

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Pendapatan

1. Pengertian Pendapatan

Pendapatan berdasarkan dari *Kamus Besar Bahasa Indonesia* memiliki arti hasil kerja (usaha atau sebagainya).¹ Sedangkan pendapat dalam kamus manajemen adalah uang yang diterima oleh perorangan, perusahaan dan organisasi lain dalam bentuk upah, gaji, sewa, bunga, komisi, ongkos dan laba.² Pendapatan sendiri menurut Ilmu Ekonomi adalah nilai maksimum yang dapat dikonsumsi seseorang dalam suatu periode dengan mengharapkan keasaan yang sama pada akhir periode seperti keadaan awal. Dalam ilmu ekonomi mikro Islam yang dikutip dari teori Keynes berpendapat bahwa tabungan adalah bagian dari pendapatan tidak dikonsumsi pada periode yang sama. Dijelaskan bahwa pendapatan yang diterima dapat dijadikan sebagian untuk konsumsi, dan sebagian lagi untuk disimpan/ditabung.³ Hal tersebut dapat dijelaskan dengan rumus persamaan sebagai berikut:

¹Kamus Besar Bahasa Indonesia

²BN. Marbun, *Kamus Manajemen*, (Jakarta: Pustaka Sinar Harapan, 2003), hlm. 230

³ Adiwarman A. Karim, *Ekonomi Makro Islami, ed. Ke-2* (Jakarta: PT RajaGrafindo, 2008), hal. 59.

$$Y = C + S$$

Dimana:

Y : Pendapatan,

C : Konsumsi,

S : Tabungan.

Secara teori hubungan antara tabungan dengan pendapatan adalah positif. Peningkatan pendapatan akan meningkatkan kemampuan masyarakat untuk menabung. Jika tingkat pendapatan meningkat maka tingkat tabungan juga akan meningkat.

Pendapatan seseorang juga dapat didefinisikan sebagai banyaknya penerimaan yang dinilai dengan satuan mata uang yang dapat dihasilkan seseorang atau suatu bangsa dalam periode tertentu. Reksoprayitno mendefinisikan: “Pendapatan (*revenue*) dapat diartikan sebagai total penerimaan yang diperoleh pada periode tertentu”. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa pendapatan adalah sebagai jumlah penghasilan yang diterima oleh para anggota masyarakat untuk jangka waktu tertentu sebagai balas jasa atau faktor-faktor produksi yang telah di sumbangkan.⁴

Pendapatan masyarakat adalah penerimaan dari gaji ata balas jasa dari hasil usaha yang diperoleh individu atau kelompok rumah tangga dala satu bulan dsan digunakan untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari. Sedangkan pendapatan dari usaha sampingan adalah pendapatan tambahan yang merupakan penerimaan lain dari luar aktifitas pokok atau pekerjaan

⁴Reksoprayitno, *Sistem Ekonomi dan Demokrasi Ekonomi*, (Jakarta: Bina Grafika, 2004), hlm. 79

pokok. Pendapatan sampingan yang diperoleh secara langsung dapat digunakan untuk menunjang atau menambah pendapatan pokok.

Soekartawi menjelaskan pendapatan akan mempengaruhi banyaknya barang yang dikonsumsi, bahwa sering kali dijumpai dengan bertambahnya pendapatan, maka barang yang dikonsumsi bukan saja bertambah, tapi juga kualitas barang tersebut ikut menjadi perhatian. Misalnya sebelum adanya penambahan pendapatan beras yang dikonsumsi adalah kualitas yang kurang baik, akan tetapi setelah adanya penambahan pendapatan maka konsumsi beras menjadi kualitas yang lebih baik.⁵

Pendapatan memiliki persamaan kata dengan pemasukan. Ibnu Sina berpendapat mengenai sumber pemasukan yaitu sesungguhnya rezeki kekayaan yang cukup merupakan perhiasan hidup yang paling indah bagi manusia, tetapi tergantung pada berhak dan tidaknya ia terhadap kekayaan tersebut. Untuk pengaturan anggaran, Ibnu Sina menganjurkan perhitungan anggaran secara cermat, baik mengenai pemasukan maupun pengeluarannya. Terhadap pengeluaran yang tidak wajib, setiap orang harus bersikap hari-hati agar tidak terjadi pengeluaran uang yang percuma. Pengeluaran wajib adalah sebagai berikut:

- a. Nafkah yaitu segala perongkosan yang diperlukan bagi hidupnya, misalnya perumahan, pakaian, makanan, belanja rumah tangga, biaya pendidikan, dan lain-lain.

⁵Soekartawi, *Faktor-Faktor Produksi*, (Jakarta: Salemba Empat, 2002), hlm. 132

- b. Amal kebijakan yaitu segala perbuatan amal untuk orang lain, baik masyarakat maupun negara.⁶

Berdasarkan penjelasan dapat disimpulkan bahwa pendapat setiap individu berbeda-beda. Dan pada dasarnya tinggi rendahnya tabungan tergantung kepada pendapatan yang diperolehnya. Tidak semua pendapatan yang diperoleh masyarakat dibelanjakan untuk barang dan jasa, tetapi sebagian akan ditabungkan. Tingginya tingkat tabungan bergantung pada besar kecilnya pendapatan seseorang. Secara tidak langsung pendapatan merupakan motor penggerak tabungan. Pendapatan tidak hanya dari satu sumber usaha atau pekerjaan, tetapi beberapa usaha atau pekerjaan. Total pendapatan yang diperoleh akan terbagi menjadi dua bagian yakni pendapatan kotor dan bersih. Pendapatan kotor adalah pendapatan sebelum dipotong pajak dan deduksi lainnya. Sedangkan pendapatan bersih adalah pendapatan hasil pengurangan pajak dan deduksi lain pada pendapatan kotor.

2. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pendapatan

- a. Kesempatan kerja yang tersedia, semakin banyak kesempatan kerja yang tersedia berarti semakin banyak penghasilan yang bisa diperoleh dari hasil kerja tersebut.
- b. Kecapakan dan Keahlian, dengan bekal kecakapan dan keahlian yang tinggi akan dapat meningkatkan efisiensi dan efektifitas yang pada akhirnya berpengaruh pula terhadap penghasilan.

⁶Abdullah Zaky Al Kaaf, *Ekonomi Dalam Perspektif Islam*, (Bandung: Pustaka Setia, 2002), hal. 182

- c. Motivasi atau dorongan juga mempengaruhi jumlah penghasilan yang diperoleh, semakin besar dorongan seseorang untuk melakukan pekerjaan, semakin besar pula penghasilan yang diperoleh.
- d. Keuletan bekerja, pengertian keuletan dapat disamakan dengan ketekunan, keberanian untuk menghadapi segala macam tantangan. Bila saat menghadapi kegagalan maka kegagalan tersebut dijadikan sebagai bekal untuk meniti ke arah kesuksesan dan keberhasilan.
- e. Banyak sedikitnya modal yang digunakan, besar kecilnya usaha yang dilakukan seseorang sangat dipengaruhi oleh besar kecilnya modal yang dipergunakan.

Sedangkan menurut Boediono pendapatan seseorang dipengaruhi oleh beberapa faktor, antara lain:⁷

- a) Jumlah faktor-faktor produksi yang dimiliki yang bersumber pada hasil-hasil tabungan tahun ini dan warisan atau pemberian.
- b) Harga per unit dari masing-masing faktor produksi, harga ini ditentukan oleh penawaran dan permintaan di pasar faktor produksi.
- c) Hasil kegiatan anggota keluarga sebagai pekerjaan sampingan.

3. Sumber Pendapatan

Pendapatan seseorang harus dapat digunakan untuk menentukan tingkat kesejahteraan sebab dengan pendapatan seseorang akan dapat memenuhi kebutuhan hidupnya sehari-hari baik secara langsung maupun tidak langsung. Sumber pendapatan masyarakat terdiri dari:⁸

⁷Boediono, *Pengantar Ekonomi*, (Jakarta: Erlangga, 2002), hlm. 150

⁸Michell Rinda Nursandy, *Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pendapatan Pengusaha Tape di Desa Sumber Tengah Kecamatan Binakal Kabupaten Bondowoso*, Skripsi tidak diterbitkan.

- a. Di sektor formal berupa gaji dan upah yang diperoleh secara tetap dan jumlah yang telah ditentukan.
- b. Di sektor informasi berupa pendapatan yang bersumber dari perolehan atau penghasilan tambahan seperti: penghasilan dagang, tukang, buruh, dan lain-lain.
- c. Di sektor subsisten merupakan pendapatan yang bersumber dari hasil usaha sendiri berupa tanaman, ternak, kiriman dan pemberian orang lain.

Pendapatan sektor informal adalah segala penghasilan yang berupa uang maupun barang yang diterima, biasanya sebagai balas jasa dari sektor informal. Sumber pendapatan ini berupa:⁹

- a) Pendapatan dari usaha, meliputi: hasil bersih dari hasil usaha sendiri, komisi dan penjualan.
- b) Pendapatan dari investasi.
- c) Pendapatan dari keuntungan sosial.

Menurut Tohar, pendapatan perseorangan adalah jumlah pendapatan yang diterima setiap orang dalam masyarakat yang sebelum dikurangi transfer payment. Transfer payment yaitu pendapatan yang tidak berdasarkan balas jasa dalam proses produksi dalam tahun yang bersangkutan. Pendapatan dibedakan menjadi :

⁹Rosy Pradipta Angga Purnama, Analisis Pengaruh Modal, Tenaga Kerja, Lama Usaha, dan Teknologi Proses Produksi terhadap Produksi Kerajinan Kendang Jimbe di Kota Blitar, (Malang: Universitas Brawijaya, 2014), *Jurnal Ilmiah*.

- a. Pendapatan asli yaitu pendapatan yang diterima oleh setiap orang yang langsung ikut serta dalam produksi barang.
- b. Pendapatan turunan (sekunder) yaitu pendapatan dari golongan penduduk lainnya yang tidak langsung ikut serta dalam produksi barang seperti dokter, ahli hukum dan pegawai negeri.

Sedangkan pendapatan menurut perolehannya dibedakan menjadi:

- 1) Pendapatan kotor yaitu pendapatan yang diperoleh sebelum dikurangi pengeluaran dan biaya-biaya.
- 2) Pendapatan bersih yaitu pendapatan yang diperoleh sesudah dikurangi pengeluaran dan biaya-biaya.

