

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Kualitas Pelayanan

1. Pengertian

Keunggulan yang ada dalam suatu layanan disebut kualitas pelayanan. Kualitas diartikan sebagai kesan konsumen terhadap jasa layanan yang diberikan oleh karyawan secara menyeluruh.¹⁶ Kualitas harus diawali dari keperluan konsumen dan akhirnya memberikan kesan pada pelanggan yang dimana kualitas yang bagus tidaklah bersudut pandang atau persepsi pihak penyedia jasa saja, tetapi juga berdasarkan pada pelanggan. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, tingkat baik buruknya sesuatu dan tingkat keunggulan, serta menjadi ukuran relatif kebaikan disebut sebagai kualitas.¹⁷ Dari pengertian tersebut dapat ditarik pemahaman jika barang dan jasa akan diukur berkualitas jika bisa merealisasikan keinginan pelanggan tersebut.

Menurut Parasuraman dalam Rambat Lupiyoadi menerangkan kualitas pelayanan merupakan kegiatan pelayanan yang diberikan, apakah memiliki perbedaan yang jauh dari kenyataan yang diharapkan pelanggan.¹⁸ Menurut Tjipjono, kualitas pelayanan (*service quality*) bisa dilihat dengan cara

¹⁶ Asmara Indahingwati, *Kepuasan Konsumen Pada Kualitas Layanan SIM Keliling*, (Surabaya: CV Jaked, 2019), hlm.13

¹⁷ Tony Wijaya, *Manajemen Kualitas Jasa*, (Jakarta : PT Indeks, 2017), hlm.11

¹⁸ Rudy Haryanto, *Manajemen Pemasaran Bank Syariah Teori dan Praktik*, (Pamekasan : Duta Media Publishing, 2020)

membandingkan kesan konsumen atas layanan yang diterima atau diperoleh sesuai dengan yang mereka harapkan atau inginkan terhadap aspek-aspek layanan perusahaan.¹⁹

Sedangkan Parasuraman menyatakan kualitas layanan adalah ukuran penilaian secara menyeluruh atas suatu layanan yang baik dimana jasa yang diterima atau dirasakan lebih memiliki rasa kesenangan dibanding dengan harapan yang sebelumnya. Dengan begitu akan memunculkan suatu kepuasan tersendiri terhadap pelayanan yang diberikan, tetapi sebaliknya jika jasa yang diterima atau diperoleh para konsumen kurang dari harapan maka kualitas pelayanannya dianggap memiliki kualitas yang buruk atau bisa dikatakan pelayanannya kurang memuaskan.

Bentuk layanan di perbankan sangatlah penting untuk menjadikan timbulnya kepuasan kepada nasabahnya. Layanan adalah standart bagi nasabah untuk menjadikan dirinya tetap bermitra dengan bank tersebut atau tidak. Maka dari itu, bank tetap harus memberikan layanan yang dibutuhkan nasabah. Di saat era seperti ini, kompetisi lingkup perbankan menjadi sangat tinggi atau sengit. Dengan begitu, bank harus tetap bisa memberikan sebuah layanan yang terbaik bagi nasabah agar nasabah menjadi tertarik dan juga nasabah menjadi lebih banyak yang menjadikan bank tersebut tetap terus berjalan dan merealisasikan tujuan yang diharapkan. Jangan sampai bank

¹⁹ Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran*, (Yogyakarta: Andi Offset, 2016),.hlm.72

memberikan kekecewaan terhadap nasabahnya karena jika hal tersebut terjadi maka bank akan kehilangan nasabah.²⁰

2. Kualitas Pelayanan dalam Prespektif Islam

Pelayanan yang diberikan haruslah sesuai dengan syariat Islam yang sesuai ajaran umat muslim, yang dimana bukan hanya saja untuk menghasilkan sebuah kepuasan namun juga menunjukkan ketakwaan untuk sebuah nilai dari ibadah. Allah mengatakan dalam Al-Qur'an surat Al-Isra' ayat 7 yaitu:

إِنْ أَحْسَنْتُمْ أَحْسَنْتُمْ لِأَنْفُسِكُمْ وَإِنْ أَسَأْتُمْ فَلَهَا فَإِذَا جَاءَ وَعْدُ الْآخِرَةِ لِيَسْتَوْا وَجُوهَكُمْ
وَلِيَدْخُلُوا الْمَسْجِدَ كَمَا دَخَلُوهُ أَوَّلَ مَرَّةٍ وَلِيُتَبِّرُوا مَا عَلَوْا تَتْبِيرًا

Artinya: “jika kamu berbuat baik (berarti) kamu berbuat baik bagi dirimu sendiri dan jika kamu berbuat jahat, Maka (kejahatan) itu bagi dirimu sendiri, dan apabila datang saat hukuman bagi (kejahatan) yang kedua, (kami datangkan orang-orang lain) untuk menyuramkan muka muka kamu dan mereka masuk ke dalam mesjid, sebagaimana musuh musuhmu memasukinya pada kali pertama dan untuk membinasakan sehabis-habisnya apa saja yang mereka kuasai”.²¹(Q.S Al-Isra’:7)

Hubungannya yakni disaat memberikan sebuah kualitas layanan dengan *service* baik maka akan memberikan keuntungan bagi perusahaan

²⁰ Prof Dr Dra Tatik Suryani, Psi., M.M., Manajemen Strategik Bank di Era Global, (Jakarta: Prenamedia Grup, 2017) hlm.84-86

²¹ Khadim al Haramain asy Syarifain, Al-Qur'an dan Terjemahannya.....hlm.425

karena nasabah akan memiliki rasa nyaman, senang dan dengan senang hati akan menjadi nasabah yang setia atau loyal. Namun, jika sebaliknya pelayanan yang diberikan kepada konsumen kualitasnya rendah, maka nasabah atau konsumen otomatis memiliki rasa kecewa dengan begitu nasabah akan bermitra dengan perusahaan lain.²²

3. Dimensi Kualitas Pelayanan

Menurut Parasuraman et. Al dalam Tjiptono, mengidentifikasi sepuluh dimensi pokok kualitas pelayanan yaitu :

- a. Bukti fisik, merupakan penampilan fisik, peralatan, personil, dan bahan-bahan komunikasi.
- b. Reliabilitas adalah kemampuan memberikan jasa yang dijanjikan secara akurat dan andal.
- c. Daya tanggap adalah kesediaan untuk membantu para pelanggan dan menyampaikan jasa secara cepat.
- d. Kompetensi adalah penguasaan keterampilan dan pengetahuan yang dibutuhkan agar dapat memberikan jasa yang dibutuhkan pelanggan.
- e. Kesopanan adalah sikap santun, respek, perhatian, dan keramahan para staf lini depan.
- f. Kredibilitas adalah sifat jujur dan dapat dipercaya.
- g. Keamanan adalah bebas dari bahaya, resiko, atau keragu-raguan.

²² Vita Nurhayati, *Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Lokasi Terhadap Minat Menjadi Nasabah Di Lembaga Keuangan Mikro Syariah*, (Salatiga: Skripsi tidak diterbitkan, 2016). dalam <http://e-repository.perpus.iainsalatiga.ac.id/> diakses 15 Maret 2021.

- h. Akses adalah kemudahan untuk dihubungi dan ditemui.
- i. Komunikasi adalah memberikan informasi kepada para pelanggan dalam bahasa yang dapat mereka pahami. Serta selalu mendengarkan saran dan keluhan mereka.²³

Parasuraman, et al dalam Tjiptono merangkum sepuluh dimensi menjadi lima dimensi utama, yaitu:

- a. Reliabilitas (*Reliability*), yaitu kemampuan untuk memberikan pelayanan dijanjikan dengan segera, akurat, dan memuaskan.
- b. Daya tanggap (*Responsiviness*), yaitu keinginan para staf untuk membantu para pelanggan dan memberikan layanan dengan tanggap.
- c. Jaminan (*Assurance*), mencakup pengetahuan, kompetensi, kesopanan dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki para staf, bebas dari bahaya, resiko atau keragu-raguan.
- d. Empati (*Emphaty*), meliputi kemudahan dalam menjalin relasi, komunikasi yang baik, perhatian pribadi, dan pemahaman atas kebutuhan individual para pelanggan.
- e. Bukti fisik (*Tangibles*), meliputi fasilitas fisik, perlengkapan, pegawai, dan sarana komunikasi.²⁴

²³ Lailatus Sa'dah dan Abdullah Fajarul M, *Kualitas Layanan, Harga, dan Citra Merk Serta Pengaruhnya terhadap Kepuasan Konsumen*, (Jombang: LPPM Universitas KH. A. Wahab Hsbunallah, 2020),,hlm.10

²⁴ Lailatus Sa'dah dan Abdullah Fajarul M, *Kualitas Layanan, Harga, dan Citra Merk Serta Pengaruhnya terhadap Kepuasan Konsumen*, (Jombang: LPPM Universitas KH. A. Wahab Hsbunallah, 2020),,hlm.11

4. Ciri-ciri Pelayanan yang Baik

Saat memberikan layanan kepada nasabah atau anggota, hal yang perlu diperhatikan yaitu tingkat kepuasan terhadap layanan yang diberikan. Berikut yang harus dilakukan semua karyawan saat memberikan pelayanan kepada anggota maupun nasabah diantaranya:²⁵

- a. Terdapat Karyawan yang Berperilaku Baik
- b. Adanya Sarana dan Prasarana yang Baik
- c. Memiliki Tanggung Jawab
- d. Dapat Memberikan Pelayanan Secara Cepat dan Tepat
- e. Bisa Berkomunikasi dengan baik
- f. Memberikan Jaminan Kerahasiaan Setiap Transaksi
- g. Mempunyai Pengetahuan dan Kemampuan secara Baik
- h. Selalu Memahami yang dibutuhkan Nasabah
- i. Dapat Memberikan Kepercayaan Kepada Nasabah

5. Faktor Penentu Kualitas Pelayanan

Pelayanan merupakan unsur yang tidak dapat dilepaskan dari suatu produk, baik pelayanan sebagai produk inti (jasa murni) maupun pelayanan sebagai pelengkap. Selanjutnya disebutkan bahwa ada beberapa faktor penentu kualitas pelayanan:

²⁵ Kasmir, *Etika Customer Service*, (Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada, 2016)., hlm.33-39

- a. Faktor kesadaran, yang merupakan suatu kesiapan dimana tidak ada pihak yang melaksanakan tugas dalam kegiatan tanpa adanya suatu paksaan atau pamrih.
- b. Faktor utama, terdapat peraturan yang memenuhi suatu aspek sehingga memiliki sikap kewenangan, pengetahuan dan pengalaman dalam melaksanakan tugas dan tanggung jawabnya dengan yang bersangkutan.
- c. Faktor kemampuan dan keterampilan, merupakan faktor kemampuan dan keterampilan yang dimiliki sehingga bisa membantu dalam melaksanakan tugas dan tanggung jawabnya dengan baik.²⁶
- d. Faktor sarana, merupakan faktor yang berhubungan dengan sarana kerja dan fasilitas pendukung.
- e. Faktor organisasi, terkait dengan segala prosedur, metode, untuk menciptakan mekanisme kerja dengan segala bentuk dan jenis kegiatan.²⁷

B. Lokasi

1. Pengertian

Philip Kotler berpendapat jika lokasi adalah tempat untuk melakukan segala kegiatan untuk menjadikan produknya mudah dikonsumsi dan mudah didapatkan. Menjadi pebisnis yang muslim tidak akan pernah melakukan perilaku buruk atau kezaliman terhadap sesama manusia, seperti suap agar

²⁶ H. Nashar, *Kualitas Pelayanan Akan Meningkatkan Kepercayaan Masyarakat*, (Pamekasan: Duta Media Publishing, 2020), hlm. 12

²⁷ *Ibid.*, hlm. 13

produk pasarannya lancar. Saat menentukan tempat, perusahaan yang melakukannya dengan prinsip Islami harus mementingkan lokasi-lokasi yang sesuai target pasar agar dapat menjadi efektif dan efisien. Sedangkan Fandy Tjiptono berpendapat, Tempat perusahaan untuk melakukan kegiatan dan menghasilkan barang dan jasa yang mementingkan segi ekonomi disebut lokasi usaha.²⁸

Lokasi berarti letak maupun tempat suatu benda, dengan keadaan pada permukaan bumi dan dijadikan tempat orang-orang berkunjung. Kaitan lokasi dengan pemasaran yaitu tempat *privat* dan unik dimana lahan tersebut bisa dilakukan untuk kegiatan atau aktivitas. Dengan begitu bisa disimpulkan bahwa lokasi merupakan letak atau tempat dimana orang dapat berkunjung untuk mengonsumsi produk yang disediakan, yang dimana tempat tersebut berada di dalam maupun di luar gedung berupa daerah pertokoan atau suatu *stand* atau *counter bark*.

Lokasi yang sangat tepat dapat berpengaruh terhadap diri manusia untuk melakukan suatu aktivitas pembelian karena lokasinya yang mudah dijangkau, berada dalam lingkungan bisnis dan sebagainya. Dalam penentuan keputusan lokasi yang tepat, perusahaan manufaktur maupun perusahaan jasa bisa dijadikan kunci keberhasilan sebuah perusahaan karena strategisnya lokasi yang ditetapkan, tapi jika sedikit saja kesalahan yang dibuat, maka

²⁸ Tatik Suryani, *Manajemen Pemasaran Strategik Bank Di Era Global*, (Jakarta : Kencana, 2017)

menghambat adanya suatu efisiensi. Dengan begitu, penetapan lokasi untuk perusahaan barang atau manufaktur, lebih condong ke bahan baku atau tenaga kerjanya, sedangkan untuk perusahaan jasa perlu condong ke arah pelanggan.²⁹

2. Lokasi dalam Prespektif Islam

Dalam penetapan lokasi harus perlu diperhatikan secara matang oleh pemilik suatu usaha karena kegiatan tersebut tidak pernah lepas dari tanggung jawab dari lingkungan sekitarnya, yang dimana penentuan lokasi tidak akan membuat kerusakan dan merugikan lingkungan sekitarnya. Dalam ajaran Islam, kita dilarang untuk melakukan hal yang berakibat kerusakan lingkungan, sehingga kegiatan tersebut bisa menjadikan kerugian orang lain dan Allah SWT melarang seluruh umatnya untuk tidak menghancurkan atau merusak yang ada di muka bumi, tetapi kita harus menjaga dan melindunginya. Dengan begitu, penentuan lokasi usaha diharapkan tidak menciptakan dampak negatif bagi masyarakat serta lingkungan sekitar, namun bisa menciptakann dampak positif bagi masyarakat serta lingkungan sekitarnya.³⁰

²⁹ Choms Gary GTS dkk, *Dasar-Dasar Kewirausahaan*, (Medan: Yayasan Kita Menulis, 2019),,hlm. 41

³⁰ Novia Sari, Sandi Andika, "Pengaruh Modal, Lokasi dan Jam Kerja Terhadap Tingkat Pendapatan Pedagang di Wisata Pantai Selat Baru Kecamatan Bantan dalam Perspektif Ekonomi Islam", dalam *Jurnal Syariah dan Ekonomi Islam* Vol.1 No.2, Oktober 2020

3. Pertimbangan Penentuan Lokasi

Penentuan suatu lokasi bank tidak dapat ditentukan secara sembarangan, namun harus ditinjau dari beberapa faktor. Hal-hal yang perlu diperhatikan dan ditinjau lebih spesifik dalam penentuan lokasi suatu usaha atau bank adalah sebagai berikut:

a. Faktor Utama (*Primer*)

Pertimbangan dalam faktor primer dalam penentuan lokasi bank adalah:

- 1) Berdeekatan dengan daerah pasar.
- 2) Berada dalam lingkup perumahan.
- 3) Adanya para tenaga kerja yang memenuhi kualifikasi yang dibutuhkan.
- 4) Tersedainya sebuah fasilitas dalam bentuk pengangkutan seperti jalan raya atau kereta api atau pelabuhan laut atau pelabuhan udara.
- 5) Tercukupinya sarana dan prasarana dalam sebuah lokasi seperti listrik, telepon, dan sarana lainnya.
- 6) Tanggapan masyarakat sekitar lokasi.

b. Faktor Sekunder

Pertimbangan dalam faktor sekunder dalam penentuan lokasi bank adalah:

- 1) Biaya investasi dilokasi seperti biaya pembelian tanah atau pembangunan gedung.

- 2) Adanya prospek dalam pertumbuhan harga tanah, gedung, atau kemajuan apapun tentang lokasi tersebut.
- 3) Adanya kemungkinan besar dalam perluasan sebuah lokasi.
- 4) Tersedianya fasilitas penunjang lain seperti pusat perbelanjaan atau perumahan.
- 5) Mudah nya peraturan perburuhan di daerah setempat
- 6) Mudah dalam masalah perpajakan.

Saat menentukan suatu lokasi, terdapat paling tidak enam komponen lokasi yang harus ditinjau sesuai dengan kebutuhan perusahaan, yaitu:³¹

- 1) Lokasi kantor pusat perlu pertimbangan yang harus dilakukan adalah sebagai berikut:
 - a. Berdekatan dengan pusat pemerintahan.
 - b. Berada di ibu kota negara atau provinsi.
- 2) Lokasi kantor pusat perlu pertimbangan yang harus dilakukan adalah sebagai berikut:
 - a. Terdapat jangkauan yang luas pada suatu wilayah.
 - b. Memiliki kemudahan dalam akses diberbagai penjuru.
 - c. Lengkapnya sarana dan prasarana yang disediakan..
 - d. Berada di sekitar daerah ibu kota provinsi.
 - e. Dan pertimbangan lainnya.³²

³¹ Kasmir, *Pemasaran Bank Edisi Revisi*, (Jakarta: Kencana, 2018)hlm. 148

³²Ibid.,hlm. 149

- 3) Untuk lokasi kantor cabang utama pertimbangan yang dilakukan adalah sebagai berikut:
- a. Berdekatan dengan wilayah pasar.
 - b. Berada pada sekitar pabrik industri.
 - c. Berdekatan dengan gedung perkantoran.
 - d. Berada pada lingkungan perumahan.
 - e. Dekat dengan para tenaga kerja.
 - f. Sarana dan prasarana tersedia.
- 4) Selanjutnya, lokasi kantor cabang pembantu dan kantor kas pertimbangan yang dilakukan tidak jauh berbeda dengan lokasi kantor cabang utama.
- 5) Terakhir untuk penentuan lokasi mesin-mesin ATM sebagai berikut:
- a. Berada di masing-masing kantor pusat dan cabang.
 - b. Dilembaga pendidikan.
 - c. Dipelabuhan udara atau laut.
 - d. Di terminal-terminal.
 - e. Pusat-pusat hiburan.
 - f. Di wilayah perkantoran.
 - g. Di dalam rumah sakit.
 - h. Dan tempat strategis lainnya.³³

³³ Kasmir, *Pemasaran Bank Edisi Revisi*, (Jakarta: Kencana, 2018)hlm. 150

4. Indikator Lokasi

Fandy Tjiptono menyatakan bahwa penentuan tempat atau lokasi diperlukan suatu pertimbangan terhadap faktor-faktor berikut yaitu:

- a. Akses, misalnya lokasi yang dilalui atau mudah dijangkau oleh transportasi.
- b. *Visibilitas*, yaitu lokasi atau tempat yang dapat dilihat dengan jelas dalam jarak pandang normal.
- c. Memiliki tempat parkir luas, nyaman, dan aman.
- d. Ekspansi, yaitu perluasan kantor di kemudian hari.
- e. Lingkungan, yaitu kawasan sekitar yang menjadikan terjualnya produk yang diberikan atau ditawarkan.³⁴

C. Motivasi

1. Pengertian

Motivation adalah arti kata motivasi dalam Bahasa Inggris dan telah digunakan pada bahasa melayu yang artinya segala upaya untuk mendorong diri seseorang dalam melakukan sesuatu agar tercapai tujuannya tersebut yang dimana motivasi dijadikan sebagai daya penggerak utama atau pendobrak bagi diri seseorang dalam merealisasikan keinginannya secara positif maupun negatif. Sedangkan menurut Hamalik, perubahan energi dalam diri atau pribadi manusia yang dimana ditandai dengan munculnya

³⁴ Fandy Tjiptono, *Pemasaran Jasa*, (Malang : Bayu Media Publishing, 2017)., hlm.147

sebuah perasaan atau reaksi untuk merealisasikan tujuan tersebut memiliki tiga unsur yang terkandung dan saling berkaitan seperti pertama, motivasi yang diawali dari hadirnya perubahan energi dalam diri pribadi, kedua motivasi yang ditandai munculnya sebuah perasaan dan ketiga motivasi yang ditandai oleh reaksi-reaksi tertentu yang berfungsi yaitu terdorongnya suatu perbuatan dalam diri pribadi kita seperti belajar.³⁵

Selanjutnya menurut Sardiman, motivasi itu suatu perubahan energi dalam diri manusia yang munculnya ditandai dengan adanya *felling* dan didahului dengan tanggapan terhadap adanya tujuan. Sedangkan Mulyasa berpendapat bahwa motivasi itu sebagai tenaga pendorong atau penarik bagi munculnya suatu tingkah laku untuk merealisasikan tujuan tersebut.³⁶ Dengan demikian motivasi dapat disimpulkan bahwa Motivasi merupakan dorongan dalam diri manusia yang menghasilkan suatu perilaku yang kemunculannya disebabkan melalui adanya keperluan yang belum terpenuhi. Pada dasarnya secara psikologis manusia pasti memiliki keinginan-keinginan yang ingin dicapainya. Tetapi tidak semua keinginan tersebut dapat diarahkan untuk kepentingan-kepentingan lain di luar keinginannya. Untuk mengarahkannya perlu adanya suatu motivasi.

³⁵ Shilplay A Octavia, *Motivasi Belajar Dalam Perkembangan Remaja*, (Sleman: Deepublish Publisher, 2020), hlm.52

³⁶ Ibid., hlm.53

2. Motivasi dalam Perspektif Islam

Abdul Hamid Mursi menuliskan motivasi dalam perspektif Islam sebagai berikut :

a. Motivasi secara Fisiologis

Motivasi secara fisiologis seperti motivasi menjaga diri dan motivasi menjaga kelangsungan hidup itu timbul karena adanya kecenderungan yang alami dalam diri manusia untuk menjaga keseimbangan secara permanen. Tetapi jika keseimbangan itu tidak ada atau hilang maka motivasi dalam melakukan aktivitas untuk tujuan mengembalikan keseimbangan tubuh itu seperti semula maka akanlah timbul sebuah motivasi dalam melakukan tindakan tersebut.

b. Motivasi Psikologis atau Sosial

Motivasi ini meliputi yaitu motivasi dalam sebuah kepemilikan, motivasi dalam berkompetensi, dan motivasi untuk bekerja.

c. Motivasi bekerja dan berproduksi

Atas dasar tawakal dan meniadakan sebuah fatalism ada tiga aspek yang menciptakan hidup manusia menjadi lebih positif dan berguna yakni *Pertama*, menerapkan potensi kerja yang dianugerahkan Allah kepada manusia. *Kedua*, selalu bertawakal kepada Allah dan meminta pertolongan-Nya disaat akan melaksanakan suatu pekerjaan. *Ketiga*,

melakukan penolakan bahaya, kedikatatoran, dan kesombongan atas prsetasi yang dicapai dengan cara beriman kepada Allah SWT.³⁷

3. Indikator Motivasi

Berdasarkan teori oleh beberapa ahli, peneliti ini mengacu pada teori Hasan yang dimana dinyatakan bahwa motivasi yang mendorong masyarakat menggunakan jasa bank syariah dibagi menjadi dua yaitu motivasi internal dan motivasi eksternal. Motivasi internal ditentukan oleh :

- a. Motivasi pribadi yaitu kemauan dalam diri kita sendiri.
- b. Melakukan ajaran Syariat Islam : menghindari riba, sesuai dengan visi dan misi Islam.

Sedangkan motivasi eksternal terdiri dari :

- a. Promosi : papan iklan atau spanduk, iklan tv, brosur atau selebaran, tawaran pegawai, variasi produk, nama bank.
- b. Pengaruh orang lain : anggota keluarga, teman, tetangga, dan lain-lain.
- c. Transparasi : keamanan bertransaksi.³⁸

4. Alasan Terjadinya Motivasi

Motivasi diartikan sebagai sesuatu yang memiliki efek positif. Dengan begitu, motivasi sangat dibutuhkan oleh berbagai pihak di dunia ini. Diharapkan dengan adanya motivasi akan memberi dampak yang positif sebab motivasi memang bertujuan untuk mendorong individu lebih giat

³⁷ Melis, "Motivasi : Teori dan Perspektif Dalam Ekonomi Islam" dalam jurnal Islamic Banking Volume 4 Nomor 2 Februari 2019

³⁸ Ali Hasan, *Marketing Bank Syariah*, (Bogor : Ghalia Indonesia, 2010), hlm. 28

bekerja dan menghasilkan prestasi kerja positif. Untuk kelangsungan kehidupan umat manusia, maka umat manusia harus memenuhi berbagai tuntutan yang berasal dari luar. Tuntutan-tuntutan yang ada, mendesak tuntutan tersebut dapat dipenuhi. Tuntutan-tuntutan yang harus dipenuhi tersebut menjadi sebab-sebab terjadinya motivasi.

D. Religiusitas

1. Pengertian

Menurut kamus besar bahasa Indonesia, arti kata Religiusitas adalah suatu bentuk pengabdian manusia terhadap agama. Religiusitas itu dijadikan sebagai acuan seberapa jauh pengetahuan yang kita ketahui, seberapa kokoh keyakinan kita miliki terhadap Allah SWT, seberapa rajinkah pelaksanaan ibadah dan kaidah kita serta seberapa tinggi penghayatan yang kita lakukan atas agama yang kita anut.³⁹

Salim mengartikan religiusitas itu suatu penentu atas keshalihan atau seberapa besarnya kepatuhan yang dimiliki manusia dan pengabdian manusia terhadap agama yang dianut. Religiusitas diwujudkan dalam berbagai sisi kehidupan manusia. Hal ini perlu dibedakan dari agama, karena konotasi agama biasanya mengacu pada kelembagaan yang bergerak dalam aspek yuridis, aturan dan hukuman sedangkan religiusitas lebih pada aspek “lubuk

³⁹ Herimanto dan Winarno, *Ilmu Sosial dan Budaya Dasar*, (Jakarta : Bumi Aksara, 2014),,hlm.126

hati” dan personalia dari kelembagaan tersebut. Mangunwijaya juga membedakan istilah religi atau agama dengan istilah religiusitas. agama menunjuk aspek formal yang berkaitan dengan aturan-aturan dan kewajiban, sedangkan religiusitas mengacu pada aspek religi yang dihayati oleh individu di dalam hati.

Dengan demikian, agama merupakan sebuah sistem yang memiliki dimensi banyak. Hal ini juga dinyatakan bahwa arti sebuah agama oleh Glock & Stark itu sebagai koordinasi suatu simbol, koordinasi suatu keyakinan, koordinasi suatu nilai, dan koordinasi suatu perilaku yang terlambangkan, yang dimana semuanya itu titik pusatnya pada persoalan-persoalan yang dihayati oleh manusia sebagai yang paling maknawi (*ultimate meaning*).⁴⁰ maka dengan begitu dapat disimpulkan religiusitas merupakan suatu keyakinan dan tingkat ketakwaan diri pribadi kita terhadap Allah SWT yang menimbulkan suatu dorongan untuk bertingkah laku, bersikap dan bertindak yang tentunya harus sesuai dengan ajaran agama yang dianutnya yaitu agama Islam atau dengan prinsip syariah.

2. Ciri-ciri Nilai Karakteristik Religiusitas

Terdapat beberapa ciri-ciri, religiusitas seseorang yang dapat dilihat seperti:

- a. Adanya keutuhan dalam keimanan kita.

⁴⁰ Djamaludin Anek dan Fuad Nashori Suroso, *Psikologi Islam*, (Yogyakarta : Pustaka Pelajar , 2005),.hlm.76

- b. Manusia yang sudah paham tentang beragama, atau memiliki nilai karakteristik religi memiliki akhlak yang kuat ditandai dengan amanah, ikhlas, tekun, disiplin, bersyukur, sabar, adil dan lain-lain.
- c. Ketekunan dalam melaksanakan suatu ibadah.
- d. Memiliki ketaatan dalam beramal dan beribadah agar keimanan kita tidaklah sia-sia karena seorang yang memiliki budi luhur akan terlihat jelas keimanannya bagaimana melalui perbuatan dalam kehidupan sehari-hari.
- e. Terpancarnya akhlak mulia suatu perbuatan manusia tentunya akan dinilai dari kesesuaian dengan ajaran yang diajarkan apakah melenceng atau tidak.

3. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Nilai Religiusitas

Menurut Ardiayaumi nilai religiusitas memiliki beberapa faktor yang mempengaruhi, di antaranya : pendidikan, keluarga, dan pengalaman yang dilakukan pada saat kita masih kecil atau pada zaman kanak-kanak. Seorang remaja yang saat masa kecilnya mendapat berbagai pengalaman agama dari kedua orang tuanya dengan mendapat pendidikan agama yang baik di rumah maupun di sekolah, lingkungan sosial ataupun teman-temannya yang taat menjalani ajaran atau perintah agama.

Sedangkan, menurut Pendapat Thoules menyebutkan bahwa adanya faktor yang mempengaruhi nilai suatu religiusitas seseorang yaitu:

- a. Adanya pendidikan atau pengajaran dengan berbagai tekanan sosial (faktor sosial) yang berpengaruh sosial dalam perkembangan sikap keagamaan, termasuk pendidikan orang tua,⁴¹ serta tradisi-tradisi sosial dalam menyesuaikan berbagai sikap yang ada pada lingkungan.
- b. Berbagai pengalaman individu akan membentuk sebuah sikap keagamaan terutama pengalaman mengenai :
 - 1) Keindahan, keseluruhan dan kebaikan di dunia lain (faktor alamiah)
 - 2) Terdapat adanya konflik moral (faktor moral)
 - 3) Tentang pengalaman emosional keagamaan (faktor afektif)
 - 4) Faktor yang timbul dari belum terpenuhinya segala kebutuhan-kebutuhan seperti kebutuhan keamanan, cinta kasih, harga diri, dan ancaman kematian.⁴²

4. Dimensi Religiusitas

Dimensi religiusitas menurut Glock dan Stark dalam Ancok, ada 5 dimensi religiusitas (keagamaan) yaitu:

- a. Dimensi Keyakinan / Ideologik

Dimensi ini berisi orang religius yang berpegang teguh pada pandangan teologis tertentu dan mengakui kebenaran adanya doktrin tersebut. Misalnya keyakinan akan adanya malaikat, surga dan neraka serta percaya dengan Tuhan yang diwujudkan dengan membaca dua

⁴¹ Adi Suprayitno dan Wahid Wahyudi, *Pendidikan karakter di Era Milenial*, (Sleman: Deepublish, 2020),.hlm.43

⁴² Ibid.,hlm.44

kalimat syahadat bahwa tiada Tuhan selain Allah dan Nabi Muhammad adalah utusan Allah.

b. Dimensi Praktik Agama / Peribadatan

Dimensi ini meliputi pemujaan, pelaksanaan formal keagamaan, ketaatan dan hal yang dilakukan orang untuk menunjukkan komitmen seseorang terhadap agama yang dianutnya.⁴³ dimensi ini dapat diwujudkan melalui dengan menjalankan ibadah sholat, xakat, puasa, ataupun lainnya.

c. Dimensi Pengalaman

Dimensi ini berkaitan dengan pengalaman seperti merasa dekat dengan Allah, merasa takut karena berbuat dosa, merasa doanya sudah terkabul dan selalu diselamatkan oleh Allah dan sebagainya. Pengalaman tersebut dapat terwujud jika kita dekat dengan Allah dengan berpasrah diri dalam hal positif serta melakukan hal yang khusyuk ketika melaksanakan sholat ataupun berdoa.

d. Dimensi Pengetahuan Agama

Dimensi ini mengacu pada seberapa jauh seseorang menangkap tentang ajaran-ajaran agamanya atau pengetahuan mengenai pokok-pokok agamanya yang terkandung dalam kitab suci al-qur'an.

⁴³ Dr. Irwan S.KM., M.Kes, *Kearifan Lokal Dalam Pencegahan HIV/AIDS pada Remaja Beresiko Tinggi*, (Yogyakarta : CV. Absolute Media, 2018)hlm. 40

e. Dimensi Konsekuensi

Dimensi ini mengacu pada seberapa jauh mana implikasi terhadap perilaku seseorang yang termotivasi oleh ajaran-ajaran agamanya dan bagaimana akibat keyakinan keagamaan, praktik, pengalaman dan pengetahuan seseorang dari hari ke hari dari ajaran agamanya.⁴⁴

E. Minat Menabung

1. Pengertian Minat

Minat (Interest) memiliki arti suatu ketertarikan pada kegiatan atau keinginan yang memiliki pengaruh besar terhadap sesuatu. Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) mengartikan minat sebagai sebuah kecenderungan hati yang tinggi terhadap suatu gairah atau keinginan.⁴⁵ Menurut Mikarsa, dkk dalam buku Pendidikan Anak di SD pengertian minat berdefinisi suatu dorongan dari dalam diri pribadi seseorang atau suatu faktor yang menimbulkan sebuah ketertarikan atau perhatian yang menyebabkan terdapat pilihan suatu obyek atau kegiatan yang⁴⁶ mendatangkan kepuasan dalam

⁴⁴ Dr. Irwan S.KM., M.Kes, *Kearifan Lokal Dalam Pencegahan HIV/AIDS pada Remaja Beresiko Tinggi*, (Yogyakarta : CV. Absolute Media, 2018)hlm. 41

⁴⁵ Anton M. Moeliono, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, (Jakarta: Balai Pustaka, 2016).,hlm. 225

⁴⁶ Wiwin Sunarsih, *Pembelajaran CTL (Contextual Teach and Learning), Belajar Menulis Berita Lebih Mudah*, (Indramayu: CV. Adanu Abimata, 2020).,hlm.7

dirinya dan kesenangan, sebaliknya jika rasa puas berkurang, maka minat seseorang pun akan berkembang.

Hurlock memiliki definisi tersendiri terkait minat yaitu sebuah motivasi yang dimana akan mengarahkan seseorang melakukan sesuatu tindakan bila diberi kebebasan dalam memilihnya. Jika sesuatu itu memiliki arti bagi dirinya, maka mereka akan menimbulkan kepuasan bagi dirinya dan menjadi tertarik terhadap sesuatu itu.⁴⁷ selain itu, minat yakni suatu keadaan seseorang mempunyai perhatian khusus terhadap sesuatu yang disertai keinginan untuk mempelajarinya maupun mengimplementasikan lebih lanjut. Minat akan timbul akibat adanya kemunculan perhatian yang mendalam terhadap suatu obyek tersebut. Hal ini menunjukkan, bahwa minat selain adanya perhatian juga memiliki kandungan pada suatu usaha untuk mendapatkan sesuatu dari obyek minat tersebut.⁴⁸

Dengan demikian minat dapat disimpulkan bahwa suatu ketertarikan kuat dalam diri seseorang dalam melakukan suatu kegiatan untuk mencapai tujuan yang diinginkan. Seperti halnya melakukan kegiatan menabung yang harus dilandasi oleh dorongan atau keinginan yang kuat dalam diri sendiri.

⁴⁷ Wiwin Sunarsih, *Pembelajaran CTL (Contextual Teach and Learning), Belajar Menulis Berita Lebih Mudah*, (Indramayu: CV. Adanu Abimata, 2020), hlm..8

⁴⁸ Damadi, *Pengembangan Mode Metode Pembelajaran dalam Dinamika Belajar Siswa*, (Yogyakarta : Deepublish, 2017) hlm. 307

2. Pengertian Menabung

Menabung ialah menyimpan uang sebagai tabungan, celengan atau simpanan. Menabung merupakan kegiatan menyimpan uang dan mengumpulkannya, sedikit demi sedikit agar terkumpul menjadi banyak, sehingga keperluan yang dibutuhkan terpenuhi secara keseluruhan. Tempat menabung, nyelengi, menyimpan disebut tabungan atau celengan. Menabung ini bisa dilakukan di rumah atau tempat tempat lain yang dianggap sebagai tempat penyimpanan yang aman, seperti di bank, koperasi, lembaga-lembaga pendidikan, dan lain-lain.⁴⁹ Adapun tujuan menabung adalah untuk memenuhi kebutuhan yang besar pada masa depan agar menjadi persiapan yang baik dalam kebutuhan dimasa mendatang.⁵⁰

3. Menabung dalam Perspektif Islam

Menabung merupakan harta kita dimasa sekarang yang disisihkan untuk mempersiapkan suatu kebutuhan di masa depan, sehingga disaat waktunya telah tiba dana yang sudah dikumpulkan tersedia tanpa adanya kekurangan. Menabung merupakan tindakan besar dalam pengendalian diri agar tidak terbawa hawa nafsu untuk membeli kebutuhan yang tidak begitu penting dan melakukan pemenuhan kepuasan dimasa sekarang, melainkan menjadikan manfaat untuk dapat memenuhi kebutuhan masa mendatang yang jauh lebih penting dan berguna.

⁴⁹ Djedjen Zainuddin, *Pendidikan Agama Islam Fikih*, (Semarang : PT Karya Toha Putra, 2016)hlm.209

⁵⁰ *Ibid.*,hlm. 210

Dalam Al-Qur'an terdapat ayat yang secara tidak langsung telah memerintahkan kaum muslimin untuk mempersiapkan hari esok secara lebih baik.

Firman Allah SWT dalam Surat An-Nissa' (4:9):

وَلْيَخْشَ الَّذِينَ لَوْ تَرَكَوْا مِنْ خَلْفِهِمْ ذُرِّيَّةً ضِعْفًا خَافُوا عَلَيْهِمْ فَلْيَتَّقُوا اللَّهَ وَلْيَقُولُوا قَوْلًا سَدِيدًا

Artinya : “Dan hendaklah takut kepada Allah orang-orang yang seandainya meninggalkan dibelakang mereka anak-anak yang lemah, yang mereka khawatir terhadap (kesejahteraan) mereka. Oleh sebab itu hendaklah mereka bertakwa kepada Allah dan hendaklah mereka mengucapkan perkataan yang benar”.

Firman Allah dalam Surat Al-Baqarah (2:266):

أَيُّدٌ أَحَدَكُمْ أَنْ تَكُونَ لَهُ جَنَّةٌ مِّنْ نَّخِيلٍ وَأَعْنَابٍ تَجْرِي مِنْ تَحْتِهَا الْأَنْهَارُ لَهُ فِيهَا مِنْ كُلِّ الثَّمَرَاتِ وَأَصَابَهُ الْكِبَرُ وَلَهُ ذُرِّيَّةٌ ضِعْفًا فَأَصَابَهَا إِعْصَارٌ فِيهِ نَارٌ فَاحْتَرَقَتْ كَذَلِكَ يُبَيِّنُ اللَّهُ لَكُمْ الْآيَاتِ لَعَلَّكُمْ تَتَفَكَّرُونَ

Artinya : “Apakah ada salahsatu seorang dantaramu yang ingin mempunyai kebun kurma dan anggur yang mengalir dibawahnya sungai-sungai dia mempunyai dalam kebun itu segala macam buah-buahan, kemudian datanglah masa tua pada orang itu sedang dia mempunyai keturunan yang masih kecil. Maka kebun itu ditiup anging keras yang mengandung api, lalu terbakarlah.

Demikianlah Allah menerangkan ayat-ayat-Nya kepada kamu supaya memikirkannya”.⁵¹

Dari kedua ayat diatas memiliki pesan dimana kita untuk berjaga-jaga ataupun mengantisipasi masa depan keturunan kita, baik secara rohani maupun secara ekonomi harus dipikirkan langkah-langkah kedepannya. Salah satu langkanya adalah dengan menabung untuk masa depan.

4. Indikator Minat Menabung

Menurut Crow and Crow tiga faktor menjadi penyebab munculnya minat, yaitu :

- a. Dorongan dari dalam diri individu yaitu suatu hal yang berepengaruh besar terhadap seseorang untuk memiliki ketertarikan menabung dari dalam diri individu itu sendiri.
- b. Motif sosial yang timbul karena untuk memenuhi kebutuhan individu dengan lingkungan sosialnya.
- c. Faktor emosional, minat seringkali berhubungan erat dengan emosi karena minat itu dorongan diri pribadi untuk melakukan sesuatu dalam memenuhi keinginannya agar tercapai yang pada akhirnya keinginan tersebut mendapatkan sebuah kesuksesan.

Adapun hal-hal yang dapat mempengaruhi minat menabung yaitu:

- a. Kebudayaan yang biasa ditanamkan oleh lingkungan sekitar.

⁵¹ Sisca Damayanti, “ Pengaruh Pandangan Islam, Pelayanan dan Keamanan terhadap Minat Nasabah Untuk Menabung di Bank Syariah Mandiri Cabang X” dalam Jurnal Manajemen dan Pemasaran Jasa Vol. 9 No. 1 2016 diakses pada 30 Maret 2021

- b. Keluarga, yang dimana orang tua memberikan contoh pada anak-anaknya rajin menabung secara tidak langsung akan menjadi contoh bagi anak-anaknya dalam ikut serta menabung.
- c. Sikap dan kepercayaan, yang dimana seseorang memiliki suatu kepercayaan yang kuat dimana jika memiliki perencanaan yang matang dalam segi keuangan dimasa depan akan menjadikan kehidupan lebih terjamin dalam pemenuhan kebutuhan.
- d. Motif sosial, karena untuk memenuhi kebutuhan sosialnya dimasa sekarang maupun dimasa mendatang yang dimana kebutuhan seseorang untuk lebih maju agar dapat diterima oleh lingkungannya dapat ditempuh jika melakukan kegiatan menabung.
- e. Motivasi adalah dorongan untuk menabung karena dimasa mendatang memiliki sebuah rencana yang harus dipenuhi atau diwujudkan.⁵²

F. Bank Syariah

1. Pengertian Bank Syariah

Bank entitasnya itu adalah melakukan suatu penghimpunan dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan yang kemudian disalurkan kepada masyarakat juga dalam bentuk pembiayaan atau pinjaman. Di perbankan memiliki dua macam sistem operasional perbankan, yakni bank berbasis

⁵² Ayu Adriani, *Pengaruh Persepsi Dan Religiusitas Santri Terhadap Minat Menabung Di Perbankan Syariah (Studi Kasus Di Pondok Pesantren Al-Falah Mojo Kediri)*, (Skripsi : IAIN Tulunganung, 2015)

konvensional dan bank berbasis syariah. Bank Syariah merupakan bank yang menjalankan kegiatan simpan pinjam berdasarkan prinsip syariah, atau berlandaskan hukum Islam yang diatur dalam fatwa Majelis Ulama Indonesia seperti prinsip⁵³ keadilan dan keseimbangan ('adl wa tawazun), kemaslahatan (maslahah), universalisme (alamiyah), serta tidak mengandung gharar, maysir, riba, zalim dan obyek yang haram yang dimana sudah sesuai dengan UU No. 21 tahun 2008 tentang perbankan syariah.

Selain itu, undang-undang No.21 tahun 2008 ini mengamahkan bank syariah untuk menjalankan fungsi sosial seperti lembaga baitul mal yang terdiri dari kegiatan menerima dana zakat, infaq, sedekah, hibah, atau dana sosial lainnya dan menyalurkannya kepada masyarakat yang membutuhkan melalui pengelola wakaf (nazhir) dan sesuai kehendak pemberi wakaf (wakif). Ada juga beberapa pakar lainnya yang menjelaskan maksud dari bank syariah sebagai berikut:⁵⁴

- a) Bank syariah merupakan bank yang sistem operasionalnya menganut prinsip-prinsip dalam hukum Islam.
- b) Menurut Sudarsono, Bank Syariah itu sebuah lembaga keuangan negara yang memberikan pembiayaan dan jasa-jasa lainnya dalam lalu lintas pembayaran dan bank syariah juga menjadi pengontrol peredaran uang yang beroperasi dengan menggunakan hukum syariah atau Islam.

⁵³ Adrianto dan Anang Firmansyah, *Manajemen Bank Syariah (Implementasi Teori dan Praktek)*, (Pasuruan: Qiara Media Partner, 2019)hlm.,23

⁵⁴ Ibid.,)hlm.,24

- c) Menurut Perwawatmadja Bank Syariah merupakan bank yang beroperasi berdasarkan prinsip-prinsip syariah (Islam) dan tata caranya didasarkan pada ketentuan kitab suci Al-Qur'an.
- d) Slamet Dahlan juga menyatakan bahwa Bank Syariah itu bank yang menjalankan usahanya berpedoman pada prinsip-prinsip Islam atau syariah yang berlandaskan pada kitab suci al-qur'an dan hadits.
- e) Bank Syariah menurut Schaik, merupakan bentuk bank modern yang berpedoman pada hukum Islam, yang dikembangkan pada abad pertengahan Islam dengan menggunakan konsep bagi risiko sebagai sistem utama dan meniadakan sistem keuangan yang didasarkan pada kepastian dan keuntungan yang telah ditentukan sebelumnya.

Dengan demikian dapat tarik sebuah kesimpulan kalau bank syariah itu merupakan suatu badan usaha atau kelembagaan dalam bidang keuangan yang dimana dalam melaksanakan operasionalnya menggunakan pedoman prinsip-prinsip syariah atau hukum Islam yang sesuai ketentuan dalam kitab suci al-qur'an dan hadits.

2. Tujuan Bank Syariah

Bank syariah memiliki beberapa tujuan yang dimana lebih luas daripada tujuan bank konvensional sebagai berikut:

- a. Menciptakan suatu lembaga keuangan perbankan untuk jalan meningkatkan kualitas kehidupan perekonomian masyarakat. Adanya

penghimpnan modal dari masyarakat dan disalurkan kembali kepada masyarakat diharapkan dapat meningkatkan taraf hidup masyarakat sehingga tercipta pembangunan nasional yang semakin maju. Sistem bagi hasil ini diharapkan dapat membantu masyarakat yang kekurangan modal usaha untuk mengembangkan usahanya dan juga akan memunculkan para usahawan baru dari adanya pembiayaan dari bank syariah.

- b. Meningkatkan keterlibatan masyarakat dalam sebuah proses pembangunan lembaga keuangan dengan berbasis syariah untuk menghindari bunga atau riba yang dimana hal ini terjadi karena munculnya bank syariah.
- c. Menjadika masyarakat memiliki pikiran secara ekonomis dan meningkatkan kualitas hidupnya dengan cara berperilaku berbisnis..
- d. Mengusahakan sitem bagi hasil di bank syariah dapat beroperasi, tumbuh, dan berkembang secara baik dan memiliki manfaat buat kedua belah pihak dan menjalin kerjasama melalui bank-bank lain dengan metode lain.⁵⁵

3. Prinsip Operasional Bank Syariah

Bank syariah itu tidak menerapkan sistem pinjam-meminjam uang dalam rangka kegiatan komersial. Hal itu dilakukan karena setiap sistem

⁵⁵ Muhammad Ridwan Basalamah dan Mohammad Rizal, *Perbankan Syariah*, (Malang : Media, 2018), hlm.5-6

pinjam meminjam uang pasti memiliki persyaratan atau janji pemberian imbalan yang dimana imbalan ini merupakan bentuk dari riba. Oleh karena itu sistem operasionalnya dalam perbankan syariah dilakukan dengan berpedoman pada piranti-piranti keuangan prinsip berikut:

a. Sistem Penghimpunan Dana (*Funding*)

1. Prinsip Wadi'ah

Sesuatu hal yang diletakkan kepada orang lain guna untuk dijaga oleh orang tersebut. Sesuatu hal itu bisa seperti barang yang dimiliki atau uang yang dimiliki yang dititipkan bisa disebut sebagai *ida'*, yang menitipkan disebut *mudi'* dan yang menerima titipan disebut *wadi'*. Dengan demikian maka pengertian istilah *wadi'ah* adalah akad antara pemilik barang dengan penerima titipan untuk menjaga harta/modal dari kerusakan atau kerugian dan untuk keamanan harta. Ada dua tipe *wadi'ah* yaitu :⁵⁶

a) Wadi'ah Yad Amanah

Wadi'ah yad amanah adalah akad titipan di mana penerima titipan adalah penerima kepercayaan, artinya ia tidak diharuskan mengganti segala resiko kehilangan atau kerusakan yang terjadi pada aset titipan, kecuali bila hal itu terjadi karena akibat kelalaian atau kecerobohan yang bersangkutan atau bila status

⁵⁶ Zainul Arifin, *Dasar-dasar Manajemen Bank Syariah*, (Tangerang: Azkia Publisher, 2016), hlm.31

titipan telah berubah menjadi wadi'ah yad dhamanah. Dibawah prinsip yad amanah ini aset titipan dari setiap pemilik harus dipisahkan, dan set tersebut tidak boleh dipergunakan dan *custodian* tidak berhak untuk memanfaatkan aset titipan tersebut.

b) Wadi'ah Yad Dhamanah

Wadia'ah yad dhamanah adalah akad titipan di mana penerima titipan (*custodian*) adalah *trustee* yang sekaligus penjamin (*guarantor*) keamanan aset yang dititipkan. Dengan prinsip ini *custodian* menerima simpanan harta dari pemiliknya yang memerlukan jasa penitipan, dan penyimpan mempunyai kebebasan mutlak untuk menariknya kembali sewaktu-waktu. Harta titipan ini tidak harus dipisahkan dan dapat digunakan dalam perdagangan, dan *custodian* berhak atas pendapatan yang diperoleh dari pemanfaatan harta titipan dalam perdagangan.⁵⁷

2. Prinsip Mudharabah

Tabungan atau simpanan yang menggunakan prinsip *mudharabah* mengikuti aturan seperti keuntungan dari dana yang digunakan harus dibagi antara pemilik dana dan pengelola dana, serta adanya tenggang waktu antara dana yang diberikan dan

⁵⁷ Zainul Arifin, *Dasar-dasar Manajemen Bank Syariah*, (Tangerang: Azkia Publisher, 2016), hlm.32

pembagian keuntungan karena untuk melakukan investasi atas dana yang dikelola akan membutuhkan waktu yang cukup.⁵⁸

b. Sistem Penyaluran Dana (Lending)

1. Prinsip Jual Beli (Ba'i)

a. Ba'i Al Murabahah

Suatu kegiatan jual beli yang dimana harga pokok harus disepakati terlebih dahulu beserta tambahan keuntungannya atau bisa dikatakan penjual harus memberitahukan terlebih dahulu berapa harga pokok yang si penjual beli lalu memberitahukan berapa tambahan keuntungan yang diinginkan. Ba'i Al Murabahah sesuai dengan dasar hukum Q.S

Al-Baqarah ayat 275:

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

Artinya : “ orang-orang yang makan (mengambil) riba tidak dapat berdiri melainkan seperti berdirinya orang yang kemasukan syaitan lantaran (tekanan) penyakit gila. Keadaan

⁵⁸ Muhammad Syafi'i Antoio, *Bank Syariah Dari Teori ke Praktik*, (Jakarta : Gema Insani, 2017),.hlm.156

mereka yang demikian itu, adalah disebabkan mereka berkata (berpendapat), sesungguhnya jual beli itu sama dengan riba, padahal Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba. Orang-orang yang telah sampai kepadanya larangan dari Tuhannya, lalu terus berhenti (dari mengambil riba). Maka aginya apa yang telah diambilnya dahulu (sebelum datang larangan) dan urusannya (terserah) kepada Allah. Orang yang kembali (mengambil riba), maka orang itu adalah penghuni-penghuni neraka mereka kekal di dalamnya.”

b. Ba’i As Salam

sistem penyaluran dana dengan cara membeli barang terlebih dahulu lalu diserahkan dikemudian hari, sedangkan pembayaran dilakukan di awal saat ijab qabul atau dimuka. Aspek yang terlebih dahulu diterapkan adalah dengan mengetahui jenis barang yang akan dibeli serta kualitas dan jumlah barang yang diinginkan harus diketahui terlebih dahulu dan perjanjian tentang pembayaran harus berupa uang. Berdasarkan Q.S. Al-Baqarah ayat 282:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِذَا تَدَايَنْتُمْ بِدَيْنٍ إِلَىٰ آجَلٍ مَّسْمُومٍ فَاكْتُبُوهُ

Artinya : “ Hai orang-orang yang beriman apabila kamu bermuammlah tidak secara tunai untuk yang ditentukan maka tuliskanlah...”.⁵⁹

c. Ba’i Al-Istishna

Antonio menyatakan *Ba’i al Istishna’* merupakan kontrak perjanjian yang dibuat untuk pembuatan barang antara pembeli dan penjual. Kontrak ini memiliki alur seperti pembuat barang akan menerima sebuah pesanan dari seorang pembeli, yang dimana pembeli barang tersebut harus mencari orang lain untuk memesan atau membeli barang sesuai spesifikasi yang diinginkan dan telah disepakati dan dimana orang lain itu menjualnya kepada pembeli akhir. Lalu si pembuat barang akan mengirimkan barangnya ke pembeli akhir tersebut.⁶⁰

2. Prinsip Sewa Menyewa (Ijarah)

Ijarah adalah pembiayaan dengan sistem jual-beli dengan peran bank berperan sebagai pihak yang memberi sewa sedangkan nasabah sebagai penerima sewa. Harga sewa dari bank

⁵⁹ Dhody Ananta R.W dan Cucu Sholihah, *Akad Pembiayaan Murabahah Di Bank Syariah Dalam Bentuk Akta Ontentik Implementasi Rukun, Syarat, Dan Prinsip Syariah*, (Malang : Intelegensia Media, 2019),.hlm.61

⁶⁰ *Ibid.*,hlm..62

kepada nasabah terdiri dari harga pokok sewa dan *fee* sewa. Harga sewa tersebut diangsur oleh nasabah sesuai dengan jangka waktu sewa. Berbeda dengan Murabahah yang margin keuntungannya bersifat tetap, harga sewa dalam ijarah dapat di *review* apabila disepakati. Ada dua jenis ijarah (sewa-menyewa) yaitu :

a) Ijarah Murni

Yaitu nasabahnya hanya memiliki hak sewa tanpa hak memiliki di akhir periode. Dengan situasi begini bank menyewakan tempat ataupun barang yang sedang dibutuhkan nasabah dari pihak ketiga dengan harga pokok sewa, kemudian bank dapat mengambil *fee* sewa atas barang tersebut. Harga pokok sewa ditambah *fee* sewa menjadi harga sewa bank kepada nasabah. Harga sewa tersebut diangsur oleh nasabah sesuai dengan jangka waktu sewa.

b) Ijarah Muntahiyah bi At Tamlik (IMBT-sewa dengan opsi beli)

Pada prinsip IMBT, nasabah pada akhir periode sewa mendapatkan opsi untuk memiliki barang tersebut dan bank terlebih dahulu membelikan barang atau sesuatu yang dibutuhkan oleh nasabah pihak ketiga. Harga beli bank

menjadi harga pokok sewa. Kemudian bank menyewakan barang tersebut kepada nasabah. Baru bank dapat mengambil⁶¹ *fee* sewa atas barang tersebut. Harga pokok sewa ditambah *fee* sewa menjadi harga sewa bank kepada nasabah. Harga sewa tersebut diangsur oleh nasabah sesuai dengan jangka waktu sewa.⁶²

3. Prinsip Bagi Hasil (*Profit and Loss Sharing*)

Ada dua macam kontrak dalam kategori ini yaitu :

a. Musyarakah (*Joint Ventura Profit Sharing*)

Kontrak ini dilakukan oleh dua pihak atau lebih (termasuk bank dan lembaga keuangan bersama nasabahnya) yang dimana mengumpulkan modal dua pihak tersebut atau lebih dengan membuat sebuah kerjasama dalam segala aspek atau bidang.⁶³ Dalam kontrak ini pembagian keuntungan ataupun lainnya harus sesuai dengan kontribusi modal yang diberikan atau sesuai jumlah modal yang diberikan serta mempunyai hak mengawasi perusahaan sesuai dengan proporsinya ataupun kesepakatan dalam awal kontrak. Jika perusahaan mengalami

⁶¹ Ellen Pantouw, *230 + Sumber Pinjaman Untuk Usaha Anda*, (Yogyakarta : Gradien Mediatama, 2018),.hlm.73

⁶² *Ibid.*,hlm.74

⁶³ Zainul Arifin, *Dasar-dasar Manajemen Bank Syariah*, (Tangerang: Azkia Publisher, 2016),.hlm.22

kerugian, maka kerugian itu akan diberikan kepada masing-masing pemberi modal sesuai proporsi diawal kontrak.

b. *Mudharabah (Trustee Profit Sharing)*

Suatu hubungan kontrak atau akad antara penyedia dana (*shahibul maal*) dengan *entrepeneur (mudharib)*⁶⁴ yang dimana *mudharib* (dapat berupa perorangan, rumah tangga perusahaan atau suatu unit ekonomi, termasuk bank) mendapatkan modal dari lembaga ekonomi lainnya dengan tujuan melakukan perdagangan. *Mudharib* disini dijadikan sebagai *trustee* atas modal tersebut yang dimana jika proyek selesai, *mudharib* akan mengembalikan modal kepada penyedia modal dengan porsi keuntungan yang telah disepakati atau ditentukan sebelumnya. Bila terjadi kerugian maka seluruh kerugian dibebankan kepada *shahibul maal*. Sedangkan *mudharib* kehilangan keuntungannya atas kerja yang telah dilakukannya.⁶⁵

4. Prinsip Minjam Meminjam (Qardh)

Qardh adalah memiliki sesuatu (hasil pinjaman) yang dikembalikan (pinjaman tersebut) senagai penggantinya dengan nilai yang sama. Secara teknis qardh adalah akad pemberian pinjaman dari seseorang atau lembaga keuangan syariah kepada

⁶⁴ Zainul Arifin, *Dasar-dasar Manajemen Bank Syariah*, (Tangerang: Azkia Publisher, 2016), hlm.23

⁶⁵ *Ibid.*, hlm.24

orang lain atau nasabah yang dipergunakan untuk keperluan mendesak. Pengembalian pinjaman ditentukan dalam jumlah yang sama dan dalam jangka waktu tertentu dan pembayarannya bisa dilakukan secara angsuran atau sekaligus.⁶⁶

c. Sistem Pelayanan Jasa-Jasa Perbankan Lainnya

1. Kafalah (Guaranty)

Kafalah merupakan jaminan yang diberikan oleh penanggung kepada pihak ketiga untuk memenuhi kewajiban pihak kedua atau yang ditanggung. Dalam pengertian lain, kafalah berarti mengalihkan tanggung jawab orang lain sebagai penjamin. Dalam syariat Islam dibenarkan dengan berpedoman kepada Al-Qur'an surah Yusuf ayat 72:

قَالُوا نَفَقْدُ صُوعَ الْمَلِكِ وَلِمَنْ جَاءَ بِهِ حِمْلُ بَعِيرٍ وَأَنَا بِهِ زَعِيمٌ

Artinya:

Penyeru-penyeru itu berkata: “Kami kehilangan piala Raja, dan siapa yang dapat mengembalikannya akan memperoleh bahan makanan (seberat) beban unta, dan aku menjamin terhadapnya”.

Secara teknis perbankan, kafalah merupakan jasa penjamin nasabah, di mana bank bertindak sebagai penjamin (kafil), sedangkan nasabah sebagai pihak yang dijamin (makfullah).

⁶⁶ Mahmudatus Sa'diyah, *Fiqh Muamalah II Teori dan Praktik*, (Jepara : UNISNU PRESS, 2019),.hlm.93

Prinsip syariah ini sebagai dasar layanan bank garansi, yaitu penjaminan pembayara atas suatu kewajiban pembayaran. Bank dapat mempersyaratkan nasabah untuk menempatkan sejumlah dana untuk fasilitas ini sebagai jaminan. Atas dana tersebut bank dapat memperlakukannya dengan prinsip wadiah. Dalam hal ini bank mendapatkan imbalan jasa yang diberika. Biasanya penerbitan bank garansi (surat jaminan bank), yang terdiri dari jaminan tender, jaminan pelaksanaan, jaminan uang muka, dan jaminan pelaksanaan diberikan oleh bank dengan setoran minimal sebesar 10% dari nilai jaminan yang diinginkan nasabah.⁶⁷

2. Wakalah

Wakalah berarti penyerahan, pendelegasian atau pemberian mandat. Wakalah menurut istilah adalah akad pemberian kuasa dari pemberi kuasa kepada penerima kuasa untuk melaksanakan suatu tugas atas nama pemberi kuasa. Rukun wakalah yakni pihak pemberi kuasa (*muwakkil*), pihak penerima kuasa (*wakil*), objek yang dikuasakan (*taukil*) dan ijab qabul (*sighat*). Wakalah dalam aplikasi perbankan terjadi apabila nasabah memberikan kuasa kepada bnk untuk mewakili dirinya melakukan pekerjaan jasa tertentu. Aplikasinya pada perbankan syariah, wakalah biasanya

⁶⁷ Basaria Nainggolan, *Perbankan Syariah Di Indonesia*, (Depok : PT RajaGrafindo Persada, 2016).,hlm.184

diterapkan dalam penerbitan *letter of credit* (L/C) atau penerusan permintaan akan barang dalam negeri dari bank di luar negeri (L/C ekspor).⁶⁸

3. Rahn (Gadai)

Istilah pegadaian dalam fikih Islam disebut *ar-rahn*. Secara etimologis *ar-rahn* berarti *tsubut* (tetap) dan *dawam* (kekal, terus-menerus). Adapun secara terminologis, *ar-rahn* adalah menjadikan harta benda sebagai jaminan utang agar utangnya itu dilunasi atau dibayarkan harganya jika tidak dapat mengembalikannya. Dalam pengertian lainnya, *ar-rahn* adalah suatu jenis perjanjian untuk menahan suatu barang sebagai tanggungan utang.⁶⁹

4. Ju'alah

Ju'alah adalah suatu kontrak di mana pihak pertama menjanjikan imbalan tertentu kepada pihak kedua atas pelaksanaan suatu tugas/pelayanan yang dilakukan oleh pihak kedua atas pelaksanaan suatu tugas/pelayanan yang dilakkan oleh pihak kedua untuk kepentingan pihak pertama.⁷⁰

⁶⁸ Cik Basir, *Penyelesaian Sengketa Perbankan Syariah Di Pengadilan Agama Dan Mahkamah Syari'ah Edisi Pertama*, (Jakarta : Kencana, 2019),.hlm.183

⁶⁹ Mardani, *Aspek Hukum Lembaga Keuangan Syariah Di Indonesia Edisi Pertama*, (Jakarta : Kencana, 2017),.hlm.171

⁷⁰ Zainul Arifin, *Dasar-dasar Manajemen Bank Syariah*, (Tangerang: Azkia Publisher, 2016),.hlm.36

5. Sharf

Sharf menurut bahasa adalah penambahan, penukaran, penghindaran, pemalingan, atau transaksi jual beli, sedangkan menurut istilah adalah perjanjian jual beli suatu valuta dengan valuta lainnya. Transaksi jual beli mata uang asing dapat dilakukan baik dengan sesama mata uang yang sejenis, misalnya mata uang rupiah, maupun yang tidak sejenis seperti rupiah dengan dollar US atau sebaliknya. Jual beli mata uang yang tidak sejenis, penyerahannya harus dilakukan pada waktu yang sama.⁷¹

G. Hubungan Kualitas Pelayanan terhadap Minat Menabung Nasabah

Menurut Parasuraman mengemukakan kualitas layanan merupakan ukuran penilaian menyeluruh atas tingkat suatu pelayanan yang baik. Oleh karena itu bank harus bisa memberikan pelayanan yang terbaik agar bisa mengikat para nasabah dan juga memperoleh nasabah yang banyak. Dengan cara begitu bank bisa memberikan peluang agar bank tersebut terus berkembang dan mencapai tujuan yang diinginkan.

⁷¹ Basaria Nainggolan, *Perbankan Syariah Di Indonesia*, (Depok : PT RajaGrafindo Persada, 2016), hlm.188

H. Hubungan Lokasi terhadap Minat Menabung Nasabah

Lokasi dan minat menabung nasabah memiliki hubungan yang sangat erat. Philip Kotler berpendapat jika lokasi adalah tempat untuk melakukan segala kegiatan untuk menjadikan produknya mudah dikonsumsi dan mudah didapatkan dengan menempatkan lokasi yang sesuai dengan target dan efektif. Dengan begitu lokasi yang tepat atau strategis tentunya akan sangat berpengaruh dalam nasabah memutuskan menabung atau tidaknya dari lokasi yang dimana disaat nasabah tersebut memerlukan sesuatu yang berhubungan dengan bank tidak terlalu jauh dan dapat diakses dengan mudah.

I. Hubungan Motivasi terhadap Minat Menabung Nasabah

Motivasi dan minat menabung nasabah memiliki hubungan yang sangat erat. Motivasi adalah dorongan dalam diri seseorang yang menghasilkan suatu tindakan. Dorongan ini dihasilkan dari hasrat yang ada di dalam diri seseorang yang muncul karena adanya kebutuhan yang belum terpenuhi. Pada dasarnya secara psikologis manusia memiliki keinginan-keinginan yang ingin dicapainya. Sedangkan menabung adalah menyisihkan harta kita untuk mempersiapkan suatu pengeluaran penting pada masa mendatang, sehingga pada saatnya tiba telah tersedia dana yang memadai. Dengan demikian dengan motivasi dalam diri karena ada hal yang harus dipenuhi dimasa mendatang menabung adalah suatu

strategi yang bagus untuk memenuhi keinginan atau kebutuhan yang belum tercapai.

J. Hubungan Religiusitas terhadap Minat Menabung Nasabah

Religiusitas adalah suatu sikap atau kesadaran yang muncul yang didasarkan atas keyakinan atau kepercayaan seseorang terhadap suatu agama.. Sedangkan minat adalah suatu dorongan kuat bagi diri seseorang dalam melakukan suatu kegiatan untuk mencapai tujuan yang diinginkan. Seperti halnya melakukan kegiatan menabung yang harus dilandasi oleh dorongan atau keinginan yang kuat dalam diri sendiri. Dengan demikian tingkat religiusitas yang tinggi akan meningkatkan minat menabung nasabah. Karena kepercayaan terhadap agama menjadi motivator terpenting untuk mendorong penggunaan jasa bank syariah.

K. Kajian Penelitian Terdahulu

Dalam penelitian ini tentunya juga mengacu atau berpacu pada penelitian terdahulu yang dimana hasil penelitian terdahulu tersebut akan dijadikan sebagai pembanding beserta landasan dalam menguji suatu variabel yang ingin diteliti apakah memiliki pengaruh dalam minat nasabah menabung di Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Pembantu Blitar. Berikut hasil penelitian terdahulu untuk dijadikan acuan dalam analisis:

Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu

Peneliti, Tahun dan Judul	Tujuan	Hasil
Yuliyati dan Ignatius S.K, 2016 Pengaruh Periklanan, Kualitas Pelayanan, Jaminan Rasa Aman, dan Hubungan Masyarakat Terhadap Minat Menabung Pada Nasabah BMT Al Ikhwan Kantor Cabang Condong Catur	Tujuan dari penelitian untuk menganalisis pengaruh periklanan, kualitas pelayanan, jaminan rasa aman, dan hubungan masyarakat secara parsial pada minat menabung.	Berdasarkan Hasil uji t menunjukkan bahwa variabel periklanan dan hubungan masyarakat berpengaruh positif signifikan terhadap minat menabung, sementara kualitas layanan dan jaminan rasa aman tidak berpengaruh positif signifikan terhadap minat menabung. Variabel periklanan merupakan variabel yang dominan mempengaruhi minat menabung. ⁷²
Sayyidatul Maghfiroh, 2018 Pengaruh Religiusitas, Pendapatan, Dan Lingkungan Sosial Terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah Pada Santri Pesantren Mahasiswi Darush Shalihat	Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui: (1) Pengaruh Religiusitas terhadap Minat Menabung di Bank Syari'ah pada Santri Pesantren Mahasiswi Darush Shalihat; (2) Pengaruh Pendapatan terhadap Minat Menabung di Bank Syari'ah pada Santri Pesantren Mahasiswi Darush Shalihat; (3) Pengaruh Lingkungan Sosial terhadap Minat Menabung di Bank	Hasil penelitian ini adalah Religiusitas tidak berpengaruh terhadap Minat Menabung di Bank Syari'ah. Pendapatan berpengaruh terhadap Minat Menabung di Bank Syari'ah. Lingkungan Sosial berpengaruh terhadap Minat Menabung di Bank Syari'ah. Religiusitas, Pendapatan, dan Lingkungan Sosial secara bersama sama berpengaruh terhadap

⁷² Yuliyati dan Ignatius Soni K., "Pengaruh Periklanan, Kualitas Pelayanan, Jaminan Rasa Aman, dan Hubungan Masyarakat Terhadap Minat Menabung Pada Nasabah BMT Al Ikhwan Kantor Cabang Condong Catur", dalam jurnal Manajemen Vol 6, No 2 (2016)

	Syari'ah pada Santri Pesantren Mahasiswi Darush Shalihah; (4) pengaruh Religiusitas, Pendapatan dan Lingkungan Sosial secara bersama-sama terhadap Minat Menabung di Bank Syari'ah pada Santri Pesantren Mahasiswi Darush Shalihah.	Minat Menabung di Bank Syari'ah. ⁷³
Anggie Nurmalasari, 2019 Pengaruh Pengetahuan dan Motivasi Terhadap Minat Menabung Mahasiswa Perbankan Syariah Angkatan 2016 IAIN Ponorogo di Bank Syariah KCP Ponorogo	Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh pengetahuan terhadap minat menabung mahasiswa Perbankan Syariah angkatan 2016 IAIN Ponorogo di Bank BRI Syariah KCP Ponorogo, pengaruh motivasi terhadap minat menabung mahasiswa perbankan Syariah angkatan 2016 IAIN Ponorogo di Bank BRI Syariah KCP Ponorogo, dan pengaruh pengetahuan dan motivasi terhadap minat menabung mahasiswa Perbankan Syariah angkatan 2016 IAIN Ponorogo di Bank BRI Syariah KCP Ponorogo.	Hasil penelitian yang dimana Pengetahuan berpengaruh signifikan terhadap minat menabung, motivasi berpengaruh signifikan terhadap minat menabung, Pengetahuan dan motivasi secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap minat menabung. ⁷⁴

⁷³ Sayyidatul Maghfiroh, *Pengaruh Religiusitas, Pendapatan, Dan Lingkungan Sosial Terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah Pada Santri Pesantren Mahasiswi Darush Shalihah*, (Skripsi : Universitas Negeri Yogyakarta, 2018)

⁷⁴ Anggie Nurmalasari, *Pengaruh Pengetahuan dan Motivasi Terhadap Minat Menabung Mahasiswa Perbankan Syariah Angkatan 2016 IAIN Ponorogo di Bank Syariah KCP Ponorog*, (Skripsi : IAIN Ponorogo, 2019)

<p>Fitri Al Faqih, 2020 Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Bagi Hasil Terhadap Minat Menabung Nasabah Pada Tabungan Marhamah PT Bank Sumut KCP Syariah Karya</p>	<p>Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan bagi hasil terhadap minat menabung nasabah pada tabungan marhamah PT Bank Sumut KCP Syariah Karya.</p>	<p>Hasil penelitian ini menunjukkan kualitas pelayanan dan bagi hasil berpengaruh signifikan terhadap minat menabung nasabah pada tabungan marhamah yang dilihat melalui uji statistik F dengan nilai signifikansi sebesar 0,002. Hasil uji statistik t menunjukkan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif dan signifikan dengan tingkat signifikansi sebesar 0,012 dan bagi hasil memiliki pengaruh positif dan signifikan dengan tingkat signifikansi sebesar 0,058.⁷⁵</p>
<p>Amisak Fujiarini, 2017 Pengaruh Lokasi, Keunikan Produk Tabungan dan Comunication Interpersonal Skill Karyawan terhadap Minat Nasabah untuk Menabung di BMT Peta Tulungagung</p>	<p>Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Lokasi, Keunikan Produk Tabungan dan Comunication Interpersonal Skill Karyawan terhadap Minat Nasabah untuk Menabung di BMT Peta Tulungagung.</p>	<p>Hasil penelitiannya adalah bahwa lokasi dalam sebuah perusahaan khususnya di BMT PETA Tulungagung sangat penting dalam meningkatkan Minat Nasabah Menabung, hasil variabel keunikan produk tabungan memiliki pengaruh tetapi tidak signifikan terhadap minat nasabah menabung di BMT PETA Tulungagung, dan adanya pengaruh yang</p>

⁷⁵ Fitri Al Faqih, "Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Bagi Hasil Terhadap Minat Menabung Nasabah Pada Tabungan Marhamah PT Bank Sumut KCP Syariah Karya", dalam jurnal Ekonomi Islam Vol.11 No. 1 2020.

		signifikan antara communication interpersonal skill karyawan terhadap minat nasabah menabung di BMT PETA Tulungagung. ⁷⁶
Karina Halimah A, 2019 Pengaruh Pelayanan, Promosi, Lokasi, dan Bagi Hasil Bank Terhadap Minat Nasabah Menabung Pada PT Bank BRI Syariah KCP Sudirman Lubuk Pakam.	Tujuan penelitian ini untuk mengetahui pengaruh pelayanan, promosi, lokasi, dan bagi hasil PT. Bank BRI Syariah KCP. Sudirman Lubuk Pakam terhadap minat nasabah menabung.	Berdasarkan hasil penelitian, maka diperoleh fakta bahwa pelayanan menjadi variable yang sangat signifikan dan berpengaruh positif terhadap peningkatan minat nasabah menabung. Lalu tingkat bagi hasil yang juga menjadi salah satu variable yang memiliki pengaruh positif terhadap peningkatan minat nasabah menabung. Berbeda dengan lokasi dan promosi yang tidak memiliki pengaruh positif dalam penelitian ini. Lokasi yang kurang strategis menjadi sedikit cela untuk pemasukan sumbangsih dampak negatif dalam penelitian ini. ⁷⁷
Uniyanti, 2018 Faktor-faktor Yang Mmempengaruhi Minat	Tujuan penelitian ini adalah bagaimana pengaruh religiusitas,	Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel religiusitas (X1)

⁷⁶ Annisak Fujriani, "Pengaruh Lokasi, Keunikan Produk Tabungan dan Cummunication Interpersonal Skill Karyawan Terhadap Minat Nasabah Untuk Menabung Di BMT Peta Tulungagung", (Skripsi : IAIN Tulungagung, 2017)

⁷⁷ Karina Halimah A, *Pengaruh Peayanan, Promosi, Lokasi dan Bagi Hasil Bank terhadap Minat Nasabah Menabung Pada PT Bank BRI Syariah KCP Sudirman Libuk Pakam*, (Skripsi : Universitas Islam Negeri Sumatera Utara Medan, 2019)

Nasabah Menabung Di Bank Syariah (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar).	pendapatan/uang saku, dan informasi produk bank syariah terhadap minat nasabah menabung di bank syariah.	berpengaruh tidak signifikan terhadap minat mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN alauddin Makassar menabung di bank syariah, dan variabel tingkat pendapatan/uang saku (X2) dan variable informasi produk bank syariah berpengaruh positif dan signifikan terhadap mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN alauddin Makassar menabung di bank syariah. ⁷⁸
Imam Jalaluddin, 2013 Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minant Nasabah Menabung (Survey Pada Nasabah Bank BRI Syari'ah Cabang Cirebon)	Tujuan penelitian ini untuk mengetahui pengaruh faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen terhadap minat nasabah menabung di BRI syari'ah cabang Cirebon	Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel motivasi (X1), variabel belajar (X2), variabel sikap (X3), variabel persepsi (X4), variabel nisbah/tingkat keuntungan (X5) dan perhitungan bisnis (X6), secara bersama-sama mempunyai hubungan dan pengaruh yang signifikan terhadap minat nasabah menabung (Y). ⁷⁹
Taslim, 2018 Pengaruh Promosi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat	Tujuan penelitian ini adalah Pengaruh Promosi dan Kualitas Pleyanan Terhadap Minat	Hasil penelitian dengan Uji F yang telah dilakukan peneliti, menunjukkan bahwa

⁷⁸ Uniyanti, *Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Minat Nasabah Menabung Di Bank Syariah (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar)*, (Skripsi : Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar, 2018)

⁷⁹ Imam Jalaludin, *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Menabung (Survey pada Nasabah Bank BRI Syari'ah Cabang Cirebon)*, (Skripsi : IAIN Syekh Nurjati Cirebon, 2013)

Menabung Masyarakat di Bank BNI Syariah KCP Wonomulyo.	Menabung di Bank BNI Syariah KCP Wonomulyo.	Kualitas Jasa dan Kewajaran Harga secara bersama-sama mempengaruhi Minat Menabung Masyarakat. Adapun hasil Uji T menunjukkan Promosi dan Kualitas Pelayanan berpengaruh secara parsial terhadap Minat Menabung Masyarakat. ⁸⁰
Ayu Andriani, 2015 Pengaruh Persepsi Dan Religiusitas Santri Terhadap Minat Menabung Di Perbankan Syariah (Studi Kasus Di Pondok Pesantren Al-Falah Mojo Kediri)	Untuk mengetahui pengaruh persepsi dan religiusitas santri terhadap minat menabung di bank syariah	Variabel persepsi dan religiusitas berpengaruh signifikan terhadap minat menabung. Semakin tinggi tingkat religiusitas santri akan mendorong keinginan santri untuk menabung di bank syariah. ⁸¹
Isfan Riskiantono, 2019 Pengaruh Promosi, Motivasi dan Kualitas Produk Terhadap Minat Nasabah Menabung di Bank Muamalat Indonesia KCP Kediri	Penelitian ini bertujuan untuk: (1) menganalisis Promosi berpengaruh terhadap minat nasabah menabung di Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Kediri (2) menganalisis Motivasi berpengaruh terhadap minat nasabah menabung di Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Kediri (3) menganalisis Kualitas Produk berpengaruh terhadap minat nasabah menabung di Bank	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: (1) promosi berpengaruh positif dan signifikansi terhadap minat nasabah menabung, (2) motivasi berpengaruh positif dan signifikansi terhadap minat nasabah menabung, (3) kualitas produk berpengaruh positif dan signifikansi terhadap minat nasabah menabung, (4) promosi, motivasi, dan kualitas produk secara bersama-sama berpengaruh positif

⁸⁰ Taslim, *Pengaruh Promosi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Menabung Masyarakat Di Bank BNI Syari'ah KCP Wonomulyo*, (Skripsi : UIN Alauddin Makassar, 2018)

⁸¹ Ayu Andriani, *Pengaruh Persepsi Dan Religiusitas Santri Terhadap Minat Menabung Di Perbankan Syariah (Studi Kasus Di Pondok Pesantren Al-Falah Mojo Kediri)*, (Skripsi : IAIN Tulungagung, 2015)

	Muamalat Indonesia Kantor Cabang Kediri (4) menganalisis Promosi, Motivasi dan Kualitas Produk mempengaruhi terhadap minat nasabah menabung di Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Kediri.	dan signifikansi terhadap minat nasabah menabung pada Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Kediri. ⁸²
Ayu Nurtika Dewi, 2014 Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Untuk Menabung (Studi Kasus pada PD BPR BKK Kendal Cabang Patean)	Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis faktor-faktor yang menjadi penentu sebagai pertimbangan nasabah untuk menabung di PD BPR BKK Kendal Cabang Patean dan untuk mengetahui faktor yang dominan dalam penentuan minat nasabah untuk menabung pada PD BPR BKK Kendal Cabang Patean	Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan mengenai pengaruh pelayanan, produk tabungan, dan lokasi terhadap keputusan menabung dapat disimpulkan bahwa pelayanan, produk tabungan, mempunyai pengaruh positif tetapi tidak signifikan sedangkan lokasi mempunyai pengaruh positif dan signifikan. ⁸³

Berdasarkan beberapa penelitian sebelumnya dijelaskan bahwa variabel kualitas pelayanan, lokasi, motivasi berpengaruh terhadap minat nasabah pada bank syari'ah. Namun pada variabel religiusitas terdapat perbedaan antara Sayyidatul Maghfiroh dan Uniyanti dengan Ayu Andriani dan Nurul Khotimah. Pada penelitian Sayyidatul Maghfiroh dan Uniyanti menjelaskan bahwa

⁸² Isfan Riskiantono, *Pengaruh Promosi, Motivasi dan Kualitas Produk terhadap Minat Nasabah Menabung di Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Kediri*, (Skripsi : IAIN Tulungagung, 2019)

⁸³ Ayu Nurtika Dewi, "Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Untuk Menabung (Studi Kasus pada PD BPR BKK Kendal Cabang Patean)", dalam jurnal ekonomi dan bisnis Universitas Dian Nuswantoro Semarang 2014.

variabel religiusitas ditolak karena masyarakat lebih mementingkan nilai ekonomi daripada nilai religi atau agama. Sedangkan pada penelitian Ayu Andriani dan Nurul Khotimah religiusitas berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap minat menabung pada bank syariah. Hal tersebut dikarenakan objek penelitian ini di Pondok Pesantren Al-Falah Mojo Kediri dan sebagian nasabah pada Bank Syariah Mandiri mementingkan religiusitas.

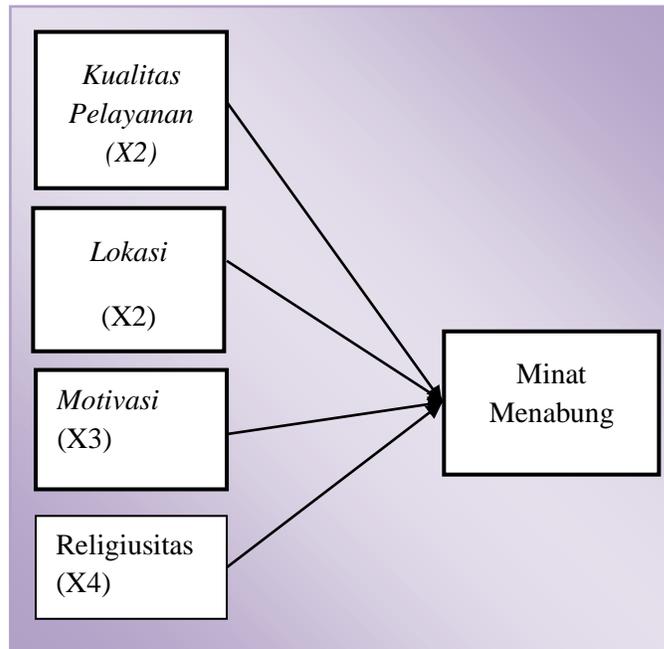
L. Kerangka Konseptual

Kerangka konseptual merupakan model konseptual tentang teori yang berhubungan dengan berbagai faktor yang telah diidentifikasi sebagai masalah yang penting. Kerangka konseptual dipaparkan berdasarkan rumusan masalah serta landasan teori dari tinjauan penelitian terdahulu.

Dalam penelitian ini terdapat empat variabel independen seperti Kualitas Pelayanan (X1), Lokasi (X2), Motivasi (X3), dan Religiusitas (X4) dan variabel dependen Minat Menabung Nasabah (Y). Berikut model kerangka konseptual penelitian ini :

Gambar 2.1

Kerangka Konseptual



M. Maaping Variabel, Teori, Dan Indikator

1. X_1 (Kualitas Pelayanan)

Variabel	Teori	Indikator	Skala	No. Item
Kualitas Pelayanan (X_1) ⁸⁴	Tangibles (bukti fisik) ($X_1, 1$)	a. Tempat parkir luas b. Tata ruang rapi	Likert	1, 2
	Reliability (keadalan) ($X_1, 2$)	a. Karyawan yang cepat dan tanggap b. Memberi informasi yang akurat		3,4

⁸⁴ Fitriya Dini Qoyyimah, *Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan Brand Image Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Produk Dengan Kepercayaan Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Bank BRI Syariah KCP Purwodadi)*, Skripsi : IAIN Salatiga, 2018.

	Responsiveness (daya tanggap) (X ₁ , 3)	a. Karyawan yang penuh perhatian b. Ikut dalam mengatasi masalah dan memberikan solusi		5,6
	Assurance (jaminan) (X ₁ , 4)	a. Jaminan keamanan dalam bertransaksi b. Menjaga uang dalam transaksi		7,8
	Emphaty (perhatian) (X ₁ , 5)	a. Mudah melakukan komunikasi b. Pelayanan yang sama tanpa dibedakan		9,10

2. X₂ (Lokasi)

Variabel	Teori	Indikator	Skala	No. Item
Lokasi (X ₂) ⁸⁵	Akses (X ₂ , 1)	a. Dapat ditempuh dengan kendaraan pribadi. b. Mudah dilewati	Likert	11,12
	Visibilitas (X ₂ , 2)	a. Dapat dilihat dalam jarak pandang normal. b. Warnanya menonjol yaitu ungu		13,14
	Tempat Parkir (X ₂ , 3)	a. Tempat parkir luas. b. Tempat parkir nyaman.		15,16
	Ekspansi	a. Terdapat tempat		17,

⁸⁵ Resti Nor Soelistya, *Pengaruh Religiusitas, Pendapatan, Informasi Produk Bank Syariah dan Lokasi Terhadap Minat Menabung di Bank Muamalat Kantor Cabang Kediri*, Skripsi : IAIN Tulungagung, 2020.

	(X ₂ , 4)	untuk perluasan kantor. b. Dapat menambahkan beberapa fasilitas kantor seperti mesin ATM.		18
	Lingkungan (X ₂ , 5)	a. Bank berada di lingkungan pinggir kota. b. Bank berada dilingkungan pusat pemberlanjaan.		19, 20

3. X₃ (Motivasi)

Variabel	Teori	Indikator	Skala	No. Item
Motivasi (X ₃) ⁸⁶	Motivasi Internal (X ₃ , 1)	a. Kemauan sendiri. b. Tidak adanya riba.	Likert	21, 22
	Motivasi Eksternal (X ₃ , 2)	a. Melihat dari spanduk, iklan tv, brosur. b. Terpengaruh oleh keluarga, teman, tetangga.		23, 24

4. X₄ (Religiusitas)

Variabel	Teori	Indikator	Skala	No. Item
Religiusitas	Dimensi Pengetah	a. Riba dilarang oleh agama Islam	Like rt	25, 26

⁸⁶ Fifi Puspita Sari, *Pengaruh Pengetahuan dan Motivasi Santri Terhadap Minat Dalam Memilih Produk-Produk Bank Syariah (Studi di Pondok Pesantren Ja-alhaq Kota Bengkulu)*, Skripsi : lain Bengkulu, 2019.

as (X ₄) ⁸⁷	uan Agama (X ₄ , 1)	b. Pelaku riba akan disiksa dunia dan akhirat		
	Dimensi Penghayatan (X ₄ , 2)	a. Menghindari perkara yang haram b. Menghindari riba atau bunga bank		27, 28
	Dimensi Pengalamanan (X ₄ , 3)	a. Menjauhi semua larangan b. Perintah Allah SWT diatas segalanya		29, 30

5. Y (Minat Menabung)

Variabel	Teori	Indikator	Skala	No. Item
Minat Menabung (Y) ⁸⁸	Kebudayaan (Y, 1)	a. Bebas riba b. Berguna di masa depan	Likert	31, 32
	Keluarga (Y, 2)	a. Karena anggota keluarga menggunakan b. Karena memiliki kebutuhan anggota keluarga		33, 34
	Sikap dan Kepercayaan (Y, 3)	a. Ingin mendapatkan keselamatan dunia dan akhirat. b. Sikap untuk mengurangi dosa karena		35, 36

⁸⁷ Putri Hartini, *Pengaruh Pengetahuan dan Religiusitas Terhadap Minat Santri Memilih Produk Perbankan Syariah (Studi Pada Pesantren Di Aceh Besar)*, Skripsi : UIN Ar-Raniry Banda Aceh, 2019.

⁸⁸ Taslim, *Pengaruh Promosi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Menabung Masyarakat Di Bank BNI Syariah KCP Wonomulyo*, Skripsi : UIN Alauddin Makassar, 2018.

		tidak menggunakan riba.	
	Motif Sosial (Y, 4)	a. Ramah terhadap nasabah. b. Tanggap dalam melayani.	37, 38
	Motivasi (Y, 5)	a. Ruangan bersih b. Udara didalam kantor sejuk dan wangi.	39, 40

N. Hipotesis Penelitian

Hipotesis penelitian merupakan dugaan sementara tentang adanya sesuatu atau kemungkinan terjadi sesuatu, dengan diikuti perkiraan apa sebabnya terjadi dengan demikian. Jadi hipotesis adalah dugaan sementara yang masih dibuktikan kebenarannya melalui suatu penelitian. Dan pada penelitian ini penulis merumuskan hipotesis penelitian sebagai berikut:

a. Pengaruh kualitas pelayanan terhadap minat menabung

H_0 : kualitas pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap minat menabung.

H_a : kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap minat menabung.

b. Pengaruh lokasi terhadap minat menabung

H_0 : lokasi tidak berpengaruh signifikan terhadap minat menabung.

H_a : lokasi berpengaruh signifikan terhadap minat menabung.

c. Pengaruh motivasi terhadap minat menabung

H_0 : motivasi tidak berpengaruh signifikan terhadap minat menabung.

H_a : motivasi berpengaruh signifikan terhadap minat menabung.

d. Pengaruh religiusitas terhadap minat menabung

H_0 : religiusitas tidak berpengaruh signifikan terhadap minat menabung.

H_a : religiusitas berpengaruh signifikan terhadap minat menabung.