹¹

Menurut Suwarman menyatakan pengetahuan konsumen akan mempengaruhi keputusan pembelian. Ketika konsumen memiliki pengetahuan yang lebih banyak, maka ia akan lebih baik dalam mengambil keputusan, ia akan lebih efisien dan lebih tepat dalam mengolah informasi dan mampu me-recall informasi yang lebih baik.¹²

Menurut Suwarman jenis pengetahuan di bagi dalam 3 jenis, yaitu:

- a) Pengetahuan produk adalah kumpulan berbagai informasi mengenai produk yang ditawarkan. Pengetahuan ini meliputi kategori produk, merek, terminologi produk, atribut atau fitur produk, harga produk, dan kepercayaan konsumen terhadap produk tersebut.
- b) Pengetahuan pembelian meliputi berbagai informasi yang di proses oleh konsumen untuk memperoleh suatu produk. Pengetahuan produk terdiri atas pengetahuan dimana membeli produk dan kapan membeli produk.
- c) Pengetahuan pemakaian suatu produk yang memberikan manfaat kepada konsumen jika produk tersebut telah digunakan atau dikonsumsi oleh konsumen. Agar produk tersebut bisa memberikan

¹¹ Dayan Yusuf, *Analisis Minat masyarakat.*, hlm. 63

¹² Beny Witjaksono, *Fundraising Wakaf Uang Melalui Perbankan Syariah*, (Jakarta Selatan : Lokal Media 2020)hlm. 81

manfaat yang maksimal dan kepuasan yang tinggi kepada konsumen maka konsumen harus bisa menggunakan atau mengkonsumsi produk tersebut dengan benar.

2) Jaringan kantor

Jaringan dan kantor cabang bank syariah di Indonesia masih jauh dari jumlah jaringan dan kantor cabang yang dimiliki bank konvensional. Tersedianya fasilitas untuk dapat melayani nasabah yang akan bertransaksi dengan bank syariah masih sangat minim. Hal ini dapat dilihat dari jumlah bank syariah yang ada di Indonesia terdapat satu bank umum dan 78 BPR perkembangan perbankan syariah ini dibandingkan dengan total volume usaha dan jumlah perbankan nasional secara keseluruhan relatif masih sangat kecil yaitu di bawah 1 % sehingga peranannya terhadap ekonomi makro belum signifikan.¹³

Keberadaan Bank Syariah yang tidak merata dan tidak tersedia di banyak tempat memang ada benarnya, faktanya penyebaran bank syariah ini terbatas hanya di kota – kota besar saja. Seperti halnya hanya ada di tingkat kabupaten tidak menjalar ke kota – kota kecil.¹⁴ Jaringan kantor perbankan syariah yang luas bisa mempengaruhi jumlah nasabah. Karena semakin banyak kantor yang berdiri semakin memudahkan transaksi para nasabahnya sehingga tidak jauh – jauh untuk bertransaksi.

3) Lokasi

¹³ Siti Yunitarini, *“Prospek dan Kendala Bank Syariah di Era Global”*, hlm. 11

¹⁴ Ahmad Sarwat, *Hukum Bermuamalah Dengan Bank Konvensional*, (Lentera Islam), hlm. 46

Lokasi adalah hal yang sangat penting untuk menentukan letak berbisnis. Penentuan lokasi yang strategi sangat menentukan kesuksesan dalam berusaha. Lokasi yang strategis dan tepat mampu melaksanakan tujuan utama bisnis tersebut untuk mencapai keuntungan dan pemasaran yang luas. Seperti halnya suatu bank tidak sembarangan dalam memilih lokasi, pasti memilih lokasi yang tepat dalam menjalankan bisnisnya. Lokasi yang mudah dijangkau akan mempermudah akses masyarakat dalam kerjasamanya. Lokasi yang strategis itu merupakan lokasi yang mudah dijangkau masyarakat.¹⁵

Secara umum ada beberapa tujuan yang hendak dicapai dalam penentuan lokasi bank adalah sebagai berikut :¹⁶

- a) Agar bank menentukan lokasi yang tepat untuk lokasi kantor pusat, kantor cabang, kantor cabang pembantu, kantor kas atau lokasi mesin – mesin ATM. Tujuannya agar memudahkan nasabah berhubungan atau melakukan transaksi dengan bank.
- b) Agar bank dapat menentukan dan membeli atau menggunakan teknologi yang paling tepat dalam memberikan kecepatan dan keakuratan guna melayani nasabahnya.
- c) Agar bank dapat menentukan layout yang sesuai dengan standar keamanan, keindahan, dan kenyamanan bagi nasabahnya.

¹⁵ Ari Wibowo, "Pengaruh Layanan, Lokasi dan Harga dalam Keputusan Pembelian", Jurnal Ilmu, Vol. 3 No. 12. 2014 hlm. 14

¹⁶ Kasmir, *Pemasaran Bank*, (Jakarta : Kencana, cetakan ke – 5, 2015) hlm. 145-146

- d) Agar bank bisa menentukan metode antrian yang paling optimal, terutama pada hari atau jam – jam sibuk, baik di depan teller atau kasir.
- e) Agar bank dapat menentukan kualitas tenaga kerja yang dibutuhkan sekarang dan dimasa yang akan datang.

4) Bagi hasil

Besar kecilnya bagi hasil merupakan salah satu tujuan utama nasabah untuk bekerja sama. Oleh karena itu rendah tingginya bagi hasil menentukan jumlah masyarakat yang ingin bekerjasama dengan bank syariah. Prinsip bagi hasil ini beban yang berperan penting dalam menentukan laba bank syariah, sehingga bank harus efisien dalam mengelola pengeluaran bank.¹⁷

Dalam praktiknya mekanisme perhitungan bagi hasil di bank syariah didasarkan pada dua cara, yaitu:¹⁸

- a) *Profit sharing* / bagi laba yaitu perhitungan bagi hasil yang didasarkan pada laba dari pengelola dana, yaitu pendapatan usaha dikurangi dengan beban usaha untuk mendapatkan pendapatan usaha tersebut.
- b) *Revenue sharing* / bagi pendapatan yaitu perhitungan bagi hasil yang didasarkan pada *revenue sharing* dari pengelola dana, yaitu

¹⁷ Wiroso, *Penghimpun Dana dan Distribusi Hasil Usaha Bank Syariah*, (Jakarta: PT. Grasindo, 2005) hlm. 132

¹⁸ Slamet Wiyono, *Cara Mudah Memahami Akuntansi Perbankan Syariah* (Jakarta : Grasindo, 2005) hlm. 56-58

pendapatan usaha sebelum dikurangi dengan beban usaha untuk mendapatkan pendapatan usaha tersebut.

Aplikasi kedua dasar bagi hasil ini memiliki kelebihan dan kekurangannya masing – masing. Pada *profit sharing* semua pihak yang terlibat dalam akad akan mendapatkan bagi hasil sesuai dengan laba yang diperoleh atau bahkan tidak mendapatkan laba apabila pengelola dana mengalami kerugian. Dalam *revenue sharing* kedua belah pihak akan selalu mendapatkan bagi hasil karena bagi hasil dihitung dari pendapatan pengelola dana. Tapi bagi pengelola dana hal ini memberikan resiko bahwa suatu periode tertentu pengelola dan akan mengalami kerugian, karena bagi hasil yang diterimanya lebih kecil dari beban usaha untuk mendapatkan *revenue* tersebut.

5) Pelayanan

Pelayanan adalah proses untuk pemenuhan kebutuhan melalui aktivitas orang lain secara langsung. Untuk memuaskan pelanggan juga dibutuhkan pelayanan prima, untuk pencapaian pelayanan prima dapat dilakukan dengan memperhatikan asas dan prinsip pelayanan.¹⁹

Asas – asas yang harus diperhatikan dalam pengelolaan pelayanan adalah sebagai berikut.²⁰

¹⁹ Hesel Nogi, *Manajemen Publik*, (Jakarta : Gramedia Widiasarana Indonesia, 2005) hlm. 208

²⁰ Ratminto, et. all, *Pelayanan Prima : Pedomanan Penerapan Momen Kritis Pelayanan dari A sampai Z*, (Yogyakarta : UGM Press, 2018) hlm. 2

- a) Transparai yang bersifat terbuka, mudah dan dapat diakses semua pihak membutuhkan dan disediakan secara memadai serta mudah dimengerti.
- b) Akuntabilitas yang artinya mudah dipertanggungjawabkan sesuai dengan ketentuan peraturan perundang – undangan.
- c) Kondisional yang artinya sesuai dengan kondisi dan kemampuan pemberi dan penerima layanan dengan tetap berpegang pada prinsip efisiensi dan efektifitas.
- d) Partisipatif yang artinya mendorong peran serta masyarakat dalam penyelenggaraan pelayanan publik dengan memperhatikan aspirasi, kebutuhan dan harapan masyarakat.
- e) Kesamaan hak yang artinya tidak diskriminatif dalam arti tidak membedakan suku, ras, agama, golongan, gender, dan status ekonomi.
- f) Keseimbangan hak dan kewajiban yang artinya pemberi dan penerima pelayanan publik harus memenuhi hak dan kewajiban masing – masing pihak.

Sedangkan prinsip – prinsip yang harus diperhatikan dalam penyelenggaraan pelayanan adalah sebagai berikut:²¹

- a) Kesederhanaan. Prosedur pelayanan publik tidak berbelit – belit, mudah dipahami dan mudah dilaksanakan.

²¹ Ibid., hlm. 3 - 4

- b) Kejelasan, yang mencakup persyaratan teknis administrasi, unit kerja atau pejabat yang berwenang dan bertanggung jawab dalam memberikan pelayanan.
- c) Kepastian waktu. Pelaksanaan pelayanan publik dapat diselesaikan dalam kurun waktu yang telah ditentukan.
- d) Akurasi. Produk pelayanan publik dapat diterima dengan benar, tepat dan sah.
- e) Kemudahan di akses. Tempat dan lokasi sarana serta pelayanan yang memadai, mudah dijangkau oleh masyarakat dan dapat memanfaatkan teknologi telekomunikasi dan informatika.

Oleh karena itu kualitas pelayan merupakan hal yang sangat dipertimbangkan oleh masyarakat untuk bertransaksi. Pelayanan yang baik dan ramah akan menambah rasa nyaman masyarakat dalam bekerjasama. Oleh kaena itu dalam bank syariah mengutamakan pelayanan yang salam, senyum dan sapa.²²

6) Produk

Menurut Wiliam J. Stanton produk adalah sekumpulan atribut fisik yang secara nyata terkait dalam sebuah bentuk dapat diidentifikasi. Menurut Kotler produk merupakan segala sesuatu yang ditawarkan, dimiliki, digunakan, atau pun dikonsumsi sehingga mampu memuaskan keinginan dankebutuhan termasuk didalamnya berupa fisik, tempat, orang, jasa, gagasan serta organisasi. Sedangkan menurut H.

²² Hesel Nogi, *Manajemen Publik.*, hlm.210

Djaslim Saladin produk yaitu setiap hal yang mampu memenuhi dan juga memuaskan kebutuhan ataupun keinginan manusia baik memiliki wujud maupun tidak memiliki wujud.²³

Produk merupakan suatu yang mampu di pasarkan untuk diperhatikan, ditawarkan, dimiliki, dan dikonsumsi untuk memenuhi keinginan. Dalam hal prodak, perbankan syariah memberikan prodak – prodak yang tentunya bermanfaat bagi masyarakat. Prodak – prodak tersebut disesuaikan dengan fungsi dan perannya dalam kesejahteraan ekonomi umat.²⁴

Secara garis besar jenis – jenis produk dibedakan menjadi dua yaitu produk konsumsi dan produk industri. Produk konsumsi adalah barang yang dipergunakan oleh konsumen akhir atau rumah tangga dengan maksud tidak untuk dibisniskan atau dijual lagi. Barang – barang yang termasuk jenis barang konsumsi adalah barang kebutuhan sehari – hari, barang belanja, dan barang khusus. Sedangkan produk industri adalah barang yang akan menjadi luas dipergunakan dalam progam pengembangan pemasaran. Adapaun yang termasuk barang industri adalah bahan mentah, bahan baku dan suku cadang pabrik, dan perbekalan operasional.²⁵

7) Promosi

²³ Anang Firmansyah, *Pemasaran Produk dan Merek (Planning & Strategy)*, (Surabaya : Qiara Media, 2019) hlm. 3-4

²⁴ M. Tohar, *Membuka Usaha Kecil*, (Yogyakarta : Penerbit Kanisius, 2000) hlm.43

²⁵ Anang Firmansyah, *Pemasaran Produk dan Merek..*, hlm. 2

Promosi adalah kegiatan yang ditujukan untuk mempengaruhi konsumen untuk mengenal akan produk yang ditawarkan oleh perusahaan kepada konsumen kemudian konsumen menjadi senang lalu membeli produk tersebut. Promosi merupakan sarana yang ampuh untuk menarik konsumen.²⁶ Promosi adalah suatu cara yang mampu menarik nasabah untuk bekerjasama. Promosi itu sendiri bisa dilakukan dengan seminar di beberapa daerah, penyebaran brosur atau pun iklan melalui media sosial seperti saat ini.²⁷

Adapun fungsi promosi adalah mencari dan mendapatkan perhatian dari calon pelanggan atau pembeli, menciptakan dan menumbuhkan ketertarikan pada diri calon pembeli, pengembangan rasa ingin tahu calon pembeli untuk memiliki barang yang ditawarkan. Sedangkan tujuan promosi yaitu: menginformasikan, membujuk dan mengingatkan.²⁸

8) Pesaing

Pesaing menurut kamus bahasa Indonesia berasal dari kata asing yang artinya berlomba saling mengungguli. Sehingga dapat diartikan pesaing merupakan tindakan seseorang yang dilakukan kepada orang lain untuk mengungguli. Pesaing berasal dari kata dasar saing yang berarti berlomba atau (mengatasi, dahulu, mendahului), dengan kata lain yakni usaha untuk mempertahankan keunghulan masing – masing yang

²⁶ Kasmir, *Pemasaran..*, hlm. 175

²⁷ Dayyan Yusuf, *Analisis Minat Masyarakat.*, hlm. 65

²⁸ Nurul Huda et. al, *Pemasaran Syariah Teori & Aplikasi*, (Depok: KENCANA, 2017) hlm. 23-24

dilakukan perseorangan atau badan hukum dalam bidangnya. Dari beberapa uraian diatas dapat disimpulkan bahwa pesaing adalah lawan dari inti keberhasilan atau kegagalan perusahaan. Pesaing adalah suatu manfaat yang ada ketika suatu lembaga keuangan mempunyai dan menghasilkan produk atau jasa yang dilihat dari pasar targetnya lebih baik dari pada lembaga keuangan terdekat.²⁹

Analisis pesaing dilakukan untuk mengetahui seberapa kuat para pesaing produk calon nasabah dan kemungkinan produknya dapat memenangkan persaingan. Bank syariah juga perlu yakin bahwa nasabah mampu melakukan inovasi pasar, sehingga dapat tetap bertahan atau bahkan memenangkan persaingan, minimal tetap bertahan atau memenangkan persaingan, dengan dalam kurun waktu tertentu sesuai dengan jangka waktu pembiayaan.³⁰

Persaingan merupakan kondisi yang real yang dihadapi setiap orang dimasa sekarang. Kompetisi atau persaingan tersebut bila dihadapi dengan cara positif atau negatif, tergantung pada sikap dan mental persepsi kita dalam memaknai persaingan tersebut. Hampir tiada hal tanpa persaingan, seperti halnya dalam kompetisi dalam berprestasi, dunia usaha bahkan dalam proses belajar. Persaingan merupakan semacam upaya untuk untuk menduduki posisi yang lebih tinggi didalam usaha. Jika jumlah pesaing cukup banyak dan seimbang, persaingan akan tinggi sekali karena masing – masing perusahaan memiliki sumberdaya

²⁹ Maribun, *Kamus Manajemen*, (Jakarta : Pustaka Sinar Harapan, 2003) hlm.276

³⁰ Ismail, *Perbankan Syariah.*, hlm. 102

yang relatif sama. Disini bisa dilihat bila jumlah pesaing sama tetapi terdapat perbedaan sumberdaya, maka akan terlihat sekali mana yang akan menjadi market leader dan perusahaan mana yang merupakan pengikut.³¹

Adapun Dasar yang perlu untuk mencapai persaingan suatu lembaga harus mampu mengenali berbagai unsur dasar bersaing, antara lain :³²

a) Harga atau nilai

Suatu lembaga keuangan harus mampu menghasilkan produk atau jasa rendah biaya, sehingga strategi dalam menetapkan harga tidak terlalu tinggi dibandingkan dengan produk atau jasa para pesaing. Nasabah yang sensitif terhadap harga Rp. 1.000 saja dengan produk atau jasa pesaing akan menjadi pertimbangan dalam memilih produk yang rendah harganya.

b) Menyenangkan konsumen

Persaingan kedua yang harus diupayakan agar produk atau jasa dapat bersaing dengan kompetitor adalah diupayakan agar produk yang menyenangkan dari berbagai aspek. Seperti kualitas produk atau jasa yang bermutu dan memberi kepuasan misalnya pelayanan yang memuaskan, komunikasi memuaskan, dan tanpa komplain atau setidaknya apabila ada komplain segera ditanggapi dan tidak menunda – nundanya.

c) Pengalaman konsumen

Pengalaman baik atau buruk yang kita sampaikan dialami oleh seorang konsumen umumnya akan menjadi catatan penting, seringkali melekat seumur hidup. Pengalaman yang baik akan dikenal sepanjang

³¹ Jusuf dan Jopie, *Analisis Kredit untuk Account Officer*, (Jakarta : Gramedia Pustaka Umum, 2008) hlm.260

³² Basrowi, *Kewirausahaan*, (Bogor : PT. Ghalia Indonesia, 2014) hlm. 125-127

masa bahkan akan sering ditularkan kepada konsumen. Demikian pengalaman akan cepat menyebar dari mulut ke mulut baik kepada sahabat maupun tetangga terdekat.

d) Atribut produk yang dapat dicatat

Manfaat dari catatan atribut produk atau jasa adalah agar produk atau jasa dapat ditingkatkan dari atribut yang sudah ada sebelumnya. Dengan demikian, baik konsumen atau pelayan kita mampu mengenali seluruh atribut produk atau jasa kita, sehingga tidak ada dirahasiakan agar konsumen tidak merasa ditipu.

Adapun cara untuk menghadapi pesaing, yaitu:³³

- a) Mampu meningkatkan daya inovasi, kreatif dan produktivitas dengan teknik – teknik yang dimiliki, sehingga dapat bersaing dengan baik.
- b) Memberikan pelayanan all out sebagai salah satu cara untuk memberikan kepuasan pelanggan sehingga dapat unggul.
- c) Memasarkan produk melalui komunitas atau kumpulan organisasi sehingga mudah dikenali oleh anggota atau komunitas.

9) Kemajuan teknologi

Seperti ungkapan futurolog teknologi Nicholas Negroponte, bahwa dunia makin lama makin digital, hal ini diterangi oleh pesatnya perkembangan transaksi bisnis dan kegiatan non bisnis yang makin beralih kemanfaatan komputer online. Peran teknologi dalam perbankan sangatlah mutlak, dimana kemajuan suatu sistem perbankan barang sudah tentu ditopang oleh peran teknologi informasi. Semakin berkembang dan kompleknya fasilitas yang diterapkan perbankan untuk memudahkan

³³ Jusuf dan Jopie, *Analisis Kredit.*, hlm. 262

pelayanan. Dalam setiap bidang termasuk perbankan penerapann teknologi bertujuan selain untuk memudahkan operasional intern perusahaan juga bertujuan untuk memudahkan pelayanan customers.³⁴

Kemajuan teknolgi suatu perbankan sangatlah diminati nasabah, karena semakin maju teknologinya semakin memudahkan para nasabah untuk bertransaksi, seperti halnya transfer tunai, adanya aplikasi mobile banking, dan mempercepat kerja karyawan.

d. Minat Menjadi Nasabah

Minat menjadi nasabah dalam hal ini bisa diartikan sebagai minat beli. Menurut Kinnear dan Taylor minat membeli adalah bagian dari komponen perilaku konsumen dalam sikap mengkonsumsi, kecenderungan responden untuk bertindak sebelum keputusan membeli benar-benar dilaksanakan konsumen.³⁵ Minat juga sebagai aspek kejiwaan tidak hanya mewarnai perilaku seseorang untuk melakukan aktivitas yang bisa menyebabkan seseorang tertarik pada sesuatu. Sedangkan nasabah merupakan konsumen yang menyediakan dana dalam proses transaksi barang atau jasa. Dengan begitu pengertian minat nasabah adalah pengaruh eksternal kesadaran akan kebutuhan pengenalan produk dan evaluasi alternatif yang dapat menimbulkan minat beli konsumen. Pengaruh eksternal ini terdiri dari usaha pemasaran dan faktor sosial budaya.³⁶

³⁴ Tata Sutrabu, *Konsep Sistem Informasi*, (Yogyakarta : CV Andi Offset, 2012) hlm. 65-66

³⁵ Umar Husen, *Managemen Riset Pemasaran Perilaku Konsumen*, (Jakarta : PT. Gramedia Pustaka) hlm.45

³⁶ Scifman Knuk, *Perilaku Konsumen*, Edisi 7, (Jakarta : Indek, 2008) hlm. 21

Minat beli dapat diidentifikasi melalui indikator – indikator sebagai berikut:³⁷

- 1) Minat eksploratif yang menggambarkan perilaku konsumen yang selalu mencari informasi positif tentang produk yang diminati.
- 2) Minat preferensial yang menggambarkan perilaku konsumen yang memiliki preferensi pada produk yang diminati.
- 3) Minat referensi yang menggambarkan kecenderungan konsumen untuk mereferensikan produk yang diminati kepada orang lain.
- 4) Minat Transaksional yang menggambarkan kecenderungan seseorang untuk membeli produk yang diminati.

Pemahaman pada perilaku konsumen ini tidaklah lepas dari minat membeli konsumen yang merupakan salah satu tahap sebelum pada mengambil keputusan membeli.

2. Masyarakat

a. Definisi masyarakat

Masyarakat adalah kesatuan manusia dalam suatu wilayah yang saling berinteraksi satu sama lain untuk memenuhi kebutuhannya.³⁸ Menurut beberapa pakar mendefinisikan masyarakat sebagai titik pandang yang berbeda yaitu menurut Koentjaraningrat mendefinisikan masyarakat sebagai kesatuan hidup manusia yang menempati suatu wilayah yang nyata

³⁷ Umar Husen, *Management Riset...*, hlm. 48

³⁸ Ahmad Adlan, *Kewarganegaraan*, (Jakarta : PT. Grasindo, 2017) hlm 23

dan berinteraksi secara terus – menerus sesuai dengan suatu sistem adat istiadat tertentu dan terikat oleh rasa identitas komunikasi. Menurut Horton dan Hunt mendefinisikan masyarakat sebagai kelompok manusia yang secara naluri mampu menghadapi kelompoknya sendiri, bersifat indeenden, mendiami wilayah tertentu, memiliki kebudayaan, dan sebagian kegiatannya berlangsung didalam kelompok. Sedangkan menurut Soerjono Soekanto mendefinisikan masyarakat sebagai suatu sistem sosial yang menghasilkan kebudayaan.³⁹ Dari beberapa definisi para ahli diatas penulis menyimpulkan masyarakat adalah kesatuan manusia dalam suatu wialayah untuk memenuhi kebutuhannya.

b. Ciri-ciri masyarakat

Adapun ciri–ciri masyarakat yaitu⁴⁰ :

1) Manusia yang hidup berkelompok

Ciri manusia yang hidup secara bersama dan membentuk kelompok masyarakat yang saling mengenali satu sama lainnya dan akan timbul saling ketergantungan.

2) Melahirkan kebudayaan

Masyarakat akan melahirkan kebudayaan yang dalam konsepnya tidak lah ada masyarakat maka juga tidak akan ada timbul suatu budaya dan begitupun sebaliknya.

3) Mengalami perubahan

³⁹ Sulfan, “Akhilah Mahmud, *Konsep Masyarkat Menurut Murtada Mutahari*”, Jurnal Aqidal, Vol. 6 No. 2, Tahun 2008, hlm 278

⁴⁰ Om.Makplus, “*Definisi dan Pengertian Menurut para Ahli*”, di akses melalui, <http://www.definisi-pengertian.com/2015/10/pengertian-masyarakat-definisi-menurut-ahli.html>, di akses pada tanggal 3 November 2019 pukul 09.14 WIB

Masyarakat akan mengalami perubahan sebagaimana yang disebabkan faktor yang berasal dari dalam masyarakat itu sendiri yang membawanya.

4) Manusia yang berinteraksi

Manusia berinteraksi ini bisa terjadi dalam bentuk secara lisan atau bahkan tidak adanya komunikasi masyarakat yang bertemu antara satu sama lainnya.

Dalam penelitian ini peran masyarakat sangat penting bagi pertumbuhan perbankan syariah. Pemahaman masyarakat tentang perbankan syariah terhadap minat menjadi nasabah diperkirakan oleh pengaruh perilaku dari masyarakat itu sendiri. Perilaku masyarakat merupakan tindakan yang dilakukan oleh individu atau kelompok yang berhubungan dalam proses pengambilan keputusan untuk mendapatkan, menggunakan barang atau jasa perbankan syariah yang dapat dipengaruhi oleh lingkungannya. Pemahaman masyarakat tentang perbankan syariah setidaknya juga mencakup pemahaman mengenai arti perbankan syariah, pemahaman mengenai lokasi atau jaringan kantor dari perbankan syariah, pemahaman tentang prinsip yang dijalankan oleh perbankan syariah serta pemahaman mengenai produk yang ditawarkan perbankan syariah.⁴¹

3. Bank

⁴¹ Amalya Ridwan, "Analisis Pemahaman Masyarakat Mengenai Perbankan Syariah Terhadap Minat Menabung di Gampong Jawa", Jurnal Ilmiah Mahasiswa, Vol 1 No 1 Tahun 2017, hlm. 5

a. Sejarah bank

Ahmad Salaby menguraikan sejarah kemunculan bank terdapat penukaran uang yang menanti dibelakang meja di pantai Laut Mediterrania atau laut di Italia. Meja ini disebut Banco yang di atasnya diletaki berbagai jenis mata uang yang diperlukan oleh orang yang berlayar di Timur. Disamping itu, terkadang juga ada aktivitas meminjamkan uang kepada mereka yang membutuhkan. Aktivitas ini semakin berkembang dan munculah yayasan keuangan yang disebut bank.⁴²

Menurut Mohammad Moeslehuddin kata bank ini berasal dari bahasa Italia yaitu Banco yang artinya meja. Meja dalam sejarah bank pertama kali digunakan untuk menukar uang, lambat laun fungsi bank diperankan oleh para pendai emas yang menyediakan jasa menyimpan uang emas atau perak untuk menanggulangi pencurian. Dalam hal ini alat bukti yang digunakan sebagai bukti menyimpan uang yaitu selebar kertas yang dikenal goldsmisth note. Dengan lembar kertas tersebut transaksi jual beli emas dapat dilakukan dengan mudah.⁴³

Dari kedua uraian diatas ada sedikit perbedaan dan kesamaan, kesamaan tersebut dalam aktivitas penekuran uang awal mula di Italia yang menggunakan banco.

b. Definisi bank

⁴² Lubis, Irsyad, *Bank dan Lembaga Keuangan Lain*, (Medan : USU Press, 2010), hlm.1

⁴³ Alam S, *Ekonomi*, (Esis) hlm. 275

Bank adalah suatu badan yang tugas utamanya menghimpun uang dari pihak ketiga, perantara menyalurkan penawaran dan permintaan kredit pada waktu yang ditentukan.⁴⁴ Bank adalah lembaga yang dipercaya oleh masyarakat dari macam – macam kalangan dalam menempatkan dananya secara aman dan terpercaya. Disisi lain bank juga berperan untuk menyalurkan dana dari masyarakat kepada masyarakat yang membutuhkan. Masyarakat secara langsung mendapat pinjaman dari bank sepanjang dalam peminjamannya nasabah dapat memenuhi syarat yang diberikan oleh bank.⁴⁵ Pada hakikatnya bank memiliki peran dalam dua sisi yaitu, menghimpun dana dari masyarakat yang sedang kelebihan dana dan menyalurkan kembali dana secara langsung kepada masyarakat yang sedang membutuhkan dana untuk memenuhi kebutuhannya. Menurut UU Perbankan Nomor 10 Tahun 1998, yang di maksud dengan Bank yaitu lembaga usaha yang menghimpun dana dari masyarakat berbentuk simpanan dan menyalurkan kembali ke masyarakat dalam bentuk kredit atau bentuk lainnya untuk meningkatkan kesejahteraan rakyat banyak.

c. Perkembangan bank di Indonesia

Sejarah ringkas perbankan di Indonesia mengalami beberapa periode, antara lain, periode 1 jaminan penjajahan Belanda sampai Kependudukan Jepang, periode ke 2 pada tahun pertama pendudukan Jepang kantor – kantor bank di tutup, periode ke 3 dibukannya bank industri negara

⁴⁴ Thomas Suyatno dan Djuhaepah T.Marali, *Kelembagaan Perbankan*, (Jakarta : Gramedia Pustaka Utama, 2007) hlm. 1

⁴⁵ Ismail, *Perbankan Syariah.*, Hlm. 18

yang bergerak dibidang pembelanjaan pembangunan khususnya industri dan pertambangan, periode ke 4 adalah periode orde baru dimana perekonomian dipimpin diganti jadi perekonomian yang lebih demokratis dengan membuka kembali bank pemerintahan yang diganti dnegan bank umum.

Dari waktu kewaktu dunia perbankan di Indonesia telah mengalami banyak perubahan yang disebabkan oleh internal dunia perbankan dan luar dunia perbankan. Dari perkembangan faktor internal dan eksternal dunia perbankan menyebabkan kondisi perbankan di Indonesia dapat dikelompokkan dalam periode 4.⁴⁶

d. Jenis – jenis bank

Adapun beberapa jenis – jenis perbanka yang ada saat ini antara lain :

1) Dilihat dari fungsinya.

Menurut UU Pokok Perbankan No. 7 Tahun 1992 Tentang Perbankan dan diperjelas dengan UU RI No. 10 Tahun 1998 Perbankan berdasarkan fungsinya yaitu:⁴⁷

a) Bank umum

Bank umum merupakan bank yang melaksanakan kegiatan usahanya berbasis konvensional ataupun berbasis prinsip syariah yang kegiatannya memberikan jasa yang ditawarkan. Jasa yang diberikan memiliki sifat umum dalam artian mampu menyediakan jasa

⁴⁶ Bustari Muchtar, *Bank dan Lembaga.*, hlm 71-72

⁴⁷ Kasmir, *Pemasaran Bank* (Jakarta : Kencana, 2004) hlm. 18-19

perbankan yang ada. Begitu juga dengan operasionalnya dilakukan diseluruh wilayah Indonesia.

b) Bank Perkreditan Rakyat / BPR

BPR merupakan bank yang menjalankan kegiatan usahanya secara konven maupun syariah. Kegiatan dalam BPR tidak menggunakan jasa pembayaran. Dalam artian lain jasa yang ditawarkan BPR lebih sempit atau minim apabila dibandingkan dengan jasa yang diberikan bank umum.

2) Dilihat dari kepemilikannya.

Beberapa jenis bank berdasarkan kepemilikannya yaitu⁴⁸:

a) Bank Pemerintah atau Bank Umum Milik Negara

Bank yang hanya dapat didirikan berdasarkan undang – undang. Bank yang dimiliki pemerintah ini akte pendiriannya maupun modal dalam bank ini sepenuhnya milik pemerintah Indonesia sehingga semua keuntungan yang didapat bank dimiliki pemerintah.

b) Bank Swasta Nasional

Bank yang dimiliki swasta ini sebagian sahamnya ini dimiliki pihak swasta nasional, akte pendiriannya sepenuhnya didirikan oleh swasta begitu juga dengan keuntungannya dimiliki pihak swasta. Bank ini didirikan apabila sudah mendapatkan izin dari Menteri Keuangan.

c) Bank Koperasi

⁴⁸ Rani Apriani dan Hartanto, *Hukum Perbankan dan Surat Berharga*, (Yogyakarta : CV Budi Utama, 2019) hlm 34 -35

Bank yang dimiliki koperasi ini sahamnya sebagian di miliki perusahaan yang badan hukumnya juga koperasi.

d) Bank Asing

Bank asing ini merupakan bank dengan akte kelahiran 100 % sahamnya dimiliki pihak luar negeri. Bank ini merupakan cabang yang sudah ada diluarnegeri dan dikembangkan di Indonesia baik dimiliki swasta asing ataupun pemerintahan asing.

e) Bank Campuran

Bank campuran jenis ini merupakan bank yang sahamnya dimiliki dua pihak dalam negeri maupun luar negeri . yang artinya bank campuran ini sahamnya dari pihak asing danpihak swasta nasional, adapun kepemilikan saham secara banyak dikuasi atau dipegang oleh pihak swasta nasional.

3) Dilihat dari status.

Adapun jenis bank dari segi status⁴⁹ :

a) Bank Devisa

Bank jenis ini merupakan bank yang sudah memiliki izin dari Bank Indonesia untuk menjalankan operasionalnya transaksi keluar negeri yang berhubungan dengan uang asing.

b) Bank non Devisa

Sedangkan bank jenis ini bank yang belum memiliki izin dari Bank Indonesia untuk melakukan operasionalnya keluar negeri. Sehingga

⁴⁹ Ibid., hlm. 35 - 36

dalam menjalankan operasional transaksinya hanya batas dalam negeri saja.

4) Dilihat dari cara penentuan harga.

Dalam penentuan harga jual maupun beli bank ini terbagi menjadi dua kelompok yaitu bank yang berdasarkan prinsip konvensional atau prinsip syariah⁵⁰.

5) Dilihat dari penciptaan uang giral.

- a) Bank primer adalah bank yang mampu menciptakan uang giral dan yang bertindak sebagai bank primer yaitu bank umum.
- b) Bank skunder adalah bank – bank yang tidak bisa menciptakan uang melalui simpanan masyarakat yang ada padanya, karena bank ini hanya bertugas sebagai perantara dalam menyalurkan kredit⁵¹.

4. Bank Syariah

a. Definisi Bank Syariah

Bank Syariah sendiri memiliki sistem operasional yang sangat berbeda dengan bank konvensional. Bank syariah memberikan layanan bebas bunga kepada para nasabahnya yang sering dikenal dengan sistem bagi hasil. Pendirian bank syariah bebas riba ini sukses pada tahun 1967 di mesir. Pada saat itu sistem ini digunakan lembaga pengkreditan dipedesaan

⁵⁰ Kasmir, *Bank dan Lembaga.*, hlm.21

⁵¹ Reni Apriani, *Hukum Perbankan.*, hlm.36

yang bertujuan untuk menjalankan bisnis berdasarkan Islamic Rural Bank.⁵² Dalam sistem operasionalnya bank syariah, pembayaran dan penarikan bunga dilarang dalam semua bentuk transaksi apapun. Bank syariah tidak mengenal sistem bunga, baik bunga yang diperoleh dari nasabah yang meminjam uang atau bunga yang dibayar kepada penyimpan dana (penabung, investor) di bank syariah.

Perbankan syariah ialah lembaga keuangan yang tidak hanya fungsinya seperti halnya bank umum tapi juga menjalankan fungsinya sesuai nilai – nilai Islam sebagai operasionalnya. Segala sesuatu yang menyangkut tentang semua yang bersangkutan dengan bank syariah dan unit usaha syariah, mencakup kelembagaan, kegiatan usaha, serta cara dan proses dalam melaksanakan kegiatan usahanya yang menganut prinsip syariah.⁵³ Bank syariah memiliki fungsi yang sama dengan bank konvensional yaitu menghimpun dana dari masyarakat yang berbentuk titipan atau investasi dari pihak pemilik dana lain, menyalurkan dana pada pihak lain yang sedang membutuhkan dalam bentuk jual beli atau kerja sama dalam bentuk berusaha.⁵⁴

Bank syariah juga memberikakan jasa berdasarkan konsep transaksi yang modern dan maju. Bank syariah merupakan salah satu lembaga intermediasi antara investor yang telah menginvestasikan dananya di bank tersebut kemudian bank menyalurkan dananya kembali kepada

⁵² Adiwarmanto Kharim, *Bank Islam Analisis Fiqh dan Uang*, (Jakarta : Rajawali Pers, 2011) hlm. 23

⁵³ Irwan Misbah. *Bank Syariah, Kualitas Layanan, Kepuasan dan Kepercayaan* (Makasar : Alaudin Pers, 2013) hlm. 3

⁵⁴ Ismail, *Perbankan Syariah.*, hlm.23

pihak lainnya yang membutuhkan dana, investor yang telah menempatkan dananya akan mendapatkan imbalan tersendiri dari bank dalam bentuk bagi hasil ataupun bentuk lain yang sesuai dalam prinsip syariah. Bank syariah yang menyalurkan dana kepada pihak yang sedang membutuhkan pada umumnya transaksi yang berbentuk akad jual beli atau kerja sama dalam bentuk usaha. Imbalan yang akan diperoleh dalam margin keuntungan berbentuk bagi hasil atau berbentuk lainnya yang telah disepakati yang sesuai dengan syariah Islam⁵⁵.

Bank syariah adalah lembaga keuangan yang dalam kegiatannya berprinsip pada hukum Islam yang didalam kegiatannya tidak ada beban bunga atau tidak membayar bunga. Imbalan yang akan diterima oleh perbank syariah atau yang akan dibayarkan kepada nasabahnya tergantung dari akad perjanjian antara pihak nasabah dan bank tersebut di awal. Perjanjian atau akad di perbankan syariah harus lah sesuai pada syarat atau rukun akad yang sebagaimana telah diatur dalam syariah Islam.⁵⁶

b. Peranan Bank Syariah

Adapun beberapa peran yang dijalankan bank syariah yaitu:⁵⁷

1) Untuk menyimpan dana

Dalam sistem bank syariah menerapkan bagi hasil pada nasabah yang sudah menyimpan uangnya di bank syariah, dalam hal ini

⁵⁵ Sutan Reny Sjahdeini, *Perbankan Islami*, (Jakarta : PT. Pustaka Utama Grafiti, 1999) hlm. 10

⁵⁶ Ismail, *Perbankan Syariah.*, hlm.23-26

⁵⁷ Arviyan Arivin, *Islamic Banking Sebuah Teori Konsep dan Aplikasi*, (Jakarta : Bumi Aksara, 2010) hlm.219-223

nasabah mengetahui porsi bagi hasil yang didapat dari menabung di bank tersebut yang telah menjadi haknya. Dengan begitu, apabila menabung di bank syariah secara tidak langsung telah membantu perekonomian negara yang adil dan saling menguntungkan.

2) Untuk pembiayaan

Bank syariah juga menyediakan keperluan masyarakat dalam meningkatkan perekonomiannya dengan menyediakan pembiayaan atau investasi yang dibutuhkan.

3) Untuk penyediaan jasa

Dalam penyediaan jasa bank syariah menyediakan jasa transaksi yang berbeda antar bank satu dengan bank yang lainnya, sesama perbankan syariah maupun dengan Perbankan konvensional.

4) Untuk memurnikan operasional perbankan syariah untuk meningkatkan kepercayaan kepada masyarakat.

5) Untuk meningkatkan kesadaran umat Islam akan prinsip syariah pada bank syariah sehingga mampu memperluas segmen pasar pada perbankan syariah.⁵⁸

c. Tujuan Bank Syariah

Bank syariah bertujuan untuk meningkatkan kualitas kehidupan sosial ekonomi masyarakat miskin, meminimalisir kesenjangan sosial ekonomi, meningkatkan kualitas dan kegiatan usaha, peningkatan kesempatan kerja,

⁵⁸ Setya Budi Wilarjo, "Pengertian, Peranan, dan Perkembangan Perbankan Syariah Di Indonesia", Jurnal Unimus, Vol. 2, No. 1, 2005, hlm 5

peningkatan pendapatan masyarakat dan meningkatkan partisipasi masyarakat banyak dalam proses pembangunan terutama dalam bidang ekonomi keuangan. Tujuan ini dimaksudkan untuk mengatasi permasalahan ekonomi umat yang sebagian besar enggan berhubungan dengan bank konvensional karena adanya anggapan bahwa bunga bank adalah riba.⁵⁹

Sistem keuangan perbankan syariah untuk memberikan jasa keuangan yang halal kepada komunitas muslim. Selain tujuan khusus ini, institusi perbankan syariah diharapkan dapat memberikan kontribusi yang layak bagi tercapainya tujuan sosio – ekonomi Islam. Target utama ekonomi Islam adalah untuk mensejahterakan , perluasan kesempatan kerja, dan tingkat pertumbuhan ekonomi yang tinggikan ekonomi yang mampu memberikan jaminan keuntungan atau bagi hasil kepada semua pihak yang terlibat.⁶⁰

d. Prinsip – Prinsip Bank Syariah

Aktivitas keuangan dan perbankan dipandang sebagai wahana bagi masyarakat modern untuk membawa mereka kepada pelaksanaan dua ajaran al – Qur’an, yaitu:⁶¹

- 1) Prinsip at – Ta’awan, yaitu saling membantu dan saling bekerja sama di antara anggota masyarakat untuk kebaikan.

⁵⁹ Muhammad, *Lembaga Keuangan Syariah*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2007), hlm 5

⁶⁰ Mervyn K Lewis & Latifa M. Algaud, *PERBANKAN SYARIAH Prinsip, Praktik dan Prospek*, (Jakarta : PT. Serambi Ilmu Semesta, 2007) hlm. 122

⁶¹ Zainul Arifin, *Dasar – Dasar Manajemen Bank Syariah*, (Jakarta : Azkia Plubisher, 2009) hlm. 15

- 2) Prinsip menghindari Al Iktinaz, yaitu menahan uang (dana) dan membiarkannya menganggur dan tidak berputar dalam transaksi yang bermanfaat bagi masyarakat umum.

Adapun prinsip – prinsip utama bank syariah adalah sebagai berikut⁶²:

- 1) Melarang bunga

Bunga secara keras dilarang dalam Islam dan dipahami sebagai haram (tidak diizinkan). Islam melarang kaum muslim untuk menerima atau memberi bunga.

- 2) Pembagian yang seimbang

Bank menyediakan dana untuk modal dengan wirausaha dimana pemberi pinjaman dan peminjam harus berbagi resiko bisnis secara seimbang dan pembagian keuntungan sesuai akad.

- 3) Melarang gharar

Sistem bank syariah melarang penimbunan dan melarang transaksi yang memiliki karakteristi *gharar* (ketidakpastian yang tinggi) dan *maysir* (judi).

- 4) Menjalankan bisnis dan aktivitas perbankan yang berbasis pada perolehan keuntungan yang sah menurut syariah.⁶³

- 5) Kontrak yang suci

Bank syariah memegang tanggung jawab kontrak dan berkewajiban memberikan informasi secara utuh. Pihak yang disebut dalam

⁶² Mervyn K Lewis, *Perbankan Syariah, Prinsip.*, hlm 128 - 130

⁶³ Arviyan Arivin, *Islamic Banking.*, hlm. 16

kontrak harus memiliki pengetahuan yang baik tentang produk yang dimaksud untuk dipertukarkan sebagai hasil dari transaksi mereka.

e. Produk – produk bank syariah

Sama halnya dengan bank konvensional, bank syariah juga menawarkan kepada nasabahnya dengan beragam produk perbankan sesuai dengan fungsinya yaitu : pertama, produk penyaluran dana terdiri dari jual beli (murabahah), sewa (ijarah), dan bagi hasil (mudharabah). Kedua, produk penghimpun dana terdiri dari tabungan, giro dan deposito. Ketiga, produk penyedia jasa terdiri dari hawalah, kafalah, wakalah, rahn, dan qard.⁶⁴

Adapun rincian dari produk perbankan syariah tersebut adalah :

1) Penghimpun dana / *funding*

Produk penghimpun dana di dalam perbankan syariah diwujudkan dalam bentuk simpanan atau investasi yang tujuannya untuk menghimpun dana masyarakat. Adapun jenisnya yaitu⁶⁵:

a) Wadi'ah (tabungan)

Wadi'ah merupakan titipan atau simpanan pada bank syariah. Prinsip wadi'ah merupakan titipan murni dari satu pihak ke pihak lain bagi perorangan maupun badan hukum yang harus dijaga dan dikembalikan kapan saja bila sipenitip menghendaki. Bank syariah tidak bertanggung jawab atas segala kehilangan dan kerusakan yang

⁶⁴ Dayyan Yusuf, *Analisis Minat Masyarakat.*, hlm.6

⁶⁵ Gusmail Emmang, Skripsi. "*Faktor – Faktor yang berpengaruh Terhadap Kurangnya Minat Masyarakat Menabung Di Bank Syariah (Studi pada Masyarakat di Kecamatan Rappocini Kota Makasar)*", 2016, hlm. 20

terjadi pada titipan selama hal itu bukan akibat dari kelalaian atau kecerobohan yang bersangkutan dalam memelihara barang atau titipan.

b) Giro wadi'ah

Giro adalah simpanan berdasarkan akad wadiah yang tidak bertentangan dengan prinsip syariah yang penarikannya dapat dilakukan setiap saat dengan menggunakan cek, bilyet giro⁶⁶.

c) Deposito syariah/ rahn

Deposito merupakan simpanan yang sistem penarikannya hanya bisa dilakukan, pada waktu tertentu berdasarkan perjanjian yang disepakati antara pihak nasabah dengan bank syariah.

2) Penyaluran dana / *financing*

Pembiayaan yaitu penyedia dana tagihan yang disamakan dengan itu yang berdasarkan persetujuan atau kesepakatan bank syariah dan pihak lain yang mewajibkan pihak yang di biayai atau yang diberi fasilitas dana untuk mengembalikan kembali dananya tersebut setelah jangka waktu yang disepakati dengan imbalan atau bagihasil yang diperoleh. Produk yang tergabung disini merupakan produk yang memiliki tujuan untuk membiayai atau memenuhi kebutuhan masyarakat, yaitu sebagai berikut:⁶⁷

a) Prinsip bagi hasil

(a) Mudharabah

⁶⁶ Rahmadi Usman, *Produk – Produk dan Akad Perbankan Syariah di Indonesia*, (PT. Citra Aditya Bakti, 2009) hlm 141

⁶⁷ Ibid., hlm 22

Mudharabah merupakan akad kerja sama antara dua pihak pertama menyediakan seluruh modal dan pihak lain menjadi pengelola. Keuntungan dibagi menurut kesepakatan bersama dalam kontrak⁶⁸.

(b) Musyarakah

Dalam bank syariah, modal musyarakah adalah kerjasama pendanaan. Dimana dalam kerjasama ini masing – masing pihak bisa mmberikan dana modal dan para pelaku tidak diharuskan memberikan dana secara sama.⁶⁹

b) Prinsip jual beli

(a) Murabahah

Murabaha adalah pembelian barang dengan pembayaran ditangguhkan, pembayaran murabahah ini pembiayaan yang diberikan kepada nasabah dalam rangka pemenuhan kebutuhan produksi.⁷⁰

(b) Salam

⁶⁸ Syafii Antonio, *Bank Syariah dari Teori ke Praktik*, (Jakarta : Gema Insani, 2001) hlm.95

⁶⁹ Jaka susila, “*Fiduciary dalam Produk –Produk Perbankan Syariah*”, *Jurnal Ilmu Syariah dan Hukum*, vol. 1 No. 2. 2016, hlm. 136

⁷⁰ *Ibid.*, hlm 142

Salam adalah transaksi jual beli suatu barang yang cara pemesanannya dengan syarat tertentu dan pembayarannya terlebih dahulu secara tunai.

(c) Istihna'

Istihna' adalah transaksi jual beli suatu barang dengan sistem transaksi pemesanan dahulu lalu membayar.

c) Prinsip sewa – menyewa

(a) Ijarah

Ijarah adalah kesepakatan atas pemindahan hak guna atas barang ataupun jasa melalui sistem sewa tanpa di ikuti pemindahan kepemilikan atas barang yang disewa tersebut. Dalam hal ini pihak bank syariah menyewakan peralatan kepada nasabahnya dengan biaya yang telah disepakati pada awal akad.

(b) Ijarah muntahiyah bittmalik

Ijarah muntahiyah bittmalik yaitu transaksi sewa menyewa antara pemilik objek sewa dan penyewa untuk mendapatkan

imbalan atas objek sewa yang disewakan dengan opsi perpindahan hak milik objek sewa.⁷¹

3) Pelayanan jasa / *service*

Pola konsumsi dan pola simpanan yang di ajarkan Islam tentang kelebihan pendapatan yang harus diproduktifkan berbentuk investasi⁷². maka dari itu, bank syariah menawarkan tabungan investasi yang disebut simpanan mudarabah atau simpanan bagi hasil atas usaha bank. Untuk dapat menghasilkan usaha, bank syariah menawarkan jasa – jasa perbankan kepada masyarakat dalam bentuk pembiayaan untuk berbagi kegiatan investasi atas dasar bagi hasil, pembiayaan untuk berbagi kegiatan perdagangan, pembiayaan pengadaan barang untuk disewakan atau disewa belikan, pemberian pinjaman tunai untuk kebajikan (qard), dan fasilitas – fasilitas perbankan umumnya yang tidak bertentangan dengan syariat Islam seperti jasa untuk memperoleh balas jasa yaitu : pemberian jaminan (kafalah), pengalihan tagihan (hiwalah), pelayanan khusus (jualah), pembukuan (wakalah) dan lain – lainnya.

⁷¹ Santoso dan Ulfah Rahmawati, “Produk Kegiatan Usaha Perbankan Syariah Dalam Mengembangkan UMKM di Era Masyarakat Ekonomi Asean”. Jurnal Penelitian, Vol. 10. No. 2, 2016, hlm. 334

⁷² Ibid., hlm.335

5. Nasabah

a. Definisi nasabah

Dalam kamus umum bahasa Indonesia nasabah di definisikan sebagai pertalian, perhubungan, orang yang menjadi langganan sebuah bank, orang yang menjadi anggota lembaga keuangan. Sedangkan pengertian nasabah menurut undang – undang nomer 7 tahun 1992 tentang perbankan disebutkan bahwa nasabah adalah pihak yang menggunakan jasa bank. Dari pengertian diatas penulis menyimpulkan nasabah adalah orang yang menjadi langganan sebuah bank karena uangnya diputarakan melaluibank.⁷³

b. Jenis – jenis nasabah

- 1) Nasabah penyimpan yaitu nasabah yang menempatkan dananya di bank syariah dalam bentuk simpanan berdasarkan akad antara bank syariah dan nasabah yang bersangkutan⁷⁴.
- 2) Nasabah investor yaitu nasabah yang menempatkan dananya di bank syraiah dalam bentuk investasi berdasarkan akad antara bank syariah dan anasabah yang bersangkutan.
- 3) Nasabah penerima fasilitas yaitu nasabah yang memperoleh fasiltas dana atau yang dipersamakan dengan itu, berdasarkan prinsip syariah.

⁷³ Soegeng Wayoedi, *Loyalitas Nasabah Bank Syariah*, (Yogyakarta: CV Budi Utama, 2019), hlm. 22-23.

⁷⁴ *Ibid.*, hlm.23

B. Penelitian Terdahulu

1. Penelitian Gusmail yang bertujuan untuk mengetahui “Faktor – Faktor yang Berpengaruh terhadap Kurangnya Minat Masyarakat Menabung di Bank Syariah (Studi pada masyarakat di Kecamatan Rappocini Kota Makasar)”.⁷⁵

Dengan metode penelitian kuantitatif.

Persamaan dalam penelitian ini yaitu sama – sama menganalisis faktor – faktor yang mempengaruhi kurangnya minat masyarakat pada Perbankan Syariah. Sedangkan perbedaan pada penelitian ini yaitu yang diteliti oleh emmang pokok permasalahan dalam penelitiannya yaitu kurangnya minat masyarakat menabung di Perbankan Syariah. Dan metode penelitian yang berbeda yaitu kualitatif dan kuantitatif. Lalu rumusan masalahnya juga berbeda, rumusan masalah pada penelitian ini lebih luas karena mencakup pengaruh lokasi, pelayanan, prodak dan pengetahuan. Data dalam penelitian ini di ambil dari sampel 100 responden. Pada penelitian saya mengambil pokok permasalahan yaitu kenapa nasabah tidak minat (pada produk yang ditawarkan) pada bank syariah.

Hasil penelitian : adapun hasil dalam penelitian ini adalah faktor yang mempengaruhi kurangnya minat masyarakat Rappocini untuk menabung dibank syariah adalah kurang pengetahuan masyarakat mengenai perbankan syariah, pelayanan dan produk bank syariah dinilai masih rendah, dan lokasi yang masih jauh dengan pemukiman masyarakat Rappocini. Perbedaan yang sedang dikaji adalah faktor yang mempengaruhi kurangnya minat

⁷⁵ Emmang Gusmail, Skripsi, “Faktor – Faktor yang Berpengaruh terhadap Kurangnya Minat Masyarakat Menabung di Bank Syariah”, (Makasar : 2017).

masyarakat Durenan pada bank syariah yaitu pengetahuan yang minim, jaringan kantor yang tidak luas, persaingan antar lembaga, dan promosi yang tidak maksimal.

2. Penelitian Syamsudin yang bertujuan untuk mengetahui “Analisis Minat Masyarakat Terhadap Produk Perbankan Syariah di Kabupaten Tangerang”⁷⁶. Dengan metode penelitian kualitatif.

Persamaannya, sama – sama meneliti dalam lingkup Perbankan Syariah. Dan sama – sama membahas kurangnya perhatian masyarakat pada Perbankan Syariah. Sedangkan perbedaannya yaitu penelitian Ahmad dilakukan dengan detail dengan meneliti seberapa puas nasabah Perbankan syariah. Dan penelitian ini lebih spesifik pada produknya. Perbedaan selanjutnya terletak pada penelitian tentang minat dan kurangnya minat.

Hasil penelitian : adapun hasil dalam penelitian ini adalah pengetahuan dan agama memiliki pengaruh signifikan pada minat masyarakat memilih produk perbankan syariah.

3. Penelitian Winarni yang bertujuan untuk mengetahui “Analisis Faktor – Faktor yang Mempengaruhi Rendahnya Minat Masyarakat Terhadap Lembaga Keuangan Syariah”⁷⁷. Dengan metode penelitian kuantitatif.

Persamaan dalam penelitian ini sama – sama fokus pada faktor kurangnya minat masyarakat. Sedangkan perbedaannya, dalam penelitian meyka mencakup semua lembaga keuangan yang berbasis syariah berbeda

⁷⁶ Ahmad Syamsudin, Skripsi, “Analisis Minat Masyarakat Terhadap Perbankan Syariah di Kabupaten Tangerang”, (Tangerang : 2017).

⁷⁷ Meyka Cahyaningrum Winarni, Skripsi, “Analisis Faktor – Faktor yang Mempengaruhi Rendahnya Minat Masyarakat Terhadap Lembaga Keuangan Syariah”, (Yogyakarta: 2015).

dengan penelitian saya yang hanya mencakup satu lembaga keuangan syariah yaitu perbankan syariah.

Hasil penelitian : adapun hasil dari penelitian ini adalah variabel layanan dan pengetahuan berpengaruh positif dan signifikan pada keminatan masyarakat untuk menggunakan lembaga keuangan syariah. Sedangkan religiusitas juga memiliki pengaruh positif tetapi tidak signifikan pada minat menggunakan lembaga keuangan syariah.

4. Penelitian Sabani yang bertujuan untuk mengetahui “Analisis Faktor – Faktor yang mempengaruhi rendahnya minat masyarakat muslim menabung pada bank syariah di kota Palopo”⁷⁸. Dengan metode penelitian kuantitatif.

Persamaanya sama – sama dalam lingkungan yang kurang meluas kantor perbankan syariahnya yang dibandingkan luas kabupaten. Sama sama meneliti bank Syariah yang hanya terdapat satu pada kota tersebut. Sedangkan perbedaannya, masyarakat yang diteliti fokus pada muslim. Dan dalam penelitian ini memfokuskan pada minat menabung masyarakat. Metode penelitian yang digunakan kuantitatif sedangkan saya menggunakan metode kualitatif.

Hasil penelitian : adapun hasil dalam penelitian ini adalah faktor minat psikologis dan rasionalis yang terdiri dari variabel motivasi, sikap, belajar, persepsi, dan tingkat keuntungan nisbah memiliki hubungan yang kuat dan berpengaruh secara signifikan terhadap minat masyarakat menabung di bank

⁷⁸ Akbar Sabani, Thesis, “Analisis Faktor – Faktor yang Mempengaruhi Rendahnya Minat Masyarakat Muslim Menabung pada Bank Syariah di Kota Palopo”, (Makasar : 2012).

syariah. Tetapi variabel tingkat keuntungan nisbah yang dominan pengaruhnya terhadap rendahnya minat masyarakat.

5. Penelitian Rahmawati yang bertujuan untuk mengetahui “Analisis Faktor Penyebab Rendahnya Minat Masyarakat Memilih Prodak Pembiayaan Pada Bank Syariah”⁷⁹. Dengan metode penelitian kualitatif.

Persamaannya, masih fokus pada pokok permasalahan yaitu minat nasabah. Sedangkan perbedaannya yaitu target pada penelitian yang berbeda yaitu kurangnya minat memilih prodak pembiayaan dengan kurangnya minat untuk menjadi nasabah di bank syariah.

Hasil penelitian : adapun hasil dalam penelitian ini adalah faktor lingkungan, biaya, prodak, proses, pesaing, promotian, margin, dan minat individu mempengaruhi keputusan masyarakat untuk tidak memilih produk pembiayaan yang ditawarkan oleh bank syariah Indonesia.

6. Penelitian Sholihah yang bertujuan untuk mengetahui “Analisis Faktor – Faktor yang Mempengaruhi Persepsi Masyarakat Tentang Perbankan Syariah Di Kecamatan Selong Kabupaten Lombok Timur”⁸⁰. Dengan metode penelitian kuantitatif.

Persamaannya, pada penelitian ini sama – sama mengetahui seberapa luas pengetahuan masyarakat tentang bank syariah. Sedangkan perbedaannya yaitu pada penelitian ini hanya fokus pada persepsi masyarakat dan masyarakat yang diteliti.

⁷⁹ Endah Nur Rahmawati, Nur Khafid, dan Taufiq Wijaya, Jurnal, “Analisis Faktor Penyebab Rendahnya Minat Masyarakat Memilih Produk Pembiayaan pada Bank Syariah”, (Jawa Tengah : 2017).

⁸⁰ Isfi Sholihah, Skripsi, “Analisis Faktor – Faktor yang Mempengaruhi Persepsi Masyarakat Tentang Perbankan Syariah di Kecamatan Selong Kabupaten Lombok Timur”, (Lombok : 2015)

Hasil penelitian : adapun hasil dalam penelitian ini adalah pendidikan, usia dan pelayanan memiliki hubungan signifikan dan positif terhadap persepsi masyarakat umum tentang perbankan syariah.

7. Penelitian Amalia yang bertujuan untuk mengetahui “ Analisis Pengaruh Pengetahuan, Religiusitas, Promosi dan Tingkat Pendapatan Terhadap Minat Masyarakat Menjadi Nasabah di Bank Syariah (Studi Kasus pada Masyarakat Petani Desa Ringinharjo Kecamatan Bantul Kabupaten Bantul)”⁸¹. Dengan metode penelitian kuantitatif.

Persamaannya dalam penelitian ini tentang minat masyarakat menjadi nasabah di bank syariah, sedangkan perbedaan pada penelitian ini studi kasus pada penelitian ini hanya mencakup masyarakat yang mata pencahariannya petani. Metode pada penelitian ini menggunakan metode kuantitatif.

Hasil penelitian : adapun hasil dalam penelitian ini adalah faktor pengetahuan, religiusitas, promosi dan tingkat pendapatan mempengaruhi minat masyarakat untuk menjadi nasabah di bank syariah .

8. Penelitian Indri yang bertujuan untuk mengetahui “Faktor – Faktor yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Menabung di Bank Syariah (Studi Kasus

⁸¹ Ratna Rizky Amalia, Skripsi, “Analisis Pengaruh Pengetahuan, Religiusitas, Promosi dan Tingkat Pendapatan, Terhadap Minat Masyarakat Menjadi Nasabah di Bank Syariah (Studi Kasus pada Masyarakat Petani Desa Ringinharjo Kecamatan Bantul Kabupaten Bantul)”, (Jawa Tengah : 2018).

Pada Masyarakat di Kecamatan Rappocini Kota Makasar⁸². Dengan metode penelitian kuantitatif.

Persamaannya dalam penelitian ini tentang minat masyarakat di Bank Syariah dan penelitian dilakukan dilingkup kecamatan. Sedangkan perbedaannya penelitian ini hanya fokus pada faktor minat masyarakat penabung dan jenis dalam metode penelitian ini kuantitatif.

Hasil penelitian : adapun hasil dalam penelitian ini adalah variabel pengetahuan, pelayanan, dan lokasi berpengaruh secara signifikan terhadap minat menabung.

9. Penelitian Utami yang bertujuan untuk mengetahui “Pengaruh Persepsi Masyarakat Tentang Perbankan Syariah Terhadap Minat Menabung di Bank Syariah (Studi Kasus Pada Masyarakat Muslim Kuman Wijirejo Pandak Bantul)”⁸³. Dengan metode penelitian kuantitatif.

Persamaannya yaitu pengaruh masyarakat terhadap perbankan syariah. Sedangkan perbedaannya yaitu dalam penelitian ini hanya meneliti masyarakat muslim yang minat pada bank syariah dan dalam metode penelitian ini yaitu kuantitatif. Dan perbedaan selanjutnya penelitian ini fokus pada pengaruh persepsi masyarakat tentang bank syariah.

⁸² Irnawati Indi, Skripsi, *Faktor – Faktor yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Menabung di Bank syariah (Studi Kasus pada Masyarakat di Kecamatan Rappocini Kota Makasar*”, (Makasar : 2019).

⁸³ Dwi Ana Ratna Utami, Skripsi, *“Pengaruh Persepsi Masyarakat Tentang Perbankan Syariah Terhadap Minat Menabung di Bank Syariah (Studi Kasus Pada Masyarakat Muslim Kuman Wijirejo Pandak Bantul)”*, (Jogjakarta : 2017)

Hasil penelitian : adapun hasil dalam penelitian ini adalah persepsi masyarakat mengenai perbankan syariah memiliki pengaruh yang positif dan signifikan pada minat menabung di bank syariah.

10. Penelitian Magfiroh yang bertujuan untuk mengetahui “Analisis Faktor – Faktor yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Masyarakat Untuk Menabung (Studi Kasus Pada Nasabah BMT AN-Nur Rewwin Sidoarjo)”⁸⁴. Dengan metode penelitian kuantitatif.

Persamaan dalam penelitian ini yaitu masih dalam lingkup yang mempengaruhi minat masyarakat. Sedangkan perbedaannya yaitu pada penelitian hanya meneliti nasabah BMT An- Nur Rewwin Sidorjo dan penelitian ini tidak bank syariah melainkan koperasi syariah. Selain itu perbedaannya penelitian ini menggunakan metode kuantitatif, dan penelitian ini menjelaskan secara rinci faktor yang mempengaruhi minat nasabah pada BMT An – Nur Rewwin Sidoarjo.

Hasil penelitian : adapun hasil dalam penelitian ini adalah semua indikator memiliki pengaruh terhadap minat nasabah untuk menabung, tetapi faktor reputasi yang paling dominan dalam pengaruh minat masyarakat untuk menabung.

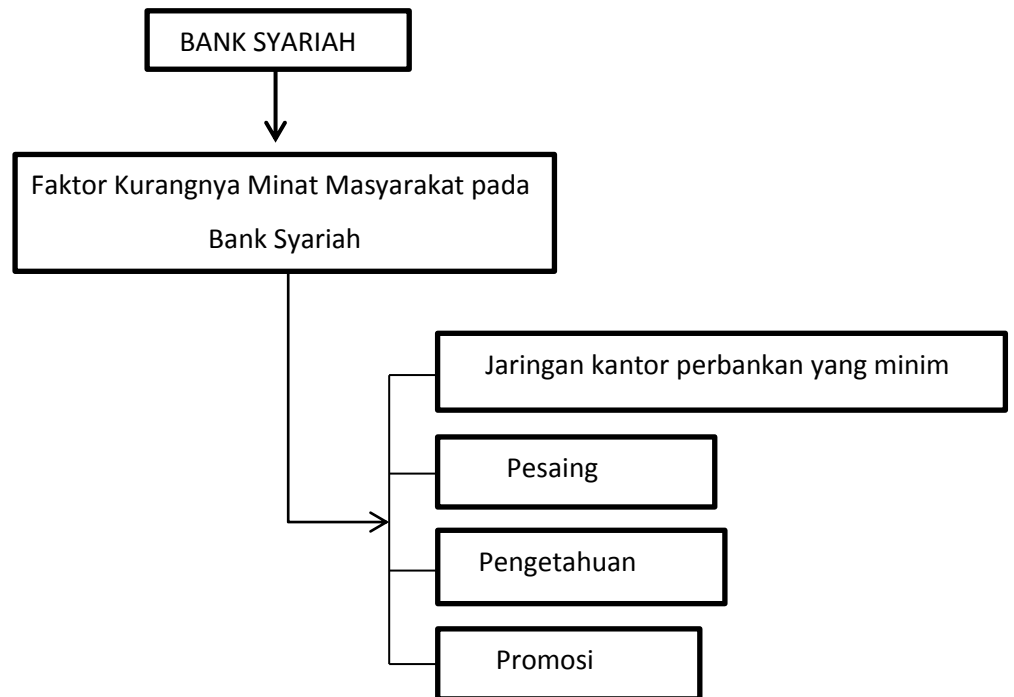
⁸⁴ Nur Layli Magfiroh, Skripsi, “Analisis Faktor – Faktor yang Mempengaruhi Minat Masyarakat untuk Menabung (Studi Kasus pada Nasabah BMT AN – Nur Rewin Sidoarjo)”, (Sidoarjo : 2018).

Dari beberapa uraian mengenai penelitian terdahulu di atas, maka dapat di ringkas sebagai berikut:

NO	PENGARANG	JUDUL PENELITIAN	INDIKATOR MINAT
1	Emmang Gusmail, UIN Alaudin Makasar, 2017	Faktor – faktor yang berpengaruh terhadap kurangnya minat masyarakat menabung di bank syariah (studi pada masyarakat Kecamatan Rappocini Kota Makasar)	<ul style="list-style-type: none"> - Pengetahuan - Pengaruh layanan - Pengaruh lokasi - Pengaruh produk
2	Ahmad Syamsudin, UIN Syarif Hidayatulloh Jakarta, 2017	Analisis minat masyarakat terhadap produk perbankan syariah di Kabupaten Tangerang	<ul style="list-style-type: none"> - Pengetahuan - Agama - Lokasi - Bagi hasil
3	Meyka Cahyaningrum Winarni, Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, 2015	Analisis faktor – faktor yang mempengaruhi rendahnya minat masyarakat terhadap lembaga keuangan syariah	<ul style="list-style-type: none"> - Religius - Pengetahuan - Pelayan
4	Akbar Sabani, UIN Alaudin Makasar, 2012	Analisis faktor – faktor yang mempengaruhi rendahnya minat masyarakat muslim menabung pada bank syariah di Kota Palopo	<ul style="list-style-type: none"> - Faktor psikologi: motivasi, belajar, sikap, dan persepsi - Faktor rasionalis: keuntungan dan perhitungan bisnis
5	Endah Nur Rahmawati, Nur Khasid, Taufiq Wijaya, IAIN Surakarta, 2017	Analisis faktor penyebab rendahnya minat masyarakat memilih prodak pembiayaan pada bank syariah	<ul style="list-style-type: none"> - Dimensi lingkungan, jauh dekatnya lokasi bank syariah - Dimensi biaya, kemampuan bank untuk memenuhi keperluan nasabah - Dimensi produk, produk pembiayaan sistem jual beli dan sewa - Dimensi proses, prosedur atau aturan yang ditetapkan bank syariah - Dimensi pesaing, kompetitor dilihat dari mayoritas produk yang ditawarkan bank lain - Dimensi personal trait, sikap dan pelayan pegawai - Dimensi promotion,

			pengenalan produk yang ditawarkan bank
NO	PENGARANG	JUDUL PENELITIAN	INDIKATOR MINAT
6	Isfi Sholihah, STKIP Hamzanwadi, 2015	Analisis faktor – faktor yang mempengaruhi persepsi masyarakat tentang perbankan syariah di Kecamatan Selong Kabupaten Lombok Timur	<ul style="list-style-type: none"> - Pendidikan - Usia - Pelayanan
7	Ratna Rizky Amalia, UIN Sunan Kalijaga, 2018	Analisis pengaruh pengetahuan, religiusitas, promosi dan tingkat pendapatan terhadap minat masyarakat menjadi nasabah di bank syariah. (Studi kasus pada masyarakat petani desa Ringinharjo kecamatan Bantul kabupaten Bantul)	<ul style="list-style-type: none"> - Pengetahuan - Religiusitas - Promosi - Tingkat pendapatan
8	Irnawati Indri, Universitas Negeri Makasar. 2019	Faktor – faktor yang mempengaruhi minat masyarakat menabung di bank syariah (studi kasus pada masyarakat Kecamatan Rappocini Kota Makasar)	<ul style="list-style-type: none"> - Pengetahuan - pelayanan - lokasi
9	Dwi Ana Ratna Utami, UIN Sunan Kalijaga Jogjakarta, 2017	Pengaruh persepsi masyarakat tentang perbankan syariah terhadap minat menabung di bank syariah (studi kasus pada masyarakat muslim Kuman Wijirejo Pandak Bnatul)	<ul style="list-style-type: none"> - pengetahuan - peraturan perbankan - SDM yang dimiliki keahlian bank masih sedikit
10	Nur Layli Magfiroh, UIN Sunan Ampel, 2018	Analisis faktor – faktor yang mempengaruhi minat masyarakat untuk menabung (studi kasus pada nasabah BMT AN Nur Rewwin Sidoarjo)	<ul style="list-style-type: none"> - Reputasi, sudah dikenal masyarakat, bagi hasil besar, prodak sesuai prinsip Islam - Lokasi - Pelayan - Referensi, bebas riba dan relasi - Produk

C. Kerangka Konseptual



Berdasarkan kerangka konseptual di atas di landaskan pada teori dan penelitian terdahulu mengenai kurangnya minat masyarakat pada bank syariah yang disebabkan oleh beberapa faktor, antara lain :

1. Jaringan kantor perbankan syariah yang minim didasarkan pada teori Ahmad Sarwat⁸⁵ dan penelitian terdahulu Endah Nur Rahmawati.⁸⁶
2. Pesaing didasarkan pada teori Ismail⁸⁷ dan penelitian terdahulu Endah Nur Rahmawati.⁸⁸

⁸⁵ Ahmad Sarwat, *Hukum Bermuamalah.*, hlm.46

⁸⁶ Endah Nur Rahmawati, *Analisis Faktor Penyebab.*, hlm. 9

⁸⁷ Ismail, *Perbankan Syariah.*, hlm. 102

⁸⁸ Endah Nur Rahmawati, *Analisis Faktor Penyebab.*, hlm. 11

3. Pengetahuan didasarkan pada teori Sukijo Notoadmojo⁸⁹ dan penelitian terdahulu Emang Gusmail⁹⁰, Ahmad Syamsudin⁹¹, Meyka Cahyaningrum Winarni⁹², Ratna Ryzkya Amalia⁹³, dan Irnawati Indri⁹⁴.
4. Promosi didasarkan pada teori Kasmir⁹⁵ dan penelitian Terdahulu Endah Nur Rahmawati⁹⁶, Ratna Rizkya Amalia⁹⁷.

⁸⁹ Sukijo Notoadmodjo, *Metodologi* ., hlm. 27

⁹⁰ Gusmail Emmang, *Faktor – Faktor yang berpengaruh.*, hlm. 42

⁹¹ Ahmad Syamsudin, *Analisis Minat Masyarakat Terhadap.*, 47

⁹² Meyka Cahyaningrum, *Analisis Faktor – Faktor.*, hlm. 18

⁹³ Ratna Rizkya, *Analisis Pengaruh Pengetahuan.*, hlm. 4

⁹⁴ Irnawati Indi, *Pengaruh Persepsi Masyarakat.*, hlm. 9

⁹⁵ Kasmir, *Pemasaran.*, hlm. 175

⁹⁶ Endah Nur Rahmawati, *Analisis Faktor Penyebab.*, Hlm. 12

⁹⁷ Ratna Rizkya Amalia, *Analisis Pengaruh Pengetahuan.*, hlm. 6