Menurut Faisal H. Basri, secara garis besar pendapatan digolongkan menjadi empat kelompok, yaitu:¹⁰

1. Gaji dan upah. Imbalan yang diperoleh setelah orang tersebut melakukan pekerjaan untuk orang lain yang diberikan dalam waktu satu hari, satu minggu maupun satu bulan.
2. Pendapatan dari usaha sendiri. Merupakan nilai total dari hasil produksi yang dikurangi dengan biaya-biaya yang dibayar dan usaha ini merupakan usaha milik sendiri atau keluarga sendiri, nilai sewa kapital milik sendiri dan semua biaya ini biasanya tidak diperhitungkan.
3. Pendapatan dari usaha lain. Pendapatan yang diperoleh tanpa mencurahkan tenaga kerja, dan ini biasanya merupakan pendapatan sampingan antara lain, pendapatan dari hasil menyewakan asset yang

¹⁰Faisal H. Basri, *Perekonomian Indonesia Menjelang Abad XXI*, (Jakarta: Erlangga, 1995), hlm. 186.

dimiliki seperti rumah, ternak dan barang lain, bunga dari uang, sumbangan dari pihak lain, pendapatan dari pensiun, dan lain-lain.

4. Pendapatan dari transfer rumah tangga lain yang terdiri dari uang kiriman, warisan sumbangan, hadiah, hibah dan bantuan.

Menurut BPS,¹¹ pendapatan digolongkan menjadi 4 bagian sebagai berikut:

- 1) Golongan pendapatan sangat tinggi, jika pendapatan rata-rata lebih dari Rp 6.000.000,00 per bulan.
- 2) Golongan pendapatan tinggi, jika pendapatan rata-rata antara Rp 4.000.000,00 hingga Rp 6.000.000,00 per bulan.
- 3) Golongan pendapatan sedang, jika pendapatan rata-rata antara Rp 2.000.000,00 hingga Rp 4.000.000,00 per bulan.
- 4) Golongan pendapatan rendah, jika pendapatan rata-rata Rp. 2.000.000,00 per bulan.

Tingkat pendapatan merupakan salah satu kriteria maju tidaknya suatu daerah. Bila pendapatan suatu daerah relatif rendah, dapat dikatakan bahwa kemajuan dan kesejahteraan tersebut akan rendah pula. Kelebihan dari konsumsi maka akan disimpan pada bank yang tujuannya adalah berjaga-jaga apabila baik kemajuan dibidang pendidikan, produksi dan lain sebagainya juga mempengaruhi tingkat tabungan masyarakat. Demikian pula hanya bila pendapatan masyarakat suatu daerah relatif

¹¹BPS (Badan Pusat Statistik), 2016, *Penggolongan Pendapatan Penduduk*, Jakarta

tinggi, maka tingkat kesejahteraan dan kemajuan daerah tersebut tinggi pula.¹²

Tingkat pendapatan juga merupakan faktor penentu dalam pengambilan keputusan masyarakat untuk menggunakan jasa perbankan syariah. Menurut Keynes pula tidak semua pendapatan yang diperoleh digunakan untuk membeli barang atau jasa, melainkan ditabungkan. Tingginya tingkat tabungan tergantung pada besar kecilnya pendapat yang tidak dibelanjakan. Toweulu menyatakan bahwa “Untuk memperbesar pendapatan, seseorang anggota keluarga dapat mencari pendapatan dari sumber lain atau membantu pekerjaan kepala keluarga sehingga pendapatannya bertambah.”¹³

B. Pengetahuan Tentang Informasi Produk Bank Syariah

1. Pengetian pengetahuan produk

Product Knowledge dalam bahasa Indonesia dapat diartikan sebagai pengetahuan yang dimiliki oleh konsumen mengenai produk/jasa yang akan dikonsumsi.¹⁴ Pengetahuan produk merupakan kumpulan berbagai macam informasi mengenai produk.¹⁵ Semakin banyak pengetahuan dan informasi terhadap produk yang dimiliki oleh konsumen, maka konsumen

¹²Mahyu Danil, “Pengaruh Pendapatan Terhadap Tingkat Konsumsi pada Pegawai Negeri Sipil di Kantor Bupati Kabupaten Bireuen”, *Jurnal Ekonomika Universitas Almuslim Bireuen Aceh*, Vol. IV No. 7, 2013, hlm. 9

¹³Sudarman Toweulu, *Ekonomi Indonesia*, (Jakarta: Raja Grafindo, 2001), hlm. 3

¹⁴Elsye Rumondang Daminik, Bagaimana “Product Knowledge dan Product Involvement Memotivasi Konsumen”, *Jurnal Humaniora*, Vol. 4, No. 2, (Oktober 2013), hal. 1336

¹⁵Ujang Sumarwan, *Perilaku Konsumen: Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*, (Jakarta: PT Ghalia Indonesia, 2011), hal. 148

akan semakin cepat dalam memutuskan pembelian terhadap suatu produk.¹⁶

*“Product knowledge refers to the amount of information a consumer has stored in her on his memory about particular product class, product form, brands, models, and ways to purchase them”.*¹⁷Dari pengertian tersebut dapat diketahui bahwa pengetahuan produk mengacu pada jumlah informasi konsumen yang telah disimpan dalam dirinya atau ingatannya tentang kelas produk tertentu, bentuk produk, merek, model, dan cara-cara mereka untuk membeli.

Ujang Sumarwan menjelaskan bahwa pengetahuan adalah suatu perubahan dalam perilaku suatu individu yang berasal dari pengalaman. Dijelaskan bahwa ketika konsumen memiliki pengetahuan lebih banyak, maka ia akan lebih baik dalam mengambil keputusan, ia akan lebih efisien dan lebih tepat mengolah informasi dan mampu menyampaikan informasi dengan baik.

Pengetahuan produk diperlukan sebagai dasar suksesnya suatu produk, biasanya melalui penggunaan/ keterlibatan pada suatu produk. Pengetahuan konsumen tentang suatu produk diharapkan dapat mempengaruhi kepuasan secara positif, sebab suatu pengetahuan akan membuat tentang produk akan lebih realistis.¹⁸

¹⁶W. Charles Lamb, et.al, *Pemasaran*, Edisi Pertama, (Jakarta: Salemba Empat, 2001), hal. 192

¹⁷J. Paul Peter dan James H. Donnelly, *Marketing Management*, (McGraw. Hill Irwin, 2007), hal. 46.

¹⁸Sri Kussujaniatun, “Pengaruh Pengetahuan Produk, Nilai, dan Kalitas Yang Dipersepsikan terhadap Kepuasan Pelanggan Mobil Toyota”, *Jurnal Bisnis dan Manajemen*, Vol. 5, No. 1, (April, 2011), hal. 31

Informasi merupakan hasil dari komunikasi, baik komunikasi langsung maupun tidak langsung. Dengan adanya informasi, berarti seseorang semakin mengenal suatu objek. Informasi juga dapat membangkitkan minat seseorang untuk mengonsumsi suatu produk. Seseorang yang aktif mencari informasi tentang suatu produk, biasanya mempunyai minat yang lebih tinggi terhadap produk tersebut daripada orang yang pasif mencari informasi. Informasi merupakan salah satu dari tiga *background factors* yang ada di *Theory of Planned Behavior*, selain faktor pribadi dan sosial.

Informasi dalam penelitian ini meliputi pengalaman, pengetahuan, dan pemberitaan media massa. Hubungan antara informasi dengan intensi menabung di bank syariah merupakan hubungan yang sifatnya berbanding lurus. Seseorang yang mempunyai informasi baik tentang bank syariah lebih banyak, atau seseorang yang lebih aktif mencari informasi mengenai bank syariah, biasanya mempunyai keinginan untuk menabung di bank syariah lebih tinggi daripada yang tidak.

2. Jenis Pengetahuan Produk

Menurut J Paul Peter dan Jerry C. Olson membagi pengetahuan menjadi tiga jenis pengetahuan produk yaitu pengetahuan tentang karakteristik atau atribut produk, pengetahuan tentang manfaat produk, dan pengetahuan tentang kepuasan yang diberikan produk bagi konsumen.¹⁹ Pelaku usaha yang berpengalaman akan memberikan

¹⁹ Eko Yuliawan, "Pengaruh Pengetahuan Konsumen Mengenai Perbankan Syariah terhadap Keputusan Menjadi Nasabah pada PT Bank Syariah cabang Bandung", *Wira Ekonomi Mikroskil*, Vol. 1, No. 01, (April 2011), hal. 22

informasi dan pemahaman kepada setiap calon pembeli khususnya kepada masyarakat pada umumnya.

a. Pengetahuan tentang karakteristik atau atribut produk

Atribut dapat diartikan sebagai karakteristik nyata dan tidak nyata (*tangible dan intangible*) dari produk yang memberikan kepuasan subjektif atau pemuasan kebutuhan bagi konsumen.²⁰ Menurut Tjiptono menyatakan bahwa atribut produk adalah unsur-unsur produk yang dipandang penting oleh konsumen dan dijadikan dasar pengalaman keputusan. Atribut suatu produk dapat dibedakan menjadi atribut fisik dan atribut abstrak.

b. Pengetahuan tentang manfaat produk

Jenis pengetahuan produk yang kedua adalah pengetahuan tentang manfaat produk. Pengetahuan manfaat produk merupakan suatu hal yang penting bagi konsumen. Konsumen juga berfikir tentang manfaat yang didapatkan setelah membeli atau menggunakan produk tersebut. Manfaat yang didapat bisa berupa manfaat fungsional dan manfaat psikososial. Karena pengetahuan ini akan mempengaruhi keputusan pembelinya.

c. Pengetahuan tentang kepuasan yang diberikan produk bagi konsumen

Untuk mengetahui suatu kepuasan yang diberikan produk kepada konsumen adalah jika produk tersebut telah digunakan atau dikonsumsi oleh konsumen. Agar produk tersebut bisa memberikan

²⁰Kusmayasari et al., "Pengaruh Atribut Produk terhadap Keputusan Pembelian dan Kepuasan Konsumen Green Product", *Jurnal Administrasi Bisnis*, Vol. 14, No. 1, (Desember, 2010), hal. 3

kepuasan yang maksimal kepada konsumen, maka konsumen harus bisa menggunakan atau mengkonsumsi produk dengan benar.

Produk adalah sesuatu yang memberikan manfaat baik dalam hal memenuhi kebutuhan sehari-hari atau sesuatu yang ingin dimiliki oleh konsumen. Produk biasanya digunakan untuk konsumsi baik untuk kebutuhan jasmani maupun rohani.²¹ Produk juga diartikan sebagai segala sesuatu yang dapat ditawarkan untuk mendapatkan perhatian, kemahiran, penggunaan, atau konsumsi yang mungkin memuaskan suatu kebutuhan dan keinginan.²² Pada dasarnya, produk yang ditawarkan oleh Bank Syariah dapat dibagikan menjadi tiga bagian besar, yaitu:²³

1) Produk penghimpunan dana (*funding*)

Penghimpunan dana di Bank Syariah dapat berbentuk giro, tabungan dan deposito. Prinsip operasional syariah yang diterapkan adalah prinsip *wadiah* dan *mdharabah*. *Wadiah* yang diterapkan adalah *wadiah yad-dhamanah* dalam produk rekening giro. Berbeda dengan *wadiah al-amanah* yang mempunyai prinsip harta titipan dan tidak boleh dimanfaatkan oleh pihak yang dititipkan. Pada *wadiah yad-dhamanah* pihak-pihak yang dititipkan (bank) bertanggung jawab atas keutuhan harta titipan sehingga boleh memanfaatkan harta titipan tersebut. *Mudharabah* di sini dimana bank sebagai *mudharib* (pengelola) dan deposan sebagai *sohibul mal* (pemilik modal).

²¹Kasmir, *Pemasaran Bank* Edisi Revisi, (Jakarta: Kencana, 2004), hal. 136

²²Mariza Shabastian dan Hatane Samuel, "Pengaruh Strategi Harga dan Strategi Produk terhadap *Brand Loyalty* di Tator Cafe Surabaya Town Square", *Jurnal Manajemen Pemasaran*, Vol. 1, No. 1, (2013), hal. 2

²³Adiwarman A Karim, *Bank Islam; Analisis Fiqih dan Keuangan*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2004), hal. 97.

Mudharabah dibagi menjadi dua yakni *mutlaqah* dan *muqayyadah*. *Mudharabah mutlaqah* adalah deposit memberikan hak sepenuhnya kepada bank untuk memutar atau menginvestasikan dananya. Sedangkan *mudharabah muqayyadah* adalah deposit memberi batasan kepada bank untuk menginvestasikan dananya sebagai contoh batasan pada tempat, jenis usaha dan lainnya.

2) Produk penyaluran dana (*landing*)

Dalam penyaluran dananya, secara garis besar produk pembiayaan syariah dibagi dalam empat kategori yang dibedakan berdasarkan kepada tujuan penggunaannya.

a. Pembiayaan dengan prinsip jual beli.

Berdasarkan bentuk pembayarannya dan waktu penyerahan barangnya, dibedakan menjadi pembiayaan *murabahah*, pembiayaan *salam*, dan pembiayaan *istisna'*. *Murabahah* merupakan pembiayaan dimana bank sebagai penjual dan nasabah sebagai pembeli. harga jual adalah harga beli bank dari pemasok disertai dengan margin yang disepakati. Dalam *murabahah* penyerahan barang dilakukan secara berangsur. *Salam* adalah transaksi jual beli dengan barang yang belum ada. Pembayaran dalam transaksi *salam* dilakukan secara tunai di muka dan penyerahan barang dilakukan setelahnya. Transaksi *salam* dimana bank bertindak sebagai pembeli dan nasabah sebagai penjual. *Istisna'* merupakan transaksi yang mirip dengan *salam*, akan tetapi pembayaran dapat dilakukan secara berangsur.

b. Pembiayaan dengan prinsip sewa

Prinsip syariah yang digunakan yakni *ijarah* dan *ijarah muntahiya bitamlik* (IMBT). Pada *ijarah* objek transaksinya adalah jasa. Seperti halnya penyewaan traktor dan alat-alat produk lainnya. (*operating lease*). Secara tehnik bank dapat membeli dahulu barang yang dibutuhkan oleh nasabah, kemudian barang tersebut disewakan dalam waktu yang telah disepakati oleh nasabah. Sedangkan IMBT merupakan sewa yang diikuti pemindahan kepemilikan.

c. Pembiayaan dengan prinsip bagi hasil

Produk pembiayaan syariah yang didasarkan atas prinsip bagi hasil adalah pembiayaan *musyarakah* dan pembiayaan *mudharabah*. Musyarakah disini baik bank dan nasabah memberikan kontribusi dengan keuntungan dan kerugian yang ditanggung bersama sesuai kesepakatan. Sedangkan *mudharabah* dimana salah satu pihak sebagai pemilik modal dan yang satunya lagi sebagai pengelola.

d. Pembiayaan dengan akad pelengkap

Akad pelengkap ini tidak ditujukan untuk mencari keuntungan, tetapi dengan tujuan untuk mempermudah pelaksanaan pembiayaan. Yang termasuk dalam akad pelengkap ini adalah *hiwalah* (peralihan hutang), *rahn* (gadai), *qard* (pinjaman uang), *wakalah* (perwakilan), dan *kafalah* (garansi bank).

3) Produk jasa perbankan

Selain menjalankan fungsinya sebagai intermediasi, bank syariah dapat pula melakukan berbagai pelayanan jasa perbankan pada nasabah. Jasa tersebut diantaranya ada *sarf* (jual beli valuta asing) dan *ijarah* (sewa) misalnya penyewaan kotak penyimpanan (*save deposit box*) dan jasa tata laksana administrasi dokumen (*custodian*).

C. Pelayanan Bank

1. Pengertian Pelayanan

Menurut Kotler, pelayanan adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak ke pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun. Pelayanan merupakan perilaku produsen dalam rangka memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen demi tercapainya kepuasan pada konsumen itu sendiri.²⁴ Faktor-faktor yang mempengaruhi nasabah yaitu pelayanan yang cepat dan efisien, sumber daya manusia yang profesional dan transparan, sikap dan perilaku karyawan yang ramah dan sopan, adanya jaminan keamanan dana nasabah.²⁵

Pelayanan pada dasarnya dapat didefinisikan sebagai aktifitas seseorang, sekelompok atau organisasi baik langsung maupun tidak langsung untuk memenuhi kebutuhan. Moenir mengatakan bahwa pelayanan adalah proses pemenuhan kebutuhan melalui aktivitas orang

²⁴Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran di Indonesia: Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian* (Jakarta: Salemba Empat, 2002), hal. 83.

²⁵Kasmir, *"Etika Customer Service"* (Jakarta: PT Raja Grafindo, 2005), hal. 15.

lain secara langsung. Standar dalam pelayanan adalah ukuran yang telah ditentukan sebagai suatu pembakuan pelayanan yang baik. Salam standar pelayanan ini juga terdapat baku mutu pelayanan. Adapun mutu merupakan kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan pihak yang menginginkan.²⁶

Adapun karakteristik pelayanan agar menjadi dasar bagaimana memberikan pelayanan yang baik, yaitu:

- a. Pelayanan bersifat tidak dapat diraba, pelayanan sangat berlawanan sifatnya dengan barang jadi.
- b. Pelayanan itu kenyataannya terdiri dari tindakan nyata dan merupakan pengaruh yang sifatnya adalah tindakan sosial.
- c. Produksi dan konsumsi dari pelayanan tidak dapat dipisahkan secara nyata, karena pada umumnya kejadiannya bersama dan terjadi di tempat yang sama.

Dari karakteristik di atas maka dapat dijadikan sebagai dasar perusahaan memberikan pelayanan kepada konsumennya. Pelayanan yang diberikan harus nyata dan merupakan tindakan yang langsung dirasakan oleh konsumen, sehingga konsumen dapat merasakan secara langsung dan merasa puas dengan pelayanan yang diberikan.

²⁶M. Nur Rianto, *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*, (Bandung: Alfabeta, 2010), hal. 211-212.

2. Dimensi Kualitas Pelayanan

Dalam salah satu studi mengenai *service quality* oleh Parasuraman terdapat lima dimensi *service quality* sebagai berikut:²⁷

- 1) Berwujud (*Tangibles*), yaitu kemampuan suatu perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal. Penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana fisik perusahaan yang dapat diandalkan keadaan lingkungan sekitarnya merupakan bukti fisik nyata dari pelayanan yang diberikan oleh pemberi jasa. Hal ini meliputi fasilitas fisik (seperti gedung, gudang, dan lainnya), perlengkapan dan peralatan yang digunakan (teknologi) dan penampilan pegawainya.
- 2) Keandalan (*Reability*), yaitu kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai dengan yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya. Kinerja harus sesuai dengan harapan pelanggan yang berarti ketepatan waktu, pelayanan yang sama untuk semua pelanggan tanpa kesalahan, sikap yang simpatik dan dengan akurasi yang tinggi.
- 3) Ketanggapan (*Responsiveness*), yaitu suatu kebijakan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat (Responsif) dan tepat kepada pelanggan, dengan penyampaian informasi yang jelas. Membiarkan konsumen menunggu persepsi yang negatif dalam kualitas pelayanan.
- 4) Jaminan dan kepastian (*Assurance*), yaitu pengetahuan, kesopansantunan dan kemampuan para pegawai perusahaan untuk

²⁷Rambat Lupiyoadi dan A. Hamdani, *Manajemen Pemasaran Jasa* (Jakarta: Salemba Empat, 2011), hal. 182.

menumbuhkan rasa percaya para pelanggan kepada perusahaan. Hal ini meliputi beberapa komponen antara lain komunikasi, kredibilitas, keamanan, kompetensi dan sopan santun.

- 5) Empati (*Emphaty*), yaitu memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang memberikan kepada para pelanggan dengan berupaya memahami keinginan konsumen. Di mana suatu perusahaan diharapkan memiliki pengertian dan pengetahuan tentang pelanggan, memahami kebutuhan pelanggan secara spesifik, serta memiliki waktu pengoperasian yang nyaman bagi pelanggan.

Pelayanan adalah kunci keberhasilan dalam berbagai usaha atau kegiatan yang bersifat jasa. Peranannya akan lebih besar dan bersifat menentukan manakala dalam kegiatan-kegiatan jasa di masyarakat terdapat kompetisi dalam usaha merebut pasaran atau langganan. Suatu perusahaan seperti perbankan untuk menarik perhatian nasabah harus memiliki layanan yang baik agar nasabah merasa puas.

Bagi nasabah yang mengutamakan keuntungan atau kemanfaatan yang diperoleh dari kualitas layanan (*service*) adalah juga faktor yang mempengaruhi nasabah memilih suatu produk. Jika pelayanan yang diterimanya buruk, sudah pasti nasabah beralih ke produk lain. Sebaliknya, jika pelayanan baik, mereka tidak akan segan-segan untuk setia pada produk tersebut.

Adapun yang termasuk dalam kategori pelayanan adalah bagaimana keramahan pelayanan costumer officer dan juga kualitas produk yang

ditawarkan. Selain itu, ketepatan waktu serta memprioritaskan nasabah dan kenyamanan ruang tempat transaksi termasuk juga menjadi pertimbangan nasabah, ketepatan pencatatan merupakan hal yang penting sebagai bukti administrasi dan transaksi kedua belah pihak dan itu diharuskan.

D. Intensi Menabung

Perilaku menabung seringkali sulit untuk dijelaskan dan diprediksi karena banyak faktor yang mempengaruhinya. Sebelum itu tampak di permukaan secara kasat mata, tentu terdapat disposisi yang mendahuluinya. Disposisi yang mendahului perilaku ini lah yang dinamakan intensi. Intensi merupakan prediktor terbaik terhadap kemunculan perilaku dan hampir tidak dapat dipisahkan dari tiap perilaku. Intensi merupakan pernyataan individu tentang niatnya untuk melakukan tingkah laku. Pengukuran intensi ini sangat berguna dalam memprediksi tingkah laku dan sudah di uji oleh beberapa ahli sebagai prediktor terbaik pada tingkah laku yang akan dimunculkan.

1. Pengertian Intensi

Menurut KBBI, intensi mempunyai makna yang sama dengan niat, yaitu maksud dan tujuan. Intensi (niat) menabung di bank syariah mempunyai maksud yang mirip dengan niat membeli/ niat beli, karena mengarah pada ketertarikan kepada bank syariah. Sikap sering diekspresikan sebagai niat konsumen. Jadi dapat disimpulkan bahwa niat menabung merupakan kemauan, kesediaan, serta keinginan yang kuat dari

individu untuk menyimpan uang dan menanam modal di bank yang sifatnya produktif guna memenuhi kebutuhan di masa mendatang.

Banyak ahli yang mendefinisikan intensi, diantaranya Fishbein & Ajzen yang mendefinisikan intensi sebagai berikut:

“Person’s location on subjective probability dimension involving a relation between himself and some action. A behavioral intension, therefore refers to a person’s subjective probability that he will perform the behavior.”

Dapat disimpulkan, bahwa intensi merupakan posisi seseorang dalam dimensi probabilitas yang melibatkan suatu hubungan antara dirinya dengan tingkah laku. Sebuah intensi berperilaku oleh karena itu, merujuk pada probabilitas subyektif seseorang yang akan membentuk suatu perilaku.

Menurut Chaplin, intensi juga dapat didefinisikan sebagai maksud, pamrih, keinginan, tujuan, suatu perjuangan guna mencapai satu tujuan, ciri-ciri yang dapat dibedakan dari proses-proses psikologis, yang mencakup referensi atau kaitannya dengan suatu objek. Sedangkan menurut Ajzen intensi diartikan sebagai kecenderungan tingkah laku, yang hingga terdapat waktu dan kesempatan yang tepat akan diwujudkan dalam bentuk tindakan.

Dari definisi di atas dapat disimpulkan bahwa intensi adalah suatu niat dari individu untuk melakukan tingkah laku tertentu. Fishbein dan Ajzen menyatakan bahwa intensi berperilaku merupakan determinan terdekat dengan perilaku yang akan dilakukan seseorang.

Intensi sama saja dengan mempelajari kemungkinan seseorang dalam melakukan perilaku tertentu dan memprediksi apakah seseorang akan melakukan tindakan tertentu atau tidak, serta seberapa besar kemungkinan terealisasi dalam sebuah tindakan nyata. Dapat disimpulkan juga bahwa intensi merupakan konstruk dalam diri seseorang yang mengacu pada keinginan untuk melakukan tingkah laku tertentu.

2. Spesifikasi Intensi

Intensi sebagai alat untuk melakukan suatu tindakan demi mencapai tujuan tertentu memiliki beberapa aspek. Menurut Fishbein dan Ajzen intensi memiliki empat aspek, yaitu:

1. Perilaku (*behavior*), yaitu tindakan spesifik yang nantinya akan diwujudkan.
2. Sasaran (*target*), yaitu objek yang menjadi sasaran perilaku. Obyek yang menjadi sasaran dari perilaku spesifik dapat digolongkan menjadi tiga yaitu:
 - a. Orang/ obyek tertentu (*particular object*)
 - b. Sekelompok orang/ obyek (*a class of object*) dan
 - c. Orang atau obyek pada umumnya (*any object*)
3. Situasi (*situation*), yaitu situasi yang mendukung untuk dilakukannya suatu perilaku (bagaimana dan dimana perilaku itu akan diwujudkan). Situasi dapat pula diartikan sebagai lokasi dan keadaan terjadinya perilaku.
4. Waktu (*time*), yaitu waktu terjadinya perilaku yang meliputi waktu tertentu, dalam satu periode atau tidak terbatas dalam satu periode.

Misalnya waktu yang spesifik (hari tertentu, tanggal tertentu, jam tertentu), periode tertentu (bulan tertentu) dan waktu yang tidak terbatas (waktu yang akan datang). Berdasarkan aspek-aspek intensi dari kedua pendapat di atas dapat disimpulkan bahwa intensi memiliki empat aspek, yaitu perilaku atau tindakan, sasaran, situasi dan waktu.

3. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Terwujudnya Intensi

Ajzen menjelaskan mengenai faktor-faktor yang membuat seseorang mampu mewujudkan sebuah perilaku, terdiri atas faktor internal dan faktor eksternal.

a. Faktor Internal

Faktor internal seorang individu dapat mempengaruhi kesuksesan mewujudkan suatu perilaku. Beberapa faktor ini mudah dimodifikasi oleh pelatihan dan pengalaman, sementara sisanya lebih sulit untuk berubah.

1) Informasi, keterampilan dan kemampuan

Seseorang yang memiliki intensi untuk mewujudkan kemungkinan perilaku, selain dari usaha untuk melakukannya sendiri, ia juga membutuhkan informasi, keterampilan dan kemampuan. Kehidupan sehari-hari banyak memberikan contoh. Mungkin kita memiliki intensi mengajak orang lain agar memiliki satu persepsi yang sama dengan kita mengenai pandangan menabung pada bank. Namun intensi kita gagal dalam upaya apapun kita dikarenakan kita tidak memiliki pengetahuan yang cukup tentang produk bank. Kekurangan informasi, keterampilan

dan kemampuan seperti inilah yang akhirnya menggagalkan terwujudnya intensi.

2) Emosi dan Kompulsi

Kurangnya keterampilan, kemampuan dan informasi dapat menghasilkan masalah kontrol perilaku. Namun biasanya diasumsikan bahwa secara prinsip masalah ini dapat diatasi. Sebaliknya, beberapa jenis perilaku memiliki kekuatan yang tampaknya sebagian besar di luar kendali kita. Orang kadang terlihat tidak dapat berhenti berfikir atau bermimpi tentang peristiwa tertentu, berhenti berbicara, gagap, atau berhenti mencentang pada daftar list. Perilaku kompulsif ini dilakukan meskipun intensi dan usaha terpadu dilakukan untuk melakukan perilaku yang sebaliknya. Perilaku emosional terlihat memiliki karakteristik yang sama. Individu sering tidak dapat bertanggung jawab atas terjadinya perilaku yang terjadi di bawah tekanan atau dalam keadaan emosi yang kuat. Kontrol perilaku yang lemah pada seseorang sering disebut dengan keadaan “dikuasai oleh emosi”. Tindakan kekerasan dan buruknya sebuah kinerja di asumsikan terjadi dalam kondisi seperti itu dan tampaknya tidak banyak yang dapat dilakukan untuk mengubah hal itu.

Kesimpulannya, berbagai faktor internal dapat mempengaruhi kesuksesan perwujudan perilaku jika memiliki intensi atau pencapaian tujuan yang diinginkan. Mungkin cukup mudah untuk mendapatkan kontrol atas beberapa faktor, seperti

informasi, kemampuan dan keterampilan. Namun faktor lain seperti emosi yang intensif, stres atau kompulsi lebih sulit untuk dinetralisir.

b. Faktor Eksternal

Kontrol seseorang atas pencapaian tujuan perilaku juga dipengaruhi oleh situasi atau faktor lingkungan di luar individu. Faktor eksternal ini menentukan faktor mana yang ada di lingkungan yang memfasilitasi atau mengganggu perwujudan sebuah perilaku.

1. Kesempatan

Dibutuhkan sedikit imajinasi untuk menghargai pentingnya faktor kebetulan atau peluang untuk keberhasilan dalam eksekusi sebuah perilaku yang berintensi. Sebuah intensi untuk menabung di bank tidak dapat menjadi perilaku jika tidak memiliki pendapatan untuk ditabungkan atau jika seseorang mengalami kendala ketika akan datang ke bank untuk menabung. Di sini seseorang berusaha untuk mewujudkan intensi namun gagal karena keadaan sekitar menghalanginya. Walaupun intensi langsung akan terpengaruhi, keinginan dasar untuk melakukan sebuah perilaku tidak harus diubah. Lingkungan menghambat perilaku untuk mewujudkan perilaku dan akan memaksa untuk merubah rencana, namun tidak selalu dapat merubah intensi seseorang. Karena ada kemungkinan orang yang dihambat ini akan mencobanya lagi di lain waktu.

2. Ketergantungan pada yang lain

Setiap kali perwujudan perilaku tergantung pada tindakan orang lain, ada potensi kontrol yang tidak lengkap terhadap perilaku atau tujuan. Sebuah contoh yang baik mengenai ketergantungan perilaku misalnya kerja sama. Seseorang akan bisa bekerjasama dengan orang lain hanya jika orang yang diajak tersebut juga berkeinginan untuk bekerjasama.

Seperti waktu dan kesempatan, ketidak mampuan untuk berperilaku sesuai dengan intensi dapat disebabkan oleh ketergantungan pada kebutuhan seseorang tidak mempengaruhi intensi dari motivasi. Sering kali, seseorang yang meghadapi kesulitan yang berhubungan dengan ketergantungan interpersonal dapat membentuk perilaku yang diinginkan dalam kerjasama dengan partenr yang berbeda. Namun, bagaimanapun, hal ini tidak dapat terus menerus menjadi penyebab sebuah tindakan. Singkatnya, kekurangan kesempatan dan ketergantungan pada orang lain hanya membawa pada perubahan yang sementara pada intensi. Ketika lingkungan menolak terwujudnya sebuah perilaku, seseorang akan menunggu untuk kesempatan yang lebih baik.

Niat pembelian yang dimiliki konsumen berasal dari sikap dan penilaian konsumen terhadap suatu produk serta faktor-faktor eksternal dari produk tersebut. Niat pembelian dapat mengukur seberapa besar kemungkinan konsumen dalam membeli sebuah produk, dimana semakin tinggi niat pembeliannya, maka semakin

tinggi pula niat konsumen untuk membeli produk tersebut. Terdapat perbedaan antara pembeli aktual (pembelian langsung) dan kecenderungan pembelian. Pembelian aktual yaitu pembelian yang benar-benar dilakukan oleh konsumen. Sedangkan kecenderungan pembelian merupakan sebuah niat yang timbul pada konsumen untuk melakukan pembelian waktu yang akan datang. Di sini, intensi (niat) menabung termasuk ke dalam kecenderungan pembelian.

Durianto, mengemukakan tiga indikator niat membeli yang digunakan oleh pelanggan, yaitu:

- a) Intesitas pencarian informasi mengenai suatu produk
- b) Keinginan untuk membeli atau mencari produk
- c) Memiliki preferensi bahwa produk inilah yang diinginkan.²⁸

Intensi merupakan posisi seseorang dalam dimensi probabilitas yang melibatkan suatu hubungan antara dirinya dengan beberapa tindakan. Intensi dapat menunjukkan seberapa besar kemaan seseorang untuk berusaha melakukan suatu tingkah laku tertentu.

Setiap nasabah akan memilih akad yang berbeda-beda sesuai kebutuhannya. Hal ini juga berpengaruh pada frekuensi pengambilan tabungan. Nasabah yang memiliki pendapatan relatif tinggi maka akan mengambil produk investasi yang pengambilannya ditentukan dalam jangka waktu tertentu.

²⁸Desy Fatmawati, skripsi, Pengaruh pendapatan, Religiusitas, Dan Informasi Terhadap Intensi Menabung di Bank Syariah, 2015, Yogyakarta, Universitas Negeri Yogyakarta, hal 43-44

Berbeda dengan nasabah yang memiliki pendapatan relatif sedang atau rendah maka produk yang digunakan adalah tabungan umum yang bersifat penyimpanan berupa kartu kredit sehingga dapat di ambil sewaktu-waktu dan dimana pun ketika dibutuhkan.

4. Definisi Intensi Menabung

Setelah membahas mengenai teori intensi dan menabung, maka disimpulkan bahwa intensi menabung dapat didefinisikan sebagai niat yang kuat dari individu untuk menyimpan uang dan menanam modalnya di bank yang sifatnya produktif guna memenuhi kebutuhan di masa mendatang. Dalam mempersoalkan masalah tabungan masyarakat, perlu dibedakan pada dua pengertian berikut:²⁹

1. Kesanggupan Menabung (*ability to save*) adalah kemampuan suatu masyarakat untuk mengarahkan tabungan dalam negeri. Hal ini terutama tergantung kepada seperti yang dijelaskan di atas, tingkat pendapatan perkapita dan lain-lain. Dengan demikian kesanggupan menabung disebut juga sebagai tingkat tabungan potensial.
2. Kemauan Menabung (*willingness to save*) adalah besarnya tabungan yang sebenarnya diciptakan oleh suatu masyarakat, dengan demikian kemauan untuk menabung merupakan tingkat tabungan riil dari suatu masyarakat. Kemauan untuk menabung ditentukan oleh tingkat tabungan riil dari suatu masyarakat yang telah melakukan kegiatan

²⁹Bima Harya Putra, “Pengaruh Sosialisasi Keuangan Keluarga Terhadap Perilaku Menabung Mahasiswa”, *Jurnal Pendidikan Ekonomi Manajemen dan Keuangan*, Vol. 2, No. 2, November 2018, hal. 110

menabung. Dalam hal ini kemauan kemauan masyarakat untuk menabung dapat ditentukan oleh perkembangan lembaga keuangan yang ada dengan tingkat bunga yang dibayar oleh lembaga keuangan atas tabungan yang dilakukan oleh masyarakat. Jadi, dengan adanya tingkat bunga yang tinggi akan mendorong kemauan atau keinginan masyarakat dalam menabung. Selain tingkat suku bunga yang menjadi faktor dalam menentukan tingkat tabungan, pendapatan juga merupakan salah satu faktornya. Hal tersebut didasarkan pada pandangan Keynes seperti yang telah dijelaskan pada teori Keynes, yang mengatakan bahwa pendapatan merupakan salah satu faktor yang dapat menentukan tabungan.

Menabung merupakan bagian dari mempersiapkan perencanaan masa yang akan datang sekaligus untuk menghadapi hal-hal yang tidak diinginkan. Secara teknis, cara menabung yaitu menyisihkan harta yang dimiliki saat ini untuk memenuhi kebutuhan masa depan. Para pakar keuangan sering kali mengatakan bahwa cara terbijak untuk menabung yaitu mengambil 10% - 20% dari pendapatan. Berarti uang yang disimpan bukanlah sisa dari konsumsi, melainkan alokasi terencana di muka karena diambilkan sebelum pemenuhan kebutuhan konsumsi.³⁰ Islam melarang konsumsi yang berlebihan dan penimbunan kekayaan, karenanya dana perlu diorganisasikan dengan cara yang baik agar terus berkembang dan berkelanjutan. Aset tidak akan habis dikonsumsi tetapi harus ditabung atau diinvestasikan.³¹

³⁰Dwi Suwikyo, *Ayat-Ayat Ekonomi*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2010), hal. 176

³¹Ilfi Nur Diana, *Hadis-Hadis Ekonomi*, (Malang: UIN Maliki Press, 2012), hal. 117

Pendapatan sangat berpengaruh terhadap jumlah tabungan setiap nasabah karena kemampuan setiap nasabah berbeda dalam menyisihkan pendapatannya untuk ditabungkan. Semakin banyak pendapatan nasabah maka akan sering pula nasabah datang ke bank syariah untuk menabung, maka sebaliknya apabila dalam usaha nasabah mengalami kendala, maka nasabah tidak sering datang ke bank syariah dalam kurun waktu tertentu.

Setiap nasabah akan memilih akad yang berbeda-beda sesuai kebutuhannya. Hal ini juga berpengaruh pada frekuensi pengambilan tabungan. Nasabah yang memiliki pendapatan relatif tinggi maka akan menggunakan produk investasi yang pengambilannya ditentukan dalam jangka waktu tertentu dan bagi hasil yang sudah ditentukan pada awal akad. Sebaliknya berbeda dengan nasabah yang memiliki pendapatan relatif rendah atau sedang maka menggunakan produk tabungan umum, dimana produk tabungan umum bersifat penyimpanan sementara berupa kartu kredit sehingga memudahkan nasabah dalam bertransaksi dan dapat ditarik sewaktu-waktu dan dimanapun ketika dibutuhkan.

E. Bank Syariah

1. Pengertian Bank Syariah

Bank Syariah adalah bank yang menjalankan prakteknya sesuai dengan prinsip syariah. Dimana yang dimaksud dengan prinsip syariah adalah aturan perjanjian berdasarkan hukum Islam antara bank dan pihak lain untuk penyimpanan dana atau pembiayaan kegiatan usaha, atau kegiatan lainnya yang dinyatakan sesuai dengan syariah, antara lain

pembiayaan berdasarkan prinsip bagi hasil (*mudharabah*), pembiayaan berdasarkan prinsip penyetaan modal (*musyarakah*), prinsip jual beli barang dengan memperoleh keuntungan (*murabahah*), atau pembiayaan barang modal berdasarkan prinsip sewa murni tanpa pilihan (*ijarah*), atau dengan adanya pilihan pemindahan kepemilikan atas barang yang disewa dari pihak bank ke pihak lain (*ijarah wa itiqna*).³²

Bank merupakan lembaga keuangan yang menawarkan jasa simpanan, pinjaman (kredit) atau jasa keuangan lainnya yang dapat dilayani oleh bank umum (komersil) maupun bank perkreditan rakyat (BPR). Jenis bank dilihat dari segi mencari keuntungan dewasa ini terdiri dari bank yang beroperasi berdasarkan prinsip konvensional (barat) dan syariah (Islam). Bank menyediakan berbagai produk keuangan, baik dalam bentuk simpanan (rekening), pinjaman (kredit), valuta asing, maupun jasa keuangan lainnya, baik yang bersifat jangka pendek maupun jangka panjang. Bahkan perbankan juga dapat menjadi perantara antara lembaga keuangan untuk melakukan transaksi keuangan. Fungsi bank antara lain:

- a. *Agent of trust* yaitu lembaga yang landasannya adalah kepercayaan.
- b. *Agent of development* yaitu lembaga yang memobilisasi dana untuk pembangunan ekonomi.
- c. *Agent of service* yaitu lembaga yang memobilisasi jasa untuk pembangunan ekonomi. Jasa ini antara lain dapat berupa jasa-jasa

³²Undang-Undang RI No. 10 Tahun 1998 tentang Perbankan Syariah.

pengiriman uang, penitipan barang berharga, pemberian jaminan bank dan penyelesaian tagihan.³³

Syariah berasal dari bahasa Arab, dari akar kata *syara'a* yang berarti jalan, cara atau aturan. Dalam arti luas syariah yang dimaksud adalah seluruh ajaran dan norma-norma yang dibawa oleh Nabi Muhammad saw, yang mengatur kehidupan manusia baik dalam aspek kepercayaannya maupun dalam aspek tingkah laku. Dalam arti sempit syariah merujuk pada aspek praktis (amaniah) dari syariah dalam arti luas. syariah yang lebih sering dikenal dengan hukum Islam.

Pengertian perbankan syariah diperjelas lagi dalam Undang-Undang RI No. 21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah. Perbankan Syariah adalah segala sesuatu yang menyangkut tentang Bank Syariat dan Unit Usaha Syariah, mencakup kelembagaan, kegiatan usaha, serta cara dan proses dalam melaksanakan kegiatan usahanya. Bank merupakan suatu badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya kepada masyarakat dalam bentuk kredit dan atau dalam bentuk lainnya dengan tujuan meningkatkan taraf hidup rakyat. Sedangkan pengertian dari masing-masing lembaga seperti Bank Syariah, Bank Umum Syariah, BPRS dan UUS adalah sebagai berikut:³⁴

1. Bank Syariah adalah bank yang menjalankan kegiatan usahanya berdasarkan Prinsip Syariah dan menurut jenisnya terdiri dari Bank Umum Syariah dan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah.

³³Agung Mandiro Cahyono, *Metode Menabng Perspektif Zaman Nabi Yusuf AS*, Journal of Sharia Economics, Vol.1, No.2, Desember 2019, hal. 130-131

³⁴Undang-Undang RI Nomor 21 tahun 2008 tentang Perbankan Syariah.

2. Bank Umum Syariah adalah bank syariah yang kegiatannya memberikan jasa dalam lalu lintas pembayarannya.
3. Bank Pembiayaan Rakyat Syariah adalah Bank Syariah yang didalam kegiatannya tidak memberikan jasa dalam lalu lintas pembayaran.
4. Unit Usaha Syariah atau UUS adalah unit kerja dari kantor induk dari kantor atau unit yang melaksanakan kegiatan usaha berdasarkan prinsip syariah, atau unit kerja di kantor cabang dari suatu bank yang berkedudukan di luar negeri yang melaksanakan kegiatan usaha secara konvensional yang berfungsi sebagai kantor induk dari kantor cabang pembantu syariah atau unit syariah.

Untuk mengatasi pengoperasian bank dengan sistem bunga, Islam memperkenalkan prinsip-prinsip muamalah Islam. Dengan kata lain, Bank Syariah lahir sebagai salah satu solusi alternatif terhadap persoalan pertentangan antara bunga bank dengan riba. Dengan demikian, kerinduan umat Islam Indonesia yang ingin memepelaskan diri dari persoalan riba telah mendapat jawaban dengan lahirnya Bank Syariah.

Secara tegas UU No. 10 Tahun 1998 pasal 6 membolehkan bank umum melakukan kegiatan usaha secara konvensional menjadi kantor yang melakukan kegiatan usaha berdasarkan prinsip syariah. Bank syariah di Indonesia juga di batasi oleh pengawasan yang dilakukan oleh Dewan Pengawas Syariah (DPS), dimana setiap produk Bank Syariah harus mendapat persetujuan dari Dewan Pengawas Syariah terlebih dahulu sebelum diperkenalkan kepada masyarakat. Keberadaan DPS tersebut dalam kepengurusan bank syariah adalah atas persetujuan Bank Indonesia

dan Dewan Syariah Nasional (DSN) atas usul yang diajukan oleh pemilik bank syariah yang bersangkutan. Demikian menurut Pasal 31 PBI No. 6/24/PBI/2004.

Selain adanya peraturan-peraturan serta fungsi DPS dalam membantu perjalanan Bank Syariah, BI selaku regulatorpun berperan dalam operasional Bank Syariah di Indoensia. Aturan-aturan operasionalnya yang dikeluarkan BI sebagai landasan operasional Bank Syariah dikenal dengan istilah PBI (Peraturan Bank Indoensia).³⁵ Selain peraturan dari BI tersebut, juga ada peraturan lain yang mendukung operasional bank syariah, yaitu keputusan Presiden dan ketentuan lain dalam bentuk fatwa yang dikeluarkan oleh MUI dan DSN

Perbankan Syariah merupakan bank yang menerapkan nilai-nilai syariah salah satunya diantaranya pelanggaran unsur riba, seperti dijelaskan dalam beberapa ayat Al-Qur'an sebagai berikut:

1. Surat Al- Baqarah ayat 276

يَمْحَقُ اللَّهُ الرِّبَا وَيُرْبِي الصَّدَقَاتِ وَاللَّهُ لَا يُحِبُّ كُلَّ كَفَّارٍ


“Allah memusnahkan riba dan menyuburkan sedekah dan Allah tidak menyukai orang-orang yang tetap dalam kekafiran.”

³⁵Cik Basir, *Penyelesaian Sengketa Perbankan Syariah di Pengadilan Agama dan Mahkamah Syariah*, (Jakarta: Kencana, 2009) hal. 57.

2. Surat Ali Imran ayat 130

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ مِزَاجًا
وَأَتَّقُوا اللَّهَ لَعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ ﴿١٣٠﴾

“Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu memakan riba dengan berlipat ganda dan bertaqwalah kamu kepada Allah supaya kamu mendapat keberuntungan.”

3. Surat Ar-Ruum ayat 39

وَمَا ءَاتَيْتُمْ مِّن رِّبَا لِّيَرْبُوَ فِي أَمْوَالِ النَّاسِ فَلَا يَرْبُوا عِندَ
اللَّهِ وَمَا ءَاتَيْتُمْ مِّن زَكَاةٍ تُرِيدُونَ وَجْهَ اللَّهِ فَأُولَٰئِكَ هُمُ
الْمُضْعِفُونَ ﴿٣٩﴾

“Dan sesuatu riba yang kamu berikan agar dia bertambah pada harta manusia, padahal riba itu tidak menambah pada sisi Allah. Dan apa yang kamu berikan berupa zakat dengan maksud mencari ridha Allah SWT, mereka adalah orang-orang yang melipatgandakan.”

Adapun pelanggaran riba telah disebutkan dalam beberapa hadits, diantaranya:

- a. Riwayat Al-Bukhari dan Muslim dari Abu Hurairah menyatakan bahwa Nabi SAW bersabda:

عن أبي هريرة رضي الله عنه عن النبي صلى الله عليه وسلم قال اجْتَنِبُوا السَّبْعَ الْمُؤْبَقَاتِ قَالُوا يَا رَسُولَ اللَّهِ وَمَا هُنَّ قَالَ الشِّرْكُ بِاللَّهِ وَالشِّحْرُ وَقَتْلُ النَّفْسِ الَّتِي حَرَّمَ اللَّهُ إِلَّا بِالْحَقِّ وَأَكْلُ الرِّبَا وَأَكْلُ مَا لِي الْيَتِيمِ وَالنَّوْلي يَوْمَ الزَّحْفِ وَقَذْفُ الْمُحْصَنَاتِ الْمُؤْمِنَاتِ الْغَا فِلَاتِ

“Dari Abu Hurairah Ra. Dari Nabi SAW bersabda: *Jauhilah tujuh perkara yang membinasakan. Para sahabat bertanya: Wahai Rasulullah, Apakah itu?. Beliau bersabda: Syirik kepada Allah SWT, sihir, membunuh jiwa yang diharamkan oleh Allah SWT kecuali dengan haq, memakan riba, memakan harta anak yatim, kabur dari medan peperangan dan menuduh wanita mukmin yang suci berbuat zina.*” (Bukhari, Bab Ramyul Muhsanat, No.6351).

- b. Kitab Hadits *Musnad Ahmad* No. 13744

حدثنا هشيم عن أبي الزبير عن جابر قال لعن رسول الله صَلَّى الله عَلَيْهِ وَسَلَّمَ أَكَلَ الرَّبَا وَمُؤْكَلُهُ وَشَاهِدِيهِ وَكَاتِبُهُ

“Telah menceritakan kepada kami Husyaim dari Azzubair

berkata; Rasulullah SAW melaknat orang yang memakan riba, yang memberi makan dengan harta riba, dua saksinya dan penulisnya.”

2. Tujuan Bank Syariah

Secara umum tujuan berdirinya bank syariah adalah dapat memberikan sumbangan terhadap pertumbuhan ekonomi masyarakat melalui pembiayaan-pembiayaan yang dikeluarkan oleh bank syariah. Adapun secara khusus tujuan bank syariah diantaranya:³⁶

1. Menjadi perekat nasionalisme baru, artinya bank syariah dapat menjadi fasilitator aktif bagi terbentuknya jaringan usaha ekonomi kerakyatan.
2. Memberdayakan ekonomi masyarakat dan beroperasi secara transparan, artinya pengelolaan bank syariah harus dilandaskan pada

³⁶Muhammad, *Dasar-dasar Manajemen Bank Syariah Edisi Revisi*. (Yogyakarta: UII Press, 2006), hal. 15

visi ekonomi kerakyatan dan upaya ini terwujud apabila ada mekanisme operasi yang transparan.

3. Memberikan return yang lebih baik, artinya investasi bank syariah tidak memberikan janji yang pasti mengenai return yang diberikan kepada investor karena tergantung besarnya return. Apabila keuntungan lebih besar, investor akan ikut menikmatinya dalam jumlah lebih besar.
4. Mendorong penurunan spekulasi di pasar keuangan, artinya bank syariah lebih mengarahkan dananya untuk transaksi produktif.
5. Mendorong pemerataan pendapatan, artinya salah satu transaksi yang membedakan bank syariah dengan bank konvensional adalah pengumpulan dana Zakat, Infaq, dan Sedekah (ZIS). Peranan ZIS sendiri diantaranya untuk pemerataan pendapatan masyarakat.
6. Meningkatkan efisiensi mobilisasi dana.
7. *Uswah hasanah* sebagai implementasi moral dalam penyelenggaraan usaha bank.

3. Perbedaan Bank Syariah dan Bank Non Syariah

Perbankan di Indonesia menganut *dual system banking* (bank syariah dan bank konvensional), tapi keduanya memiliki perbedaan-perbedaan. Dimana perbedaan tersebut menjadikan kedua bank tersebut sangat bertolak belakang secara dasar. Perbedaan bank syariah dan bank konvensional tertera pada tabel 2.1 berikut:

Tabel 2.1
Perbedaan Bank Syariah dengan Bank Konvensional³⁷

No.	Bank Syariah	Bank Non Syariah
1.	Berorientasi pada kepentingan publik	Berorientasi pada kepentingan pribadi
2.	Dalam pelayanan, tidak bebas nilai (berdasarkan prinsip Islam)	Senantiasa bersifat bebas menilai (bersifat materialistis)
3.	Uang dianggap sebagai alat tukar saja dan tidak menganggapnya sebagai komoditi	Uang dianggap sebagai barang komoditi
4.	Investasi yang dilakukan relatif terbatas karena hanya pada kegiatan yang halal saja	Investasi yang dilakukan relatif luas karena termasuk kegiatan yang halal dan yang haram
5.	Hubungan dengan nasabah berbentuk dengan kemitraan	Hubungan dengan nasabah berbentuk hubungan kreditor-debitor
6.	Dalam operasinya menggunakan sistem bagi hasil , jual beli atau sewa	Dalam operasinya, menggunakan perangkat/sistem bunga
7.	Aktivitasnya tidak hanya berorientasi untuk mencapai keuntungan saja tetapi juga untuk mencapai <i>falah</i>	Aktivitasnya hanya berorientasi untuk mencapai keuntungan saja
8.	Penghimpunan dan penyaluran dana harus sesuai dengan fatwa Dewan Pengawas Syariah	Tidak memiliki Dewan Pengawas Syariah sehingga penghimpunan dana dan penyaluran dana tidak didasarkan fatwa

Sumber : Irsyad Lubis 2010; 109

4. Keistimewaan Bank Syariah

Bank Syariah sebagai alternatif perekonomian Indonesia dan bagi bank-bank konvensional yang dianggap kurang berhasil di dalam mengemban misi utamanya memiliki keistimewaan –keistimewaan yang juga merupakan perbedaan jika dibandingkan dengan Bank Konvensional.

Keistimewaan-keistimewaan Bank Syariah sebagai berikut:³⁸

³⁷Irsyad lubis, *Bank dan Lembaga Keuangan Lain*, (Medan: USU Press, 2010), hlm. 109

³⁸Cik Basir, *Penyelesaian Semgketa Perbankan Syariah di Pengadilan Agama dan Mahkamah Syariah* (Jakarta: Kencana, 2009) hal. 24.

- a) Mendorong kegiatan investasi dan menghambat simpanan yang tidak produktif melalui sistem operasi *profit* dan *loss sharing* sebagai pengganti bunga, baik yang diterapkan kepada nasabah *al-mudharabah* dan *al-musyarakah*, maupun yang diterapkan kepada banknya sendiri.
- b) Memerangi kemiskinan dengan membina golongan ekonomi lemah dan tertindas (dhuafa dan *mustadh'afin*) melalui bantuan hibah yang diarahkan oleh bank secara produktif.
- c) Mengembangkan produksi, menggalakkan perdagangan dan memperluas kesempatan kerja melalui kredit pemilikan barang/peralatan modal dengan pembayaran tangguh (*al-murabahah*) dan pembayaran cicilan (*al-ba'i bi-thaman ajil*) yang disalurkan kepada pengusaha produsen, perantara dan konsumen.
- d) Meratakan pendapatan melalui sistem bagi hasil dan kerugian (*profit and loss sharing*) baik yang diberlakukan kepada banknya sendiri selaku *mudharib* atau pemegang amanah maupun kepada peminjam dalam operasi *mudharabah* dan *musyarakah*.
- e) Penerapan sistem bagi hasil bertindak tidak membebani biaya di luar kemampuan nasabah dan akan terjamin adanya keterbukaan.
- f) Sebagai alternatif kehidupan ekonomi yang berkeadilan.

F. Kajian Penelitian Terdahulu

Tinjauan penelitian terdahulu, di sini penulis akan memaparkan beberapa hasil penelitian terdahulu yang relevan dengan permasalahan dalam penelitian ini atau yang akan diteliti dengan judul “Pengaruh

Pendapatan, Pengetahuan Informasi Produk, dan Pelayanan bank Terhadap Intensi Menabung di Bank Syariah”. Berikut ini beberapa penelitian terdahulu yang berkaitan dengan judul tersebut yang dapat dijadikan perbandingan dengan penelitian penulis.

1. Penelitian pengaruh pendapatan terhadap intensi menabung

Vita Widyan Priaji³⁹ dalam penelitiannya menyebutkan bahwa ada pengaruh sikap, norma subyektif, *perceived behavior control*, religiusitas, penghasilan, pendidikan, dan usia terhadap intensi menabung di bank syariah. Sikap, norma subyektif, PBC, religiusitas, penghasilan, pendidikan dan usia secara bersama-sama hanya memberikan sumbangan 45,9% terhadap peramalan intensi menabung di bank syariah, sedangkan masih terdapat prosentase yang cukup besar dari variabel lain yaitu 54,1% yang mempengaruhi intensi menabung di bank syariah. Penelitian selanjutnya disarankan untuk mengukur tingkah laku aktual menabung di bank syariah. Dengan tujuan untuk mengetahui sejauh mana kesesuaian teori dalam memprediksi tingkah laku. Persamaan dengan penelitian ini adalah pengaruh intensi menabung di bank syariah. Adapun perbedaan dengan penelitian penulis terletak pada variabel sikap, norma subyektif, religiusitas, penghasilan, pendidikan dan usia yang dianggap dapat mempengaruhi intensi menabung di bank syariah.

³⁹Vita Widyan Priaji, “Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Intensi Menabung di Bank Syariah”, Skripsi Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah, Jakarta, 2011.

2. Penelitian pengaruh pengetahuan informasi produk bank terhadap intensi menabung

Penelitian yang dilakukan oleh **Desy Fatmawati**⁴⁰ dengan hasil yang diperoleh adalah informasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap intensi menabung di bank syariah pada santri mahasiswa PP. Wahid Hasyim. Informasi merupakan kumpulan dari hal-hal yang didapatkan atau diketahui dari suatu objek. Seseorang yang mempunyai informasi mengenai bank syariah berarti telah mengenal baik syariah, baik langsung maupun tidak langsung. Salah satu sifat alamiah manusia yaitu mudah menerima sesuatu yang telah dikenal daripada yang belum dikenalnya. Setiap peningkatan informasi akan meningkatkan probabilitas intensi santri mahasiswa untuk menabung di bank syariah. maka peneliti menyarankan untuk meningkatkan informasi tentang bank syariah mengingat banyak santri hanya mempunyai informasi pada kategori cukup. Persamaan penelitian ini pada variabel informasi yang dianggap dapat mempengaruhi intensi menabung. Adapun perbedaannya terletak pada variabel lain seperti religiusitas dan subyek penelitian yakni santri mahasiswa PP. Wahid Hasyim.

Penelitian oleh **Nur Hapidah**⁴¹ dilakukan untuk menguji pengaruh faktor personal, faktor sosial dan faktor informasi terhadap

⁴⁰Desy fatmawati, *Pengaruh Pendapatan, Religiusitas, Dan Informasi Terhadap Intensi Menabung di Bank Syariah Pada Kalangan Santri Mahasiswa PP. Wahid Hasyim di Sleman*, Skripsi Universitas Yogyakarta, 2015.

⁴¹Nur Hapidah, "Pengaruh Faktor Personal, Faktor Sosial dan Faktor Informasi Terhadap Intensi Menabung di Bank Syariah Pada PT. Bank Syariah Mandiri Cabang Buleleng Tahun 2016", *Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha*, Vol. 9, No. 1 Tahun 2017.

intensi menabung di bank syariah pada PT. Bank Syariah Mandiri cabang Buleleng tahun 2016. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel faktor informasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap intensi menabung di bank syariah. dalam memenuhi keinginan nasabah, pelayanan yang diberikan bank dipertahankan dan ditingkatkan. Bagi peneliti yang ingin meneliti mengenai intensi menabung dengan metode penelitian yang berbeda dan perusahaan yang berbeda pula guna keberlakuan temuan ini secara lebih luas. Persamaan dengan penelitian ini adalah faktor informasi berpengaruh terhadap intensi menabung di bank syariah. Adapun perbedaan dengan penelitian penulis terletak pada variabel tambahan yaitu faktor sosial dan faktor personal.

Penelitian oleh **Zulfison, Puspita dan Rifki Tyanto**⁴² memperoleh hasil variabel pengetahuan tentang bank syariah berpengaruh positif terhadap variabel intensi nasabah menggunakan bank syaria yang dibuktikan dengan nilai signifikan 0.000 lebih kecil dari α (0.05) dan nilai t-test menunjukkan angka 0.578. maka dapat ditarik kesimpulan bahwa H_0 ditolak karena sesuai dengan H_a 3 yaitu faktor pengetahuan tentang bank syariah berpengaruh positif terhadap intensi nasabah menggunakan bank syariah. hal tersebut berarti semakin tinggi tingkat pengetahuan tentang bank syariah maka semakin tinggi pula intensi nasabah menggunakan bank syariah.

⁴²Zulfison dkk, "Pengaruh Religiusitas, Kelompok Referensi, dan Pengetahuan Terhadap Bank Syariah Pada Nasabah Bank Syariah DKI Jakarta, *Al-Masraf (Jurnal Lembaga Keuangan dan Perbankan*, Vol. 5, No. 1, Januari-Juni 2020

Persamaan dengan penelitian ini adalah variabel pengetahuan terhadap bank dan intensi menabung di bank syariah. Adapun perbedaan penelitian Zulfison dengan penelitian ini terdapat pada pemilihan variabel independen tambahan yaitu pendapatan dan layanan.

2. Penelitian pengaruh layanan bank terhadap intensi menabung

Penelitian oleh **Sri Jumratun dan Ichwan P. Syamsuddi**⁴³ dengan hasil uji parsial atau uji t ditemukan bahwa variabel pelayanan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan masyarakat Gindi Menjadi nasabah pada Bank Syariah. Jadi, semakin bagus pelayanan yang diberikan Bank Syariah kepada nasabah, maka akan berpengaruh terhadap keputusan masyarakat Gindi menjadi nasabah pada Bank Syariah. Persamaan dengan penelitian ini terletak pada faktor pelayanan. Adapun perbedaan penelitian Sri Jumratun dengan penelitian ini terletak pada variabel independen tambahan yakni religiusitas dan variabel dependen yakni menjadi nasabah bank syariah.

Penelitian oleh **Sulistiyandari dan M. Arna Ramadhan**.⁴⁴ Hasil penelitian menyajikan kualitas layanan menjadi variabel yang paling berperan dalam mempengaruhi intensi menabung di bank syariah, namun mempunyai performa yang masih rendah. Kualitas

⁴³Sri Jumratun dan Ichwan P. Syamsuddin, "Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Masyarakat Gindi Menjadi Nasabah Pada Bank Syariah Di Kota Bima", *Jurnal Ekonomi Syariah*, Vol. 3, No. 2, Desember 2020.

⁴⁴Sulistiyandari dan M. Arna Ramadhan, "Analisis Intensi Menabung Pada Bank Syariah Dengan Importance-Performance Matrix Analysis (IPMA)", *Jurnal Tabarru': Islamic Banking and Finance*, Vol. 4, No. 1, Mei 2021.

pelayanan perlu untuk ditingkan. Persamaan dengan penelitian ini terletak pada variabel kualitas pelayanan. adapun perbedaan penelitian Sulistyandari dengan penelitian ini adalah terdapat variabel independen tambahan yakni pendapatan dan pengetahuan informasi produk, analisis yang digunakan regresi linier dan lokasi penelitian yaitu Bank Syariah Indonesia.

Penelitian **Sisca Damayanti**.⁴⁵ dengan hasil penelitian menunjukkan nilai *estimate* dari pelayanan terhadap minat sebesar 0.426 yang artinya pelayanan berpengaruh positif terhadap minat nasabah dan sebaliknya. Terbukti pengaruh positif dari pelayanan terhadap minat nasabah signifikan. Saran yang dapat diberikan kepada bank syariah agar lebih meningkatkan segi pelayanan kepada nasabah, karena hal inilah yang harus ditingkatkan dan dipertahankan. Penelitian ini memiliki kesamaan dalam membahas pelayanan mempengaruhi intensi menabung di bank syariah. Adapun perbedaan penelitian Sisca dengan penelitian ini terletak pada variabel independen tambahan yaitu pendapatan dan pengetahuan informasi produk. Pemilihan variabel dependen yang berbeda yaitu intensi menabung. Selain itu, lokasi penelitian juga berbeda yakni pada Bank Syariah Indonesia.

⁴⁵Sisca Damayanti, "Pengaruh Pandangan Islam, Pelayanan dan Keamanan Terhadap Minat Nasabah Untuk Menabung di Bank Syariah Mandiri Cabang X", *Jurnal Manajemen dan Pemasaran Jasa*, No. 9, No. 1, Tahun 2016

G. Kerangka Konseptual

Menabung merupakan kesadaran setiap individu terhadap keuangannya. Menabung berkaitan erat dengan kebutuhan sehari-hari. Aktivitas perekonomian berjalan baik atau tidak, dapat dilihat dari aktivitas menabung dan investasinya. Tabungan berasal dari sisa pendapatan dikurangi dengan pengeluaran wajib selama periode waktu tertentu. Seseorang yang menabung dapat memenuhi kebutuhan dirinya maupun orang lain. Sebaliknya, orang yang tidak mau menyisihkan sebagian pendapatan untuk ditabungkan berarti orang tersebut sudah egois mementingkan dirinya sendiri tanpa memikirkan kebutuhan orang lain. Seseorang yang menabung jugatelah mempersiapkan bekal kehidupan di masa yang akan datang. Menabung dapat dipengaruhi oleh banyak faktor, diantaranya pendapatan, pengetahuan informasi produk bank, dan pelayanan bank.

Pendapatan sering dikaitkan dalam kegiatan menabung, karena tanpa adanya pendapatan maka tidak akan terjadi kegiatan menabung. rata-rata masyarakat menabungkan 5%-10% dari total pendapatan yang diperolehnya. Pendapatan setiap orang berbeda-beda sesuai dengan pekerjaan maupun banyaknya sumber pendapatan yang dimiliki dalam periode tertentu. Pengeluaran masyarakat bisa menjadi penghambat perilaku menabung seseorang. Jika dalam periode waktu tertentu, pengeluaran seseorang lebih banyak maka kesempatan menabung akan lebih berkurang. Jadi pendapatan dapat berpengaruh terhadap intensi menabung.

Pengetahuan informasi produk bank merupakan salah satu faktor seseorang menabung di bank. seseorang akan mudah membeli suatu produk apabila sudah mengenali dan memahami produk tersebut. pengetahuan segala informasi mengenai sistem operasional bank syariah dan semua produknya. Pengetahuan produk meliputi karakteristik produk, fitur produk, kemanfaatan produk, dan kepuasan produk. pengetahuan dan informasi berasal dari banyak sumber, antara lain keluarga, teman kerja, teman bermain atau media massa. Jadi pengetahuan informasi produk bank memiliki pengaruh dengan intensi masyarakat menabung di bank syariah.

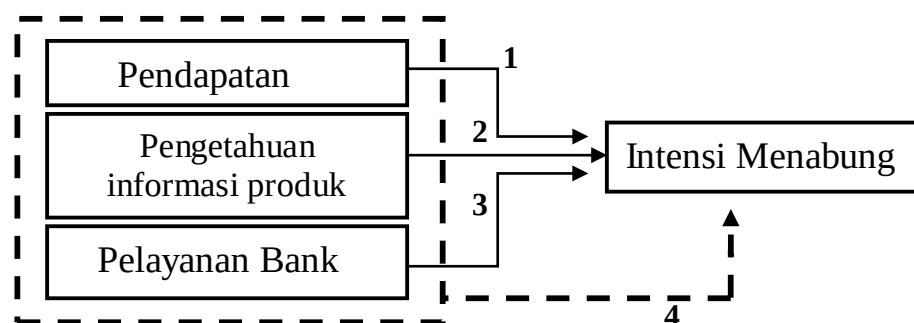
Pelayanan juga menjadi faktor penting dalam keputusan seseorang menabung di bank syariah. ketika seseorang akan menabung di bank syariah namun pelayanan yang diperoleh calon nasabah kurang memuaskan atau bahkan tidak memuaskan. Tidak menutup kemungkinan nasabah akan mengurungkan niatnya untuk menabung di bank tersebut. Bersikap ramah dan mengerti akan kebutuhan calon nasabah adalah bagian terkecil dari sebuah pelayanan. Memberikan rasa nyaman kepada nasabah dengan fasilitas bank yang memadai. Jadi pelayanan memiliki pengaruh dengan intensi masyarakat untuk menabung di bank syariah.

Intensi merupakan sebuah niat yang muncul pada diri seseorang, dimana niat tersebut akan menimbulkan sebuah kemampuan. Intensi melibatkan suatu hubungan antara diri seseorang dengan beberapa tindakan. Masyarakat yang memiliki intensi menabung yang tinggi, pendapatan tinggi, dengan bekal informasi tentang bank syariah dan produknya serta pelayanan yang baik akan memutuskan untuk menabung

di bank syariah. sebaliknya, jika masyarakat yang memiliki intensi menabung rendah, pendapatan rendah, dengan bekal informasi bank syariah dan produknya kurang serta mendapatkan pelayanan yang kurang baik maka tidak akan menabung di bank syariah. dapat disimpulkan bahwa intensi menabung dapat dipengaruhi oleh jumlah pendapatan, luasnya pengetahuan informasi produk yang diperoleh, dan pelayanan yang baik.

Berdasarkan rumusan masalah, landasan teori, dan juga kajian penelitian terdahulu, skema kerangka konseptual pada penelitian ini ditunjukkan pada gambar 2.1 sebagai berikut:

Gambar 2.1
Kerangka Konseptual Penelitian



Keterangan :

1. Pengaruh pendapatan terhadap intensi menabung.
2. Pengaruh pengetahuan informasi produk terhadap intensi menabung
3. Pengaruh Pelayanan Bank terhadap Intensitas Menabung.
4. Pengaruh Pendapatan, pengetahuan informasi produk, dan pelayanan terhadap intensi menabung.

H. Hipotesis Penelitian

Hipotesa adalah pernyataan sementara tentang tabungan yang diharapkan antara dua variabel atau lebih. Dengan kata lain, hipotesis merupakan prediksi terhadap hasil penelitian yang dihasilkan. Menurut pendapat lain, hipotesis adalah jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, oleh karena itu, rumusan masalah penelitian biasanya disusun dalam bentuk kalimat pertanyaan.⁴⁶ Berdasarkan pendapat tersebut hipotesis yang penulis ajukan adalah “Diduga pengaruh pendapatan, pengetahuan informasi produk, dan pelayanan terhadap intensi menabung di bank syariah studi kasus nasabah Bank Syariah Indonesia (BSI) Kantor Kas Tulungagung”. Karena sifatnya sementara perlu dibuktikan kebenarannya melalui suatu pengujian atau test yang disebut tes hipotesis. Untuk hipotesis statistik sebagai acuan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Hipotesis 1 (Parsial):

Ada pengaruh antara variabel pendapatan terhadap intensi menabung pada bank syariah studi kasus nasabah BSI Kantor Kas Tulungagung.

Hipotesis 2 (Parsial):

Ada pengaruh antara variabel pengetahuan tentang informasi produk terhadap intensi menabung pada Bank Syariah studi kasus BSI Kantor Kas Tulungagung.

⁴⁶Sugiyono, *Metodologi Penelitian Bisnis* (Bisnis: Alfabeta, 2009), hal. 93

Hipotesis 3 (Parsial):

Ada pengaruh antara variabel pelayanan terhadap intensi menabung pada Bank Syariah studi kasus BSI Kantor Kas Tulungagung.

Hipotesis 4 (Simultan)

Ada pengaruh antara variabel - variabel pendapatan, pengetahuan informasi produk dan pelayanan bank terhadap intensi menabung di Bank Syariah studi kasus BSI Kantor Kas Tulungagung